

Un análisis de sociología de la cultura:

*Manchester sound, Factory Records y
Joy Division*

LIC. CONSTANZA ALICIA ABEILLÉ

DOCTORADO EN TEORÍA DE LA LITERATURA
Y LITERATURA COMPARADA
DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA

Directores: Dr. Enric Sullà y Dr. Antoni Martí Monterde

BARCELONA, 2015

ÍNDICE

Índice	3
Agradecimientos	7
Prólogo	9
Consideraciones de estilo y citas	17

EL ESTUDIO DE LA CULTURA POPULAR Y LA MÚSICA

1. Cultura popular y cultura de masas	21
1.1 El debate sobre la cultura popular y la cultura de masas	21
1.2 Theodor Adorno y la música popular	26
1.3 Una nueva clase, una nueva cultura	
1.4 La definición de cultura popular de Stuart Hall	32
2. El circuito de la cultura dentro de los Estudios Culturales	43
2.1 El trabajo de los Estudios Culturales	44
2.2 El circuito de la cultura	51
2.2.1 Producción	56
2.2.2 Representación	58
2.2.3 Identidad	60
2.2.4 Consumo	63
2.2.5 Regulación	65
3. Sociología de la cultura aplicada a la música	69
3.1 La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu	69
3.2 Conceptos centrales de la teoría de Pierre Bourdieu	71

3.2.1	Campo	72
3.2.2	El capital cultural	
3.2.3	Habitus	73
3.2.4	Illusio	74
3.2.5	Posición, disposición y toma de posición	75
3.3	La sociología de la cultura aplicada a la música	77
3.3.1	Estilo, género y estilos de vida	81
3.3.2	Nuevos planteamientos que complementan la teoría subcultural	87
4.	El análisis de la canción	89
4.1	Antecedentes teóricos	90
4.2	Un caso de estudio: <i>Mother, Brother, Lover</i>	95
4.3	Mitologías de la vida cotidiana	105

PANORAMA MUSICAL EN 1970: ROCK CORPORATIVO VS DIY

5.	Precedentes históricos	113
5.1	La institucionalización del rock	115
5.2	La lógica comercial y la lógica independiente	120
6.	Contexto general del rock en la década del 70	125
6.1	Refracción: las particularidades de los géneros y estilos	127
6.2	Diferenciación de los géneros y unificación del campo	130
6.3	Las oposiciones dentro del campo: el punk vs la estética hippie	136
7.	Las subculturas en los 70	141
7.1	El estilo subcultural y la integración de las subculturas	144
7.2	Punks y post-punks: la nueva música es socialmente progresiva otra vez	148
8.	El desarrollo de la industria independiente y el DIY	163

8.1	El campo de gran producción: el circuito productivo de las <i>Majors</i>	168
8.2	La lógica comercial y la lógica creativa	172
8.3	La política anti-consumista de la industria independiente	174
JOY DIVISION Y FACTORY RECORDS: LA PRODUCCIÓN DE ESTILOS		
9.	Factory Records y la creación del sonido Manchester	184
9.1	<i>DIY</i> : Los Sex Pistols en el Manchester's Lesser Free Trade Hall	190
9.2	<i>So It Goes</i> : Tony Wilson en Granada TV	192
9.3	La invención de Joy Division	195
10.	Semiótica de la música: un análisis de la estética Joy Division	205
10.1	Joy Division: dar nombre a la provocación	205
10.2	Arte de tapa: retórica de la imagen	209
10.3	Recursos semióticos en el sonido de Joy Division: melodía, fraseo, arreglos y ritmo	217
10.4	Nihilismo y claustrofobia: el mensaje de las canciones de Joy Division	227
10.5	El suicidio como signo	243
11.	Las instituciones del rock y el proceso de legitimación	253
11.1	Hacer época: la lógica del cambio y la repetición	258
11.2	Reversiones: la recuperación de Joy Division como intertexto	264
11.3	La producción de la creencia y el proceso de canonización	267
11.4	Joy Division en las <i>charts lists</i>	272
Conclusiones		279
Anexo 1: glosario de términos capítulo 11.3		283
Anexo 2: discografía de Joy Division		287
Bibliografía		291

Discografía citada	305
Filmes documentales	311
Índice de imágenes y tablas	313

AGRADECIMIENTOS

Quisiera expresar mi gratitud a aquellas personas que han contribuido al desarrollo de la presente investigación. En primer lugar, mi más profundo agradecimiento al Dr. Enric Sullà por sus enseñanzas y su motivación. Su amplia experiencia docente como catedrático de Estudios Culturales y Literatura Comparada en la Universidad Autónoma de Barcelona y sus vastos conocimientos sobre la sociología de la cultura y la historia de la escuela de Birmingham, han sido determinantes para la orientación teórica y metodológica de esta tesis doctoral.

Agradezco también al Dr. Antoni Martí Monterde, escritor prolífico y catedrático de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada de la Universidad de Barcelona, por compartir su pasión por la música y, específicamente, por Joy Division. Sus aportes teóricos y experienciales sobre el post-punk han resultado de gran utilidad para constituir el objeto de análisis.

Por ayudarme en mi proceso de iniciación a la investigación académica, gracias a Juan Lázaro Rearte, docente e investigador en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Nacional de General Sarmiento. Sus enseñanzas constituyen una fuente de auténtica inspiración espiritual para mí.

Por lo que respecta a mi familia, doy gracias a mi marido, a mis padres y a mi hermano que comparten conmigo y me transmiten en todo momento la pasión por la música. Tengo la suerte de que mi padre se haya dedicado a la lectura y a la escritura y que me haya hecho pasar inolvidables momentos hablándome sobre música, mostrándome vídeos y pasándome mucha discografía e información bibliográfica sobre la historia del rock. Esos documentos fueron y siguen siendo el alimento de este trabajo.

Gracias a mi mamá por sus consejos y por la constancia en el trabajo que estoy segura la heredé de ella. Gracias Franco por tu amor, por acompañarme y por divertirte conmigo haciendo y escuchando música.

Gracias a todos ellos por haberme mostrado cómo hacer las cosas y por haber dado vida a esta investigación.

PRÓLOGO

La música popular es una categoría amplia que reúne las obras musicales producidas dentro del circuito de la industria cultural, caracterizado por un sistema de distribución y consumo masivo. Dicho de otro modo, la música popular está asociada al capital económico y simbólico que se produce y circula dentro del mercado de bienes de consumo, y regulado por los juicios de valor, es decir por el reconocimiento del producto como objeto cultural. Las instituciones culturales se ocupan de configurar, organizar y difundir este conocimiento general que tenemos sobre la música popular, los juicios de valor y los criterios de selección de un determinado estilo musical, género o artista. Simon Frith (1996) señaló que estudiar el significado de una obra musical implica conocer y comprender una particular cultura musical, es decir, disponer de un esquema de interpretación que permita decodificar su significado. Este argumento contempla la idea de que tanto los productores (la industria cultural) como el público de la música popular son participantes activos de un proceso de conformación de valores sociales incorporados en la obra de un artista.

Intentamos explicar las implicancias económicas y políticas que subyacen a la noción de una formación cultural específica: el post-punk. Las diferentes historias que se han escrito a partir de los años noventa, en el período de institucionalización del rock, dicen poco sobre el período que va de la edición de *Never Mind The Bollocks* de los Sex Pistols (1977) al *Nevermind* de Nirvana (1991), o el interludio entre el punk y el grunge. Los historiadores de finales del siglo pasado eligieron caracterizar los años ochenta a partir del nacimiento de MTV y artistas de llegada masiva como Prince, Michael Jackson, Madonna, REM o Bruce Springsteen. No obstante, a mediados de la primera década de este siglo se han comenzado a difundir materiales sobre el post-punk como biografías de bandas, estudios sobre sellos discográficos, re-ediciones de discos, filmes documentales que han insistido en el interés por el fenómeno. Estos discursos defienden la idea de que el post-punk ha producido una revolución de estilo dentro de la música popular cuyo impacto cobra mayor importancia tiempo después de haber ocurrido.

En *Rip It Up and Start Again* Simon Reynolds (2005: 517) establece el

período del post-punk entre el año 1978 hasta el año 1984, es decir, desde cuando Joy Division lanza su primer disco, Howard Devoto deja los Buzzcocks para grabar su primer álbum con Magazine, y Johnny Rotten deja los Pistols para dedicarse a PIL, hasta cuando comienza a desarrollarse un nuevo *mainstream* pop centralizado en los conciertos de ayuda social (USA for Africa, Live Aid, Concert for Bangladesh), el desarrollo de la televisión musical con MTV y la nueva invasión británica de Estados Unidos (la primera ha sido la beatlemanía a mediados de los años sesenta) con un nuevo formato, el video clip, y un nuevo estilo comercial, la new wave. Al realizar una lectura del pasado a partir del presente se puede analizar el modo en que las prácticas culturales han cambiado y, en este sentido, elegimos describir el período del post-punk porque creemos que representa un cambio de paradigma dentro de la estética del rock asociado con cambios en la estructura social del público, en sus valores y sistemas de representación.

El objetivo de este trabajo sobre el post-punk británico y sobre Joy Division como caso particular de análisis es establecer un modo de lectura bifocal a través del lente de la tradición de los Estudios Culturales y el cristal de la sociología bourdiesiana. Nuestra posición dentro del campo académico estará delimitada por el modelo analítico del circuito de la cultura desarrollado por Hall y DuGay en el curso *Culture, Media and Identities* de la Open University (1997), considerando los antecedentes y consiguientes trabajos publicados en Estudios Culturales que aporten valor a nuestra investigación, en especial aquellos relacionados con el estudio de las subculturas, la representación y las identidades. Por otra parte, seguiremos a Bourdieu y su Sociología de la Cultura, aplicando la terminología desarrollada por el autor (los conceptos de campo, habitus, illusio y toma de posición) al análisis del rock. Nos referimos también a otros teóricos culturales como Motti Regev (2002) y David Hesmondhalgh (2006) que ya han incursionado provechosamente en este trabajo de transposición de la sociología de Bourdieu a los Estudios Culturales.

Nuestra hipótesis es que la revolución del punk no fue simplemente una revolución de estilo sino un quiebre en el estatuto mismo del rock como subcultura en consonancia con una nueva estructura social y nuevas necesidades

de comunicación. Adoptó el discurso alternativo para pronunciar la negación, que se hizo extensiva -desde el discurso clasista- a las condiciones de vida en la Inglaterra post-industrial. Un joven en sus veinte años a finales de los setenta cargaba con el nihilismo del no futuro: terminar el colegio y trabajar en las fábricas, todos potencialmente obreros industriales no especializados. El punk llevó adelante la crítica a la cultura dominante manejada por las clases dominantes y compensó ideológicamente las facilidades materiales para la producción. Esta multiplicación de estilos fue provocada precisamente por el primer estallido y auge de lo independiente como nueva ética y estética que se opone al *mainstream*. Joy Division se inscribe dentro de este contexto histórico de producción de los mercados culturales independientes y participa y reproduce los valores compartidos por la juventud punk y postpunk a través de sus canciones, de su estética, de sus discursos y estilos de vida. Asimismo, las culturas punk y post-punk han experimentado un proceso de legitimación que trasciende su momento histórico, a partir de las nuevas interpretaciones, comentarios y revaloraciones que la crítica, los fans y otros artistas han producido a lo largo del tiempo. Es parte del objetivo del presente trabajo abordar ambas perspectivas.

Este trabajo de investigación se divide en tres secciones principales. En la primera parte presentamos una descripción de las diferentes teorías y métodos que utilizamos para el análisis, centradas en la cultura popular, los Estudios Culturales, el circuito de la cultura y la sociología de la música. Al final de este primer apartado, mostramos un ejemplo de análisis de la canción popular que recuperaremos en el capítulo 11.4. En esta introducción queremos identificar los conceptos teóricos más relevantes para el análisis posterior del campo de la música popular¹ en el período del post-punk, tomando en consideración las particularidades del campo de producción de bienes culturales, sus reglas y lógicas de funcionamiento, las posiciones de los actores dentro del circuito cultural y la formación de identidades sociales a partir del consumo de objetos culturales.

En la segunda parte de nuestro trabajo trazamos un mapa pormenorizado

¹El concepto de “campo” se utilizará en todo momento como construcción teórica para el análisis y no como descripción literal del objeto.

del campo de producción de la música popular en los principales centros del poder cultural (Estados Unidos e Inglaterra) para situar al post-punk en la posición que consideramos adecuada dentro del mismo. Trabajamos concretamente con los conceptos de lógica de producción, categorización de género e identidad subcultural. Analizamos diferentes representaciones de la herencia punk y nos centraremos en el concepto de DIY (*do it yourself*) que fomentó el crecimiento de la industria independiente en el Reino Unido y permitió la creación de sellos autogestionados que se potenciaron en el período del post-punk.

En la tercera parte aplicamos el método de análisis del circuito de la cultura al caso particular que nos compete, es decir, a la discográfica independiente Factory Records y a Joy Division. A partir del análisis semiótico² describiremos el modo en que imagen, sonido y texto se asocian con un conjunto de valores culturales que definen la estética del grupo y a una parte importante del sonido post-punk, dentro del contexto más general de la música popular en el mismo período histórico. Continuando con la misma estructura que desarrollamos en los apartados anteriores, completamos la investigación del objeto con sus antecedentes y posteriores manifestaciones en la línea histórica del rock (reediciones de discos, antologías, filmes, documentales, biografías, etc.). Esto nos permite establecer un diálogo con el pasado y con los estilos musicales que han incorporado una parte del post-punk a sus propios discursos. Otra cuestión que tendremos en cuenta en esta tercera parte, será el modo en que las instituciones y los intermediarios culturales (críticos, prensa, curadores, historiadores, periodistas, etc.) regulan el funcionamiento del campo y construyen un discurso de legitimación.

²Diferenciamos la semiótica de la semiología en tanto nuestro objeto de estudio no se limita al signo lingüístico sino que incluye también otros sistemas de signos que no dependen necesariamente de la lingüística, como las imágenes y la música. Barthes ha invertido la definición de Saussure considerando la semiología como una translingüística que examina todos los sistemas de signos como reductibles a las leyes del lenguaje.

CONSIDERACIONES DE ESTILO Y CITAS

Utilizamos el sistema de referencias MLA adaptado con las referencias bibliográficas completas incluidas en un apartado al final de la tesis. Para referirnos a los grupos, autores y estilos utilizamos el mismo estilo que para el resto del texto, con mayúscula inicial para los dos primeros. Los títulos de los álbumes se citan en cursiva acompañados por el año de edición entre paréntesis. Los nombres de las canciones se citan entre comillas y con mayúsculas iniciales. Los extranjerismos están señalados con cursivas y acompañados por su traducción, si fuera necesario. Todas las citas en lengua extranjera están traducidas al castellano explicitando el nombre del traductor en el caso de que lo hubiera o no especificando nada si la traducción es nuestra. En el apartado anexo se incluye un glosario de términos para complementar la explicación del capítulo 11.3.

**EL ESTUDIO DE LA
CULTURA POPULAR Y LA MÚSICA**

1. LA CULTURA POPULAR Y LA CULTURA DE MASAS

Nuestra definición de cultura refleja la visión de un espacio social contemporáneo, globalizado, cuyo funcionamiento nos resulta tan familiar que las regularidades y las reglas que lo gobiernan se nos escapan. De entrada suponemos que en una misma sociedad existe más de una cultura. Y para remitirnos a lo clásico, destacamos dos: la cultura de élite y la tradición del pueblo. De algún modo, para afirmar o discutir, todas las posiciones teóricas sobre la cultura popular se basan en esta jerarquía histórica que se establece entre alta y baja cultura.

Al hablar de la palabra “cultura”, Raymond Williams (1975) presenta tres definiciones modernas del concepto que comienzan a utilizarse en los siglos XVIII y XIX. La primera es la que hace referencia al desarrollo intelectual, espiritual y estético de un pueblo y que se relaciona con el concepto de civilización. La segunda, presente en la obra de Herder y Klemm, indica un modo de vida determinado de una sociedad, de un período, un grupo o la humanidad en general³. En este sentido, sería necesario hablar de “culturas” en plural para describir los grupos sociales y económicos dentro de las mismas y diferentes naciones y períodos (*Folk-Folklore*). La tercera describe las obras y prácticas de la actividad intelectual y especialmente artística.

Esta última acepción de la palabra “cultura”, relacionada con las bellas artes, evolucionó notoriamente entre fines del Siglo XIX y principios del Siglo XX, en un contexto de modernidad, cuando la formación de los Estados-Nación supuso la revitalización de las tradiciones y el cultivo de la mente y la educación del gusto estético. En este preciso momento, con el advenimiento de la era industrial, las masas entraron como protagonistas en la vida social e instauraron sus propios modos de pensar, de imaginar y de divertirse. El acceso a la vida social de las clases subalternas estableció también una “civilización” de las masas que supuso un cuestionamiento de sus valores y, al mismo tiempo, produjo el modelo aristocrático de la cultura y del consumo de la misma. Aquí nace el

³El concepto de cultura que define Ginzburg (1982) desde la antropología cultural como un complejo tejido de ideas, sentimientos, fantasías y aspiraciones, un conjunto de creencias y patrones de comportamiento sería una vertiente de esta tradición humanista.

conflicto civilización/ barbarie que separa la cultura alta de la baja.

Néstor García Canclini (1990) dice que la historia del arte y la literatura, junto con otras disciplinas científicas, han identificado repertorios de contenidos que definen de diferente manera el concepto de cultura como saber *culto*; mientras que la antropología y el estudio de los folclores nacionales reivindicaron el saber y las prácticas tradicionales dentro del universo de lo *popular*. Y las industrias culturales dieron origen a un tercer sistema de mensajes *masivos* que fue atendido por nuevos especialistas: comunicólogos y semiólogos. Las diferencias entre estos campos sirvieron para organizar los bienes y las instituciones durante gran parte del siglo pasado. Sin embargo, argumenta Gardía Canclini, hoy existe una visión más compleja sobre las relaciones entre tradición y modernidad:

La relativización posmoderna de todo fundamentalismo o evolucionismo facilita revisar la separación entre lo culto, lo popular y lo masivo sobre la que aun simula acertarse la modernidad, elaborar un pensamiento más abierto para abarcar las interacciones e integraciones entre los niveles, géneros y formas de la sensibilidad colectiva. (1990: 23)

1.1 El debate sobre la cultura popular y la cultura de masas

Podemos distinguir, como sugiere Oscar Blanco (2000), tres momentos distintos de los estudios de la cultura popular: uno precapitalista, un segundo momento que implica el advenimiento del capitalismo y todos los procesos emparentados -la industrialización, la modernidad, la revolución burguesa, la construcción de la nación moderna, los nacionalismos y el estado moderno- y un tercer momento en un estado avanzado del capitalismo donde los medios masivos de comunicación (*mass media*) erosionan los límites de las culturas nacionales produciendo fenómenos de hibridación, mestizaje, etc., y que introduce la cultura de masas como una tercera categoría diferente a la cultura de élite y la cultura popular. En esta última etapa, la modernización reduce el papel de lo culto y lo popular y reubica el arte y el folklore, el saber académico y la cultura industrializada, bajo condiciones relativamente semejantes. Así, el trabajo del

artista y el del artesano se aproximan cuando el orden simbólico específico de cada uno es redefinido por la lógica del mercado.

Alan Swingewood (1978) señala que el término masa surge a finales de la era moderna, en el ocaso del Antiguo Régimen, y su uso por aquel entonces suponía una connotación despectiva, dirigida contra la burguesía y sus valores –el comercio y la industria– por parte de la aristocracia, es decir, los estamentos dirigentes. Esta teoría aristocrática de la sociedad de masas sitúa la causa de su emergencia en el debilitamiento de los centros tradicionales de autoridad moral como la familia y la religión. En este contexto, el arte solo podría sobrevivir desvinculándose de la sociedad (lo que a finales del siglo XIX se definió como arte por el arte y que defendió el valor de la autonomía del campo).

Según Umberto Eco (1964), la primera toma de posición ante el problema de la cultura de masas fue la de Nietzsche, que calificó al periodismo como una “enfermedad histórica”, con una profunda desconfianza hacia el ascenso democrático de las multitudes siguiendo el modelo del hombre común y no del superhombre. El argumento de Nietzsche evoca una nostalgia por una época y unos valores culturales que eran privilegio exclusivo de las clases aristocráticas, un grupo limitado, selecto y discriminado. Idéntica raíz tienen los argumentos del filósofo español Ortega y Gasset, que en *La rebelión de las masas* (1930) sostiene que el concepto de masas es una categoría sociológica compleja (“lo más importante de la vida pública europea de la hora presente”) que representa el advenimiento de las masas al centro de la escena social, una amenaza para el orden de la cultura aristocrática.

En *Notes Towards the Definition of Culture* (Eliot, 1949), T. S. Eliot considera que la verdadera cultura, en cualquier civilización, pervive en buena medida gracias a que las élites la van conservando generación a generación. Consecuentemente, la familia desempeña un papel esencial en la preservación de la cultura de las élites, como valladar de los grandes valores frente a la *masa*, indocta e incapaz de juicio estético. La cultura moderna se habría convertido en una diversión banal y pasiva dirigida a la clase trabajadora, poco cultivada. Lógicamente, ampliando esta argumentación, se antoja indispensable que unos

pocos, los eruditos, sean los custodios de la *alta cultura* y, por ende, de lo mejor de la civilización.

F. R. Leavis, crítico literario coetáneo de Eliot, sostenía que la industrialización, el trabajo en cadena, deshumanizó la sociedad y, en consecuencia, la cultura moderna; y los nuevos medios de comunicación no hacían más que acentuar el problema. La visión de Leavis de la *Old England* como una suma de pueblos y ciudades genuinamente comunitarios choca frontalmente con la división pueblo-ciudad de la Revolución Industrial. Supone que la nueva cultura aliena a la sociedad y amenaza con debilitarla. Estos pensadores advertían que el hombre común, *la masa*, tenía que ocupar su lugar *natural* en la sociedad, porque en caso contrario toda la tradición cultural de Occidente se precipitaría en el abismo. Las minorías, productoras de la *alta cultura*, suplen su inferioridad numérica con la ventaja de estar mejor cualificadas y deben ser responsables de mantener la tradición heredada de los clásicos: nada se puede esperar de la *masa* y su *baja cultura* (Ortega y Gasset, 1930).

Para estos autores, la revolución tecnológica y la universalización de la democracia son valores contrapuestos a la cultura tradicional de Occidente. La sociedad se divide en dos grupos totalmente contrapuestos: la élite formada y la *masa*, que por definición es iletrada, bárbara, poco cualificada. Las élites desempeñan un papel crucial en la conservación y salvaguarda de la *alta cultura*. Son las clases cultivadas las que deben contrarrestar el poder del capitalismo moderno, entendido como un sistema que espolea el egoísmo, el individualismo, el consumismo y debilita los lazos de la tradición. Otros críticos de la cultura de masas señalan la falta de originalidad en el gusto estético y la homogeneidad de los productos culturales dirigidos a un público heterogéneo del que se espera una respuesta similar en términos de comportamiento ante la oferta y la demanda. La cultura para las masas alentaría una visión pasiva y acrítica del mundo favoreciendo el mero entretenimiento y el goce del tiempo libre.

La *alienación*, la *deshumanización* y el *pesimismo* serán también cuestiones cruciales para la Escuela de Frankfurt en su crítica de la cultura de masas. Según Adorno y Horkheimer, la cultura de masas está conectada con el sistema capitalista, especialmente con su modo de producción y con el avance de

la tecnología bajo la economía de libre mercado. En cuanto a la clase trabajadora, estaría alienada por la superestructura, que la habría transformado de clase potencialmente revolucionaria en grupo atomizado, sin aura ni conciencia de clase. Ahora bien, el punto de unión entre *cultura* y *clase* está difuminado, posiblemente porque la formación y la estructura ideológica de la clase se estudia desde posiciones ahistóricas e idealistas. Swingewood reprocha precisamente esta orientación excesivamente filosófica y abstracta de la Escuela de Frankfurt; señalando la necesidad de reivindicar una orientación más sociológica, concreta e histórica en el análisis de la cultura de masas.

1.2 Theodor Adorno y la música popular

El trabajo de Theodor Adorno como jefe de la división musical del Radio Research Project, toma precisamente esta dirección. Como parte de este programa de investigación de los efectos de los *mass media* en la sociedad, salieron a la luz informes sobre la industria cultural y las audiencias radiales, que postulaban una definición crítica del oyente pasivo ligada a su utilización de la música con una función socio-psicológica antes que estética. La expresión “industria cultural” aparece primeramente en *Dialéctica de la Ilustración* (1947), publicada junto a Max Horkheimer, reemplazando al concepto de “cultura de masas” puesto que, según los autores, no se trata de una cultura que “asciende espontáneamente” desde las masas, sino una cultura fabricada y pensada “desde arriba” para ser consumida por las masas. La industria cultural confecciona los productos para el consumo de las masas que determinan en gran medida ese consumo. En este sentido, la industria cultural es la integración deliberada de los consumidores al capitalismo, como accesorios de la maquinaria. Asimismo, esta dependencia de los bienes culturales del mercado capitalista es según Adorno (1967) la causa de la abolición de la autonomía de las obras de arte a la que se aspiraba en el siglo XIX.

El proceso de industrialización de la música popular posibilitó además la aparición de nuevas profesiones como la de cantante pop, los músicos de sesión, el departamento de Artistas y Repertorios, los productores, el *disc jockey* radial, los programadores de *jukeboxes*, etc., consolidando la estructura básica de la industria musical moderna. Siendo crítico de esta realidad, Adorno describe una

serie de analogías entre la industria de los bienes de consumo y la música popular como la estandarización de las composiciones musicales, en contraste con la pseudo-individualización que el autor define como momentos de improvisación o licencias artísticas dentro de la forma estandarizada⁴, una mezcla entre producción estandarizada de bienes de consumo y residuos individualistas, entusiasmo y romanticismo racionalizado:

La palabra “industria” no hay que tomarla aquí al pie de la letra. Se refiere a la estandarización de la cosa misma [...] y a la racionalización de las técnicas de difusión, pero no estrictamente al proceso de producción [donde] las formas individuales de producción se mantienen. Cada producto se presenta como individual; la individualidad sirve para reforzar la ideología, pues con ella se produce la impresión de que lo completamente cosificado y mediado es un refugio de la inmediatez de la vida. (Adorno, 2008: 297)

Consecuencia de ello, señala Adorno, cada producto se quiere individual para reforzar la ideología de la originalidad manteniendo la ilusión de que lo que está codificado y mediatizado es auténtico. No obstante, según el autor, la industria cultural imprime en sus productos su técnica extra-artística de la producción de los bienes materiales, sin preocuparse por el carácter intra-artístico.

Según Adorno, la industria del entretenimiento, de la cual la música popular forma parte, se funda en la distracción del oyente: cuando menos discriminan las audiencias, mayor es la posibilidad de vender productos culturales indiscriminadamente. La distracción no es solo un presupuesto, sino el producto de la industria de la música popular. Según Adorno, su ideología se sirve sobre todo del sistema de *stars* tomado del arte individualista y de su explotación comercial. Así, argumenta el autor, los conceptos de orden que la industria cultural difunde son los de las instituciones que detentan el poder, afirmados sin crítica y sin análisis por los consumidores que se adaptan a este sistema. Dentro de la ideología de la industria cultural, el conformismo sustituye a la autonomía y a la conciencia lo que, para Adorno, produce un efecto regresivo en cada producto

⁴Como los *breaks*, las *dirty notes* o las improvisaciones en el jazz.

de la industria cultural que fomenta una dominación técnica progresiva y se transforma en un engaño de masas, en un medio de oprimir la conciencia y la capacidad de juzgar.

Otro punto de analogía entre la industria cultural y el modo de producción industrial podría encontrarse en la lógica de la división del trabajo, principalmente en el cine y en el caso de la música popular. En el sistema de Tin Pan Alley intervenían al menos dos personas en la producción de una canción (compositor y letrista), luego pasaba por otras personas como el inventor del título, los armonizadores y arreglistas y quienes transcribían la partitura. Pero es quizás en la tercera analogía industrial que presenta Adorno adonde se encuentran las referencias más claras al modo de producción industrial, es decir, en lo que refiere al sistema de promoción y venta de las canciones dentro del mercado de bienes de segunda necesidad. Como mencionábamos anteriormente, en los años treinta la radio se consolidó como el medio de promoción por excelencia, conformando su propio sistema de medición de ventas a través de los *charts*. Los grandes editores dominaban el mercado musical y manejaban grandes cantidades de dinero por la publicación del cancionero y su explotación radial. Por otra parte, los *pluggers* eran las personas encargadas de introducir las ediciones en el mercado, buscando contratos con directores de orquestas y vocalistas, y negociando con las emisoras de radio para que pasaran sus canciones. Así, cada éxito comercial tenía una vida útil de unas diez semanas según el nivel de popularidad alcanzado, un indicador medido también en relación a las ventas de catálogos impresos. La industria cultural se dedica entonces a las relaciones públicas, a establecer buenos tratos comerciales: “la praxis de la industria cultural traslada el motivo del beneficio a las obras espirituales” (2008: 296).

Bernard Grendon (1986) discute el análisis de Adorno de la música popular a partir de una doble comparación entre el sistema de producción de la industria automotriz y el de la música doo-wop⁵. Grendon sugiere que, si bien la cuestión de la estandarización está presente en la cultura popular y debe considerarse desde una perspectiva ideológica además de productiva, tiene que

⁵Estilo de música vocal con raíces en la tradición del gospel que surge a mediados de la década del cincuenta.

distinguirse de manera más marcada de la producción de otros artefactos funcionales como los automóviles. Mientras que en la industria de los bienes de consumo puede hablarse de la estandarización en el modo de producción tecnológico, en el caso de la música popular (artefactos textuales como los denomina Grendon), las innovaciones tecnológicas suelen utilizarse de manera experimental con un carácter diferenciador, para identificar precisamente a un grupo o un estilo en función de otro diferente (el autor pone como ejemplo las técnicas de grabación utilizadas por los Beatles en los sesenta).

La segunda cuestión que discute Grendon de la analogía que establece Adorno entre el modo industrial y la producción de música popular, es que cada obra musical (sea una canción o un conjunto de canciones agrupadas en un álbum) no puede ser pensada como producto estandarizado puesto que su contenido no utiliza técnicas de producción a gran escala, sino que solo se convierte en producto de consumo masivo al ser trasladado al soporte de reproducción, es decir, al disco físico que sí se produce, distribuye y comercializa según estos parámetros. La música como contenido, dice Grendon, no puede pensarse según el modo de producción de otros productos comerciales.

Por último, la tercera crítica de Grendon hacia Adorno se refiere al consumo de la música popular. Mientras que los artefactos funcionales se compran cada vez que se requieren, argumenta el autor, los “artefactos textuales” como los discos, no se compran dos veces sino que, en todo caso, promueven la compra de otros discos del mismo artista o de obras o estilos relacionados. En este último punto se funda, por ejemplo, el sistema de “géneros” y categorías dentro del mercado de la música popular, que organiza el consumo en función de la orientación del gusto. En este sentido, concluye Grendon, es necesario considerar el fenómeno de la estandarización no solo como un reflejo de la rigidez de las formas populares de la canción, sino también como una fuente de placer para el oyente que en definitiva es quien elige consumir productos similares.

Esta última reflexión nos hace pensar asimismo en el concepto de “popularidad” que en Adorno se relaciona con la idea de “masas”. Para empezar, cabe decir que la popularidad de una forma musical entre un público específico no tiene por qué ser entendida en un sentido cuantitativo, sino que puede verse mejor

en términos del placer, del valor de uso o de su utilidad para un grupo social específico. Contrariamente a Adorno, que sugiere separar el valor estético de una obra de su función comunicativa, lo que propone esta tesis es tomar en cuenta las condiciones de vida de estos públicos, las contradicciones, los dilemas y las luchas de uno o más grupos sociales para determinar por qué tal forma tiene un impacto social. Esto implica evaluar las formas culturales en función de los valores sociales que representan y los modos que utilizan para transmitirlos, considerando también las preocupaciones a las que aparentemente responden. También implica reconocer, como sugiere Barry Jordan, “que la popularidad y el placer indican, no el denominador común más bajo, sino una alianza, una acumulación de valores de uso; las estrellas de la música son populares porque combinan una serie de atractivos para un número de grupos y públicos diferentes” (1984).

La popularidad, pues, es un sistema de contradicciones y paradojas, que significa algo distinto para públicos diferentes. Entonces, ¿hasta qué punto las formas culturales, sus circuitos y efectos correspondientes, tienden a encajar al consumidor en condiciones básicamente opresivas? Podemos preguntarnos si una forma cultural acaba por reproducir relaciones sociales de las que no hay salida, como argumenta Adorno, o si integra vetas críticas y ofrece una solución alternativa que va por delante de las relaciones sociales existentes, como plantea Stuart Hall en su definición de cultura popular.

1.3 Una nueva clase, una nueva cultura

Como decíamos anteriormente, a lo largo de la historia de la cultura popular en el siglo XX, hubo quienes definieron la cultura popular como la anticultura, en oposición a la cultura como un hecho aristocrático. Para otros autores y escuelas, la cultura de masas, producida desde abajo o adaptada a las necesidades de las clases populares, es una realidad inevitable que debe ser considerada como objeto de estudio. En una línea de pensamiento diferente a la de Adorno y Horkheimer, Betts (2004) destaca, de la ideología del progreso de finales del siglo XIX, la aparición de un mercado de productos de consumo innovadores que produjeron importantes cambios en el contexto económico y

cultural de comienzos del siglo XX.

El desarrollo de la Segunda Revolución Industrial, con el pasaje de la energía de combustión a la energía eléctrica, permitió el desarrollo de la tecnología de transporte, la aparición de los primeros automóviles, aviones y la mejora del transporte ferroviario. En el nuevo contexto industrial, la población de los principales centros urbanos experimentó un rápido incremento demográfico producto de las migraciones internas de las áreas rurales a la ciudad. Esta concentración de la población consolidó la formación de un público consumidor para los productos y servicios del ocio y el entretenimiento: el cine, la literatura pasatista, la música popular, los grandes almacenes de compras, el turismo, etc.

Según Betts, a partir de 1850 y con el sistema económico del capitalismo, se desarrolló un nuevo tipo de cultura de la clase trabajadora que redefinió espacios culturales y sociales, nuevas modalidades ocupacionales y modos de producción. Al mismo tiempo, y dio lugar a la formación de una nueva clase con una conciencia de sí misma: experiencias compartidas, identidades e intereses similares, tradiciones, instituciones y sistemas de valores que podrían estar determinados por las relaciones productivas dentro de las que son creados.

Así, la incipiente industria del cine ocupó su lugar dentro del campo artístico generando un nuevo espacio de sociabilidad, consumo y placer; la transmisión radial tuvo su momento de expansión e impacto en las décadas del 20 y 30 acortando las distancias en términos de comunicación, información y divulgación a partir de la promoción publicitaria, la música popular y los contenidos radiofónicos; la publicidad cobró importancia en el desarrollo de marcas y la formación de estilos de vida a partir del consumo de bienes y la creación de nuevas necesidades. Más adelante, con el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial la radio fue el principal medio de comunicación que cruzó las fronteras nacionales para consolidar un circuito global, complementado al poco tiempo con la introducción de la imagen televisiva. Durante el conflicto bélico, el establecimiento de las tropas americanas en Europa occidental provocó la diseminación de la cultura de consumo americana hacia el viejo continente, siendo el origen de la globalización y el corporativismo multinacional.

A partir de 1945, un nuevo producto de la industria química, el plástico,

comenzó a utilizarse para la fabricación de mobiliario, fibras textiles, en la industria automotriz y, fundamentalmente, en los accesorios de cocina. El *casual living* o el *American way of life* promovido por Estados Unidos generó un mercado específico para la nueva juventud (los *baby-boomers*, hijos de veteranos de guerra) a través de la vestimenta, la música, el deporte y el ocio. La guerra puso el énfasis sobre la juventud, no solo para reclutar soldados, sino para fomentar el incremento demográfico dentro del país. Asimismo, la educación superior se popularizó entre sectores sociales no estrictamente aristocráticos. Y el turismo internacional cobró fuerza a partir de la popularización del avión como medio de transporte. Los avances tecnológicos en el transporte y las comunicaciones alteraron drásticamente las dimensiones de la vida cotidiana, redefiniendo los valores del tiempo y del espacio a partir de viajes, desplazamientos y del desarrollo del mercado internacional. ¿Cómo analizar las manifestaciones que no caben en lo culto o lo popular, que brotan de sus cruces o en sus márgenes? Nestor García Canclini (1990) caracteriza este momento como el de las culturas híbridas, de una heterogeneidad cultural que es imposible de caracterizar con viejos paradigmas teóricos como los conceptos de imitación o de originalidad. Ya no existen los grandes relatos que ordenaban y jerarquizaban los períodos del patrimonio, la vegetación de obras cultas y populares en las que las sociedades y las clases se reconocían y consagraban sus virtudes. El posmodernismo no es un estilo, dice García Canclini, sino la copresencia tumultosa de todos, géneros impuros como Graffitis e historietas, la canción popular, la serie de televisión o el videoclip, todos ellos son lugares donde los capítulos de la historia del arte y del folclore se cruzan entre sí y con las nuevas tecnologías culturales (1990: 307).

1.4 La definición de cultura popular según Stuart Hall

Las bases teóricas que utiliza Stuart Hall para fundamentar su definición de cultura popular provienen de tres corrientes de pensamiento diferenciadas: la obra de Richard Hoggart, Raymond Williams y E. P. Thompson, el estructuralismo y, sobre todo, el marxismo de Antonio Gramsci. De estos autores

hereda, en primer lugar, una concepción anti-elitista de la cultura⁶; y, en segundo lugar, un recelo hacia la sociología funcionalista y una ruptura con las versiones reduccionistas del marxismo para el cual el desarrollo social resulta un campo conflictivo.

Ya en el primer trabajo importante de Stuart Hall se perciben estas influencias (Hall y Whannel, 1964). De Hoggart adquiere una concepción de la cultura que distingue entre el arte popular y el arte elevado, pero que afirma la existencia de obras de alta y baja calidad dentro de cada uno de ellos. La diferencia de calidad entre el arte elevado y popular es real, pero para Hall y Whannel es una cuestión de satisfacción y gusto, no una cuestión de naturaleza intrínseca. De Williams y Thompson obtiene una concepción no reduccionista en el análisis de la relación entre la estructura social y la cultura o, en la terminología marxista, entre la formación social y la superestructura ideológica. Según Thompson, las relaciones materiales definen las estructuras de clase de la sociedad y es la relación entre quienes controlan los capitales y quienes trabajan para ellos lo que define la orientación social y la identidad de una clase. No obstante, tanto Williams como Thompson rechazaron las interpretaciones del marxismo que derivaban los fenómenos culturales directamente de la estructura económica. Esta misma distinción es la que determina las diferentes acepciones del término “cultura” de Hall.

En relación al concepto de cultura popular, Raymond Williams demostró que los múltiples conceptos significados por la palabra clave “cultura” aparecen en debates acerca de la industrialización y la democratización. La fuerza e importancia de su teoría radica en las conexiones que realiza entre productos culturales y relaciones sociales, un tipo de análisis marxista que asumió un compromiso con varios movimientos políticos dedicados a la educación para adultos durante las décadas de 1930 y 1940 que buscaron construir una cultura democrática basada en la educación de acceso abierto y en la apertura de los

⁶El anti-elitismo se dirigía expresamente contra las teorías de autores como Frank R. Leavis o Matthew Arnold, exponentes de la crítica conservadora británica sobre la cultura industrial propia de la modernidad, un debate que se ha denominado “cultura y sociedad” o “cultura y civilización” cuyos planteamientos, en línea con las hipótesis de Nietzsche, Ortega y Gasset y Adorno, denostaban la cultura popular que debía ser redimida de su vulgaridad y degradación por las élites representantes de la alta cultura.

contenidos educativos a objetos y prácticas relacionadas con la propia experiencia cotidiana de los estudiantes. En el prólogo de *Cultura y Sociedad*, Williams escribe que “el principio organizador de este libro es el descubrimiento de que la idea de cultura, y el término en sí mismo en su uso moderno, se desarrolló en el período que comúnmente describimos como la Revolución Industrial” (1963: 11).

En este período tiene lugar lo que Hall, en sus propias palabras, define como “la inserción activa y en masa de un público obrero desarrollado y maduro en un nuevo tipo de prensa comercial y popular [...] que hizo necesaria la reorganización completa de la base y la estructura capitalistas de la industria cultural” (1984: 7). Esta experiencia moderna produjo profundas transformaciones en las relaciones culturales, que Hall describe como una economía basada en la competencia de mercado, una nueva organización del trabajo, la separación del consumo y la producción cultural en términos de clase social (producto de la creciente urbanización y migraciones del campo a los centros industriales) y el cada vez más evidente poder de la clase media y la burguesía industrial a nivel político e ideológico. La combinación de estos factores posibilitó el desarrollo de la cultura popular moderna, es decir, una industria de la cultura y un campo autónomo de producción de bienes simbólicos que maneja sus propias reglas de juego.

Stuart Hall propone una primera aproximación al concepto de cultura popular en función de aquello que gusta o interesa a una comunidad de usuarios numerosa o masiva. En palabras del autor:

Las cosas se califican de populares porque masas de personas las escuchan, las compran, las leen, las consumen y parecen disfrutarlas al máximo. Se asocia esta definición con la manipulación de la cultura del pueblo y la “falsa conciencia”. (1984: 100)

Desde este punto de vista, la cultura popular se relaciona con el sistema industrial capitalista, siendo un tipo de producto con fines exclusivamente comerciales cuya producción está basada en principios de estandarización y repetición y su consumo está orientado a un sujeto acrítico y pasivo. La crítica marxista a la cultura de masas desarrollada por la Escuela de Frankfurt y las

investigaciones de Theodor Adorno en Estados Unidos constituyen el principal ejemplo teórico de esta definición. No obstante, es necesario aclarar que si bien las formas de la cultura popular comercial pueden ser manipulatorias, hay también en ellas elementos de reconocimiento e identificación, algo que se aproxima a la re-creación de experiencias y actitudes reconocibles, a las cuales responden las personas (Hall, 1984: 104). El peligro surge porque tendemos a pensar en las formas culturales como completas y coherentes: o bien totalmente corrompidas o totalmente auténticas. Cuando por el contrario, son profundamente contradictorias. Stuart Hall no las considera como sistemas manipuladores ocultos que operan sobre audiencias pasivas, sino como medios por los cuales circulan significados y prácticas que los consumidores reutilizan para definir sus identidades sociales y para trazar líneas de comportamiento. El centro de atención en la resistencia, propio de la perspectiva de los Estudios Culturales en las décadas del sesenta y setenta, hace hincapié en el potencial de crítica y cuestionamiento activo de los consumidores frente a las fuerzas y estructuras de dominación de la sociedad.

El concepto de cultura popular puede también referirse a todas aquellas manifestaciones producto de una formación social específica (“folk” en oposición a “masa”), un producto que nace de la gente, de las necesidades de una comunidad, y que supone no solo un control ideológico del pueblo sobre los medios de producción sino también un consumo activo de los mismos. Esta definición de tintes herderianos y románticos⁷ es la que produce la ideología de la autenticidad y se opone a la definición anterior de la cultura popular como producción en masa. El concepto de música pop es muy ambiguo, y en función de contextos y audiencias su significado varía notablemente, y es común que pop y rock se usen incluso como sinónimos⁸.

En *Palabras clave* Raymond Williams (1976) presenta una definición social de la cultura como descripción de un estilo particular de vida y la expresión

⁷ Bajo la influencia del filósofo alemán Johann Gottfried Herder y el romanticismo alemán del siglo XIX, el término “cultura” se utiliza para describir a los diferentes pueblos y naciones, y sus formas de vida y pensamiento (Williams, 1976).

⁸ Esta distinción se da sobre todo en los Estados Unidos pero en Gran Bretaña el pop no tiene connotaciones negativas. Un intento de dar solución a este problema es el artículo de S. Frith La música pop (2006).

de ciertos significados y valores dentro de una comunidad. Esta definición de cultura es la que predomina en el campo de las ciencias sociales desarrolladas como áreas autónomas de conocimiento desde mediados del siglo XIX y en el siglo XX, a partir de los aportes de la sociología o la antropología social⁹.

Stuart Hall y Paul Du Gay definen la cultura como el modo de vida (*way of life*) de grupos, sociedades, naciones y períodos históricos específicos. Este concepto supone la existencia de una pluralidad de culturas diferentes, cada una de ellas con su propio esquema de valores y significados construidos para finalidades particulares. En este sentido, la cultura es entendida como estilo de vida y, dentro de ella, la producción y circulación de significados es un tema central. Por tanto, el rol de los significados en la sociedad y su representación en la cultura a través del lenguaje (en sistemas semióticos complejos como la pintura, la fotografía, la literatura, los medios de comunicación, la música o la tecnología) son aspectos destacados de este concepto de cultura.

Por otra parte, Hall sostiene que el estudio de la cultura debe recoger lo mejor del análisis culturalista, su concreción histórica, y para ello propone la teoría de Antonio Gramsci como medio para superar tanto el idealismo como el reduccionismo ya que según el teórico: “Como los estructuralistas, Gramsci resistió el intento de alinear las cuestiones culturales e ideológicas con la clase y la economía, repudiando el *economicismo* y otras formas de reducciónismo” (Hall, Hobson, Lowe y Willis, 1980: 35). Para explicar la relación entre culturas dominantes y dominadas Hall utiliza la noción de hegemonía:

Gramsci usó el término ‘hegemonía’ para referirse al momento en que la clase dominante es capaz no sólo de ejercer coerción sobre una clase subordinada para que se amolde a sus intereses, sino de ejercer una ‘hegemonía’ o ‘autoridad social total’ sobre las clases subordinadas. Esto envuelve el ejercicio de una clase especial de poder –el poder de estructurar alternativas y de contener oportunidades, de ganar y delimitar el consenso, de tal forma que la

⁹La definición social de “cultura” se acerca al concepto de “representaciones colectivas” de Emile Durkheim que hace referencia a los significados compartidos, a los valores y normas que un grupo particular de individuos expresan a través de las formas de comportamiento, los rituales, las instituciones, los mitos, las creencias religiosas y a través del arte.

concesión de legitimidad hacia las clases dominantes aparezca no sólo como ‘espontánea’ sino natural y normal–. (Hall y Jefferson, 1977: 38)

Antonio Gramsci reflexiona en términos de *dominación*; por eso, la dicotomía entre *alta cultura* y *baja cultura* se reescribe en su línea de pensamiento con categorías como clase dominante y clases subalternas. Quizás un aporte central de su perspectiva es que piensa la categoría de *pueblo* como múltiple y heterogénea: “el conjunto de las clases subalternas de cada una de las formas de sociedad hasta ahora existentes (Gramsci [1976], 1986). Señala, además, que las *clases subalternas* que conforman lo que se ha dado en llamar “pueblo” tienen una concepción de mundo no elaborada y asistemática. Aparece el registro de lo múltiple, lo diverso y yuxtapuesto, las sobrevivencias. Frente a esto, la clase dominante justamente lo es porque posee una concepción de mundo elaborada, sistemática, políticamente organizada y centralizada, y ha logrado imponerla al resto del entramado social.

Gramsci se encuentra en el centro del problema del estudio de la cultura popular, y a partir de su pensamiento ya no puede sostenerse que ésta sea unívoca. Además, para pensar el proceso de dominación social, Gramsci utiliza el concepto de hegemonía como un proceso en el que una clase logra que sus intereses sean reconocidos como suyos por las *clases subalternas*, incluso y sobre todo si van en contra de los propios intereses. En efecto, la hegemonía es la capacidad de un sector o grupo de sectores de una clase social de generar consenso favorable para sus intereses y hacerlos equivaler como intereses generales.

Todo estrato social tiene su propio sentido común y su juicio; en el fondo, es la concepción de la vida, y del hombre, más difundida. Toda corriente filosófica deja un sentimiento de sentido común: es el documento demostrativo de su efectividad histórica. El sentido común no es algo rígido e inmóvil sino que se transforma continuamente, se enriquece con las nociones científicas y las opiniones filosóficas que han pasado a formar parte de la costumbre. El *sentido común* es el folklore de la

filosofía y está siempre a medio camino entre el folklore propiamente dicho (es decir, tal como se lo entiende habitualmente) y la filosofía, la ciencia y la economía de los científicos. El *sentido común* crea el futuro folklore, es decir, una fase relativamente rígida de los conocimientos populares de una determinada época y un determinado lugar. (Gramsci, 1974: 82)

Gramsci afirma, entonces, que el *sentido común* se constituye, por un lado, a partir de nociones rígidas y arcaicas y, por otro, a partir de saberes que provienen de la instrucción escolar. La educación pública, en tanto representa las nociones más modernas del sentido común, supone un freno a las concepciones más primitivas que amenazan a las masas y que podrían desembocar en la barbarie, pero, a la vez, debido a que está bajo la hegemonía de las clases dominantes, no puede sino seguir el orden social que estas clases han instaurado, un orden natural o un efecto de naturalización.

En este sentido, y para entender el concepto gramsciano de hegemonía, hay que tener en cuenta que el pensador marxista reconoce dos grandes planos superestructurales: 1) la sociedad civil, como el conjunto de organismos llamados privados, y 2) la sociedad política o el Estado. El Estado posee dos brazos mediante los cuales ejerce dos funciones: 1) la hegemonía ejercida por el grupo dominante en toda la sociedad (civil y política), y 2) el dominio, que se expresa en el gobierno jurídico y el aparato represivo.

La hegemonía social es el consentimiento de las grandes masas de la población a la dirección impresa a la vida social por el grupo dominante, consentimiento que proviene del consenso logrado por la clase dominante a través del prestigio obtenido por su posición y función en el mundo de la producción. El *dominio*, o gobierno político, es el “aparato de coerción estatal que asegura legalmente la disciplina de aquellos grupos que no consienten” (1974: 82), pero que se puede constituir como aparato de represión para toda la sociedad en previsión de los momentos de crisis (pérdida o debilitamiento de la hegemonía social, o sea, del consentimiento por consenso).

La hegemonía pretende, entonces, buscar la homogeneidad, crear un

conformismo social que sea útil a la línea de desarrollo del grupo dirigente, incluso, y especialmente, en aquellas zonas que en derecho se llaman de indiferencia jurídica, es decir, la moralidad, las “buenas costumbres”, etc. La situación habitual del gobierno político es la hegemonía; sólo aparece el dominio como coerción o represión estatal en situaciones de debilitamiento o crisis de hegemonía.

Ahora bien, el Partido Revolucionario, es decir, aquel que tiene como misión abolir el orden jurídico que el *sentido común* –en tanto herramienta de la clase (y para la clase) dominante y construida por ella- pretende hacer pasar por natural y necesario, debe dar una batalla en el campo cultural a fin de hacer caer la hegemonía de las clases dominantes. Así, la lucha política no se circscribe únicamente a la conquista del Estado, sino que se extiende a toda la sociedad civil. El concepto de hegemonía fundamenta teóricamente esta lucha. El partido tendrá que generar una política correcta en el ámbito “ideológico-cultural”.

La prensa, las revistas culturales y la acción de los docentes “conscientes” son los responsables de llegar a la práctica una crítica de la institución pública entre las masas; podría decirse que actúan como mediadores entre el partido y la sociedad civil, y que ésta es, en definitiva, la función de los *intelectuales*. El mismo Gramsci emprende esta labor analizando las distintas publicaciones que circulaban en el momento de su detención. En este sentido, es interesante advertir que no solo tiene en cuenta los contenidos de los artículos, sino también sus canales de distribución, su estilo, sus redactores y hasta su tipografía¹⁰.

Pero la hegemonía no se da de modo pasivo como forma de dominación, ni se constituye de una vez para siempre. Debe ser continuamente renovada, recreada, defendida y modificada. Porque es continuamente resistida, limitada, alterada, desafiada por presiones que no le son propias. La hegemonía está siempre en un equilibrio muy frágil y precario, y tiene que mantenerlo a expensas de cambiar, incorporar, neutralizar y excluir aquellas prácticas que pueden ponerlo en cuestión. Recurrir a la sola represión estatal es reconocer su derrota, es poner al

¹⁰La categoría de hegemonía fue tomada y desarrollada con posterioridad, sobre todo por líneas del pensamiento marxista. Para Raymond Williams, por ejemplo, la hegemonía está constituida por relaciones de dominación y subordinación que dan la impresión de ser presiones y límites de la simple experiencia y el sentido común; es, por lo tanto, un cuerpo de prácticas culturales (Williams, [1977], 1980).

desnudo que se trata de una dominación, que justamente es lo que enmascara mediante el mecanismo del consenso. De allí que pueda pensarse la *contrahegemonía* o *hegemonía alternativa*. La hegemonía es dominante pero jamás lo es de un modo total o exclusivo. Siempre existen formas alternativas u opuestas en el seno de las prácticas culturales, zonas de resistencia. La *función hegemónica* es controlar, neutralizar, transformar e, incluso, incorporar las formas de oposición. La hegemonía es vista así como un proceso activo, no como una *dominación* inmodificable.

En el sentido expresado, “hegemonía” es una categoría que resulta muy productiva para pensar la *cultura popular*. Porque si por un lado se puede cuestionar que la *cultura dominante* (mediante la hegemonía) produce y limita sus propias formas de *contrahegemonías culturales*, por otro, la importancia de prácticas de la cultura popular, aunque afectadas por los límites y presiones hegemónicos, constituyen –aunque sea en parte– rupturas significativas; y si bien pueden ser neutralizadas, reducidas, reapropiadas e incorporadas, elementos activos de ellas se manifiestan, no obstante, independientes y originales.

Repensar el concepto de *cultura popular* en y a través del concepto de hegemonía es definirlo como un sistema de relaciones entre *clases sociales* que constituye uno de los sitios para la producción de *consenso*, pero también de *resistencia* al consenso. Desde allí se piensa que siempre hay un elemento de la cultura popular que *escapa* o se opone a las fuerzas hegemónicas. En ese sentido, la cultura popular es una cultura de conflicto para las clases dominantes. Desde Gramsci, el problema es poder establecer si ese enfrentamiento se da desde un espacio progresista o, por el contrario, conservador o reaccionario, ya que las culturas subalternas en su multiplicidad pueden estar conformadas por uno u otro polo. Pero, si hay resistencia puede aparecer *evasión*. La cultura popular ha mantenido su carácter evasivo en cuanto resistente. Evitar la captura y el enfrentamiento directo es su lógica. Desde esta perspectiva, la *cultura popular* actúa como forma erosiva, que amenaza desde adentro.

La hegemonía es negociada en el terreno de las superestructuras donde se estructuran las definiciones competitivas del mundo. No prescribe los contenidos, sino los límites del debate descansando su poder, en última instancia, en la fuerza

y la coerción. Sin embargo, la hegemonía no puede ser ejercida tan sólo mediante la violencia, sino que implica ante todo consenso. No se trata de imponer falsas ideologías en las clases dominadas sino de integrarlas en la estructura social.

Además, supone un constante movimiento, no es estática, porque es disputada entre las diferentes fracciones de clase que la ejercen en un momento histórico concreto; es decir, es un “equilibrio móvil” que debe ser ganado, no es un universal dado. El concepto de hegemonía, mantiene, supone un avance sobre las teorías de la “falsa conciencia” (Lukács) y la “sociedad unidimensional” (Marcuse), al describir el funcionamiento de la estructura social y las interrelaciones de la base y la superestructura.

2. EL CIRCUITO DE LA CULTURA DENTRO DE LOS ESTUDIOS CULTURALES

Los Estudios Culturales han supuesto una reconsideración de la importancia de las humanidades como un todo, centrándose en nuevos temas y contenidos, nuevos medios y nuevos paradigmas teóricos y metodológicos. El término estudio cultural tiende a establecer un área de conflicto entre el sentido de los textos y las relaciones con sus contextos de producción y recepción, la representación y lo representado, la producción cultural y el ámbito en el cual dicha producción toma cuerpo (Bathrick, 1992). Para analizar los productos de la cultura, los Estudios Culturales hacen uso de múltiples disciplinas y métodos como la Teoría de la Literatura, la Historia, la Sociología, la Antropología, la Semiótica o la Filosofía.

Una de las principales líneas de investigación de los Estudios Culturales ha sido el análisis de la cultura popular y los medios de comunicación de masas (películas, televisión, música, video, publicidad, etc.), es decir, aspectos de la cultura viva y de los modos en que los consumidores se relacionan con los productos culturales ofreciendo diversas y complejas respuestas en el proceso de construcción de significados. En este sentido, la crítica del pesimismo sobre la “cultura de masas” y la revaluación de la “cultura común” son aspectos que caracterizan la obra de Raymond Williams, Richard Hoggart y E.P. Thompson, autores de los textos fundamentales de los Estudios Culturales producidos durante la década de 1950. El objeto de estudio de esta escuela es la conexión o interacción entre cultura y poder, es decir, los vínculos de la cultura y sus significados con otras esferas de la vida social como la economía, la política, la estructuración de clases y la conformación de género aunque se estudien coyunturas históricas específicas muy diferentes.

Al analizar la génesis de los Estudios Culturales, notamos que la principal contribución procede de dos grandes corrientes o paradigmas, que estructuraron el campo conceptual y los debates en torno a la cultura. Por un lado, se encuentra el paradigma culturalista, emanado del trabajo de los mencionados Hoggart, Williams y Thompson. Se caracteriza por considerar que la cultura son los

significados surgidos de la “materia prima” material y social de grupos y clases, fundamentados en sus condiciones históricas, mediante los cuales los individuos afrontan su existencia y desarrollan las prácticas y tradiciones que expresan dichos valores. Es una concepción enfrentada al determinismo marxista de la base sobre la superestructura, pues mantiene que la estructura sólo se entiende al ser vivida¹¹.

Y, por otro lado, encontramos el paradigma estructuralista, de orientación durkheimiana. En este caso, se utiliza más el concepto de *ideología* que el de *cultura*, teniendo un tinte a-histórico y sincrónico. El estructuralismo atacó también el determinismo de la metáfora base-superestructura, si bien dejando de lado la determinación para concentrarse en la lógica interna de la superestructura, del sistema ideológico inconsciente. Así lo hizo Lévi-Strauss, utilizando la teoría del último Durkheim, y Althusser que desde el marxismo tendió a reforzar la “autonomía relativa” de las ideologías (definidas como categorías inconscientes mediante las cuales se viven las condiciones) utilizando el concepto de *sobre-determinación*.

2.1 El trabajo de los Estudios Culturales

A diferencia de las disciplinas académicas tradicionales, los Estudios Culturales desarrollaron un campo de estudio interdisciplinario, recurriendo a áreas del saber diversas y préstamos de la teoría literaria, la lingüística y las formas vanguardistas de la literatura y la crítica (Jordan, 1986). Stuart Hall (1990) sostiene que “los Estudios Culturales comienzan con el debate en torno a la naturaleza social y al cambio cultural en Gran Bretaña, en el período de posguerra”. El autor se refiere a un cambio en la estructura de la cultura tradicional británica a partir de las nuevas formas culturales introducidas por la sociedad de consumo. La mayoría de los teóricos involucrados en esta nueva perspectiva sociocultural de la enseñanza en el campo humanístico (Hoggart,

¹¹El determinismo que supedita la cultura y el orden institucional de la estructura o base material de la sociedad está presente en el marxismo más mecanicista y en los escritos económicos de Marx, si bien la posición de Marx al respecto no es unívoca y en los escritos de tinte más filosófico no acepta este reduccionismo. El todo, en el paradigma culturalista, se lee como parte de la experiencia particular al estar la cultura entrelazada con las prácticas sociales y ser inseparables.

Williams, Thompson, Hall), ejercieron como profesores en comunidades de clase trabajadora.

Después de la segunda guerra mundial comenzó a producirse en Europa occidental, un fenómeno principalmente americano, que fue la invención de la cultura juvenil como entidad separada de la cultura (como rito de transición entre la niñez y la adultez). Se creó entonces un mercado específico con sus propios productos (ropa, música, idiolectos, temáticas específicas como la sexualidad, el amor y el tiempo libre) dentro de un sector emergente del consumo que disponía de dinero para gastar. Así, el nacimiento y evolución del mercado de la juventud puede explicarse, en gran medida, por la creciente organización y especialización del mercado general de los bienes de consumo y por el desarrollo de una idea liberal de la sociedad y de su cultura.

En *The Uses of Literacy* (1957) Hoggart se focaliza en el advenimiento en Inglaterra de la cultura de masas impuesta por la industria cultural americana y la consecuente pérdida de las estructuras comunitarias que hacían posible una cultura popular entre la clase obrera. Ante la evidencia de que el mundo de la cultura popular británica estaba cambiando considerablemente después de la posguerra, Hoggart plantea la necesidad de mover el análisis cultural en la educación estableciendo nuevas o mejores vinculaciones con otras disciplinas. La idea central de Hoggart es que los objetos de la cultura son portadores de significados y por ende ayudan a definir una perspectiva y un orden de valores dentro de la sociedad que los consume. Así, llega a la conclusión de que la cultura de las clases populares puede ser más reveladora de lo pensado: “Estamos solo empezando a comprender la compleja naturaleza de las más características producciones de la televisión [...] y conocemos poco acerca de la relación de la música “pop” con las gentes que la escuchan o la tocan para ellos mismos” (1970: 199).

Stuart Hall y Paddy Whannel (1964) plantearon la necesidad de una reestructuración de los contenidos escolares sobre la enseñanza de la cultura popular. El objetivo de los autores fue reemplazar la definición generalizada de la misma, como producto de calidad inferior destinado al consumo indiscriminado de “las masas”, por una definición que estableciera jerarquías de valor, con la

finalidad de “instruir” a las audiencias para que seleccionen de manera crítica los productos que consumen. Esta tesis es también conocida como leavisismo de izquierda¹² puesto que propone una educación ciudadana basada en la resistencia, desde una “cultura minoritaria” (o, lo que posteriormente definirán como subculturas), a la creciente diseminación de la cultura de masas. Hall y Whannel propusieron, al igual que F.R. Leavis, introducir en las escuelas un programa educativo que cuestione los valores de la industria cultural de masas. A diferencia del segundo, los primeros argumentaron que esta cultura minoritaria de resistencia podía también encontrarse dentro de las fronteras del campo de la cultura popular y no solo en el dominio de la alta cultura. Así, las fuentes que Hall y Whannel consideraron legítimas dentro de la cultura popular (jazz, blues, folk) se impusieron por sobre el estudio del pop comercial y abrieron el camino hacia una política de la autenticidad en los estudios sobre la música popular, junto con la búsqueda de expresiones musicales dentro de comunidades específicas (subculturas), centrados en la juventud como nueva categoría social¹³.

Las subculturas (cultura y subcultura)

Las teorías de Dick Hebdige no pueden entenderse sin hacer referencia al *Centre for Contemporary Cultural Studies*, fundado por Hoggart en 1964. El CCCS fue la cuna de los Estudios Culturales, esta nueva área de investigación y teorización sobre la cultura popular de la segunda mitad del siglo XX. Como ya se ha dicho, el principal centro de interés científico de la Escuela de Birmingham era el análisis de las culturas vividas; es decir, de cómo los seres humanos vivían simbólicamente su mundo social. La cultura refleja el nivel en el cual los grupos sociales desarrollan distintos modos de vida y dan forma expresiva a su existencia social y material. Existen culturas dominantes y dominadas en cualquier grupo y sociedad. Por tanto, no se puede hablar de una Cultura, sino de múltiples culturas organizadas en sistemas jerárquicos de dominación.

¹² La propuesta de Leavis, en consonancia con el proyecto arnoldiano de enseñanza de la cultura, representa una posición conservadora y promueve la adopción de un programa educacional elitista por medio del cual solo una minoría de estudiantes tiene acceso al estudio de la cultura.

¹³ En trabajos posteriores como *Subcultures: The Meaning of Style* (Hebdidge, 1979).

Esta perspectiva neomarxista de la cultura, heredera del trabajo de Antonio Gramsci, está fuertemente influenciada por los cambios sociales de los años sesenta: la desindustrialización, el paro, la delincuencia y el asentamiento masivo de minorías étnicas y religiosas, principalmente de paquistaníes, hindúes y jamaiquinos. Políticamente, el CCCS estuvo ligado a los desarrollos de la izquierda británica, en especial de la Nueva Izquierda (*New Left*), con la que compartió ideas socialistas, antirracistas y antiimperialistas. Abogaban, en el plano económico, por la nacionalización de la economía, la abolición de la educación clasista y por la mejora de las condiciones de vida de la clase obrera. El CCCS adoptó en general una postura optimista sobre la resistencia de la cultura obrera a “los asaltos de los mass media” (Jordan, 1986: 40), siendo esta su principal preocupación desarrollada a partir de los conceptos de “clase” y de “subcultura”. En el artículo de John Clarke, Stuart Hall, Tony Jefferson y Brian Roberts “Subcultures, cultures and class” se define la relación entre clase y subcultura a partir de los conceptos de negociación, resistencia y lucha: “las relaciones entre una cultura dominante y otra subordinada son siempre intensamente activas, oposicionales.” (1975: 103).

Las subculturas, como variaciones de la cultura general, se insertan dentro del esquema global de clases a modo de formaciones culturales dentro de redes culturales más amplias. Las subculturas se encuentran en relación a las redes de clase. Así, se habla de “relaciones parentales” o “culturas parentales” como las relaciones entre la subcultura y su cultura de clase origen (por ejemplo, la clase obrera o la clase media). Son un subsistema de esta cultura parental y, del mismo modo, están en relación con la cultura dominante:

Las relaciones entre clases, las experiencias y respuestas al cambio dentro de diferentes fracciones de clase, son vistas ahora como el nivel determinante. Sin embargo, la subcultura es vista como una clase de respuesta específica, con su propia estructura de significados –su propia ‘autonomía relativa’-. Así, el intento de pensar el problema directamente a través del nivel de las formaciones sociales como un todo (donde las relaciones de clase son determinantes) es hecho no por

represión sino por conservación de lo que es específico acerca del concepto intermediario de subcultura. (Hall y Jefferson, 1977: 35)

Los miembros de las subculturas pueden comportarse de modo diferente a los de la cultura de clase de la que proceden, pero siguen ligados a ella. Pueden establecer respuestas sociales diversas y diferenciadas a su posición natural de clase, pero la pertenencia a la subcultura no impide a sus miembros padecer las limitaciones y ventajas de su clase.

La vinculación de las subculturas a la clase social intentó ser pasada por alto en la teoría social posterior a la Segunda Guerra Mundial. Bajo las nociones de enriquecimiento, consenso y aburguesamiento intentó diluir o eliminar la clase en la explicación del cambio social. En este ámbito, la aparición de las subculturas juveniles fue interpretada, en términos generales, como una clara muestra de la desaparición de la clase, sustituida por una cultura juvenil. Esta teoría, sin negar la realidad de estos fenómenos, rechazó la desaparición de la clase como variable explicativa del cambio social, vislumbrando bajo la cultura juvenil un fenómeno más complejo que escondía un substrato de clase social.

La clase es vista como condición previa a la subcultura, siendo ésta expresión de una fracción de clase. Quedaría por explicar el nivel individual, es decir, la actuación individual respecto a la subcultura y a la cultura. Esta relación es descompuesta describiendo el funcionamiento social en tres niveles (Hall y Jefferson, 1977: 57): la estructura, que está compuesta por el conjunto de posiciones y experiencias de clase en relación con las principales instituciones y estructuras sociales; la cultura o respuestas estructuradas socialmente a esas condiciones sociales y materiales; y la biografía o “carrera de los individuos” a través de las estructuras y culturas. Este último nivel tan sólo tiene sentido en términos de estructura y cultura en torno a la cual los individuos se construyen a sí mismos¹⁴.

El estudio subcultural relaciona el análisis de la música popular con el de

¹⁴ Esta descripción de los conceptos de cultura y subcultura ha sido ampliamente utilizada por Hall para describir las diferentes respuestas que adopta la clase obrera a sus condiciones materiales de existencia. Un buen ejemplo de ello es su descripción de las culturas negras en el Reino Unido (1970c; 1991g; 1992b; 1993j; 1995; Hall, Critcher, Jefferson, Clarke y Roberts, 1978) o del movimiento *hippie* de los años setenta como subcultura unida a las clases medias (1968; 1972b).

la cultura juvenil, a partir de la homología¹⁵ entre las formas culturales y las formaciones sociales. Este argumento (Hall, 1975; Hebdige, 1979) considera que determinadas manifestaciones de la cultura popular de posguerra están asociadas directamente con el público juvenil, una tesis que se considera válida para el análisis de determinados contextos históricos pasados pero que, como ya hemos anticipado, presenta fallos para el estudio de las formas culturales y sociales contemporáneas.

Los Estudios Culturales cuestionan precisamente la determinación directa y única de la estructura sobre la superestructura a partir de la crítica althusseriana, para hablar de articulaciones ideológicas plurales que determinan diferentes posiciones discursivas del sujeto en el esquema de producción. Para el estudio concreto de las subculturas, esto supone que no existe una relación directa entre clase social y gustos musicales, por ejemplo, sino que éste es un elemento dentro de un sistema de signos ideológicos que influyen sobre el consumo cultural.

La expansión de los Estudios Culturales

Muchos de los supuestos y bases teóricas del trabajo de Hall apenas tienen ya impacto en los Estudios Culturales, que cada vez han ido adquiriendo más un tinte post-moderno y postestructuralista alejado del marxismo. Y, sin embargo, su figura continúa siendo reclamada una y otra vez, sobre todo cuando se trata de legitimar la disciplina. Solamente Raymond Williams le hace sombra en este papel legitimador, no aceptado complemento por ninguno de los dos. Sin duda, Hall tampoco aprueba las políticas de micro-grupos presente en los Estudios Culturales actuales (Jameson y Zizek, 2001: 84 y ss), que descomponen el objeto de estudio en múltiples visiones particularistas evitando el discurso unificador.

El marxismo es el gran hilo conductor de Stuart Hall y los Estudios Culturales de Birmingham no obviaron tampoco esta influencia. La obra de Hall

¹⁵ El término homología define una relación de correspondencia entre diferentes partes de un organismo. El marxismo toma prestado de la biología este concepto y lo adapta a su teoría de la educación. Para Marx, la escuela reproduce a la fábrica en la división social del trabajo y la separación entre trabajo físico e intelectual. En el campo de la sociología de la cultura, el análisis de Pierre Bourdieu también utiliza el concepto de homología estructural para describir el modo en que los gustos culturales están determinados por los *habitus* y la posición del sujeto en el campo social a partir de la categoría de clase.

es teoría crítica marxista mientras que el giro post-moderno de los Estudios Culturales, coincidente por lo demás con el paso de esta disciplina a los Estados Unidos, no es contemplado con buenos ojos por éste ni por otros autores de los Estudios Culturales británicos. Así, la obra de Hall puede ser vista como una continua pugna por mantener vivo el marxismo evitando sus formas vulgares-deterministas y dotándolo de una complejidad que lo convierta en una eficaz herramienta de análisis político, en primer lugar, y de lucha posteriormente.

A partir de la década del noventa, la metodología y los conceptos del análisis subcultural del CCCS de Birmingham comenzaron a ser cuestionados por varios autores dentro de la misma escuela (Middleton, 1990). En su estudio sobre la música dance y las *club cultures*, Sarah Thornton (1996) argumenta que las subculturas son categorías de mercado producidas por los discursos mediáticos (al igual que, por ejemplo, la ideología de la autenticidad) y no por movimientos o formaciones sociales espontáneos de resistencia contra estos discursos. Por lo tanto, dice Thornton, las subculturas están siempre sujetas a la lógica comercial:

Se definen como grupos sociales que han sido etiquetados como tales. En tanto vehículos del capital subcultural, las subculturas marcan distinciones, establecen jerarquías, reclaman exclusividad, trasladando mecanismos de diferenciación típicos de la sociedad burguesa dentro de la cultura juvenil (Thornton 1995: 66, 162, 112-13).

El lenguaje que utiliza Thornton ("consumidores", "marcas", "etiquetas", "mercados de nicho") sugiere un cambio significativo en el discurso académico sobre la música popular que se desplaza de las teorías sobre el potencial de cambio político-social y resistencia de la cultura popular, hacia una nueva crítica del consumismo. En este sentido, la música continúa siendo uno de los aspectos centrales de la comunicación social y uno de los elementos que determinan los hábitos de consumo y la identidad individual y colectiva de las personas. No obstante, las prácticas culturales de estas nuevas formaciones aun pueden ser estudiadas a partir de la tradición teórica del CCCS, complementada con la incorporación de otros marcos teóricos que los mismos Estudios Culturales han

desarrollado en las décadas posteriores, principalmente ciertos aportes de la Open University a mediados de los noventa, y, como proponemos en nuestra tesis, con la sociología de la cultura de la escuela francesa de Bourdieu.

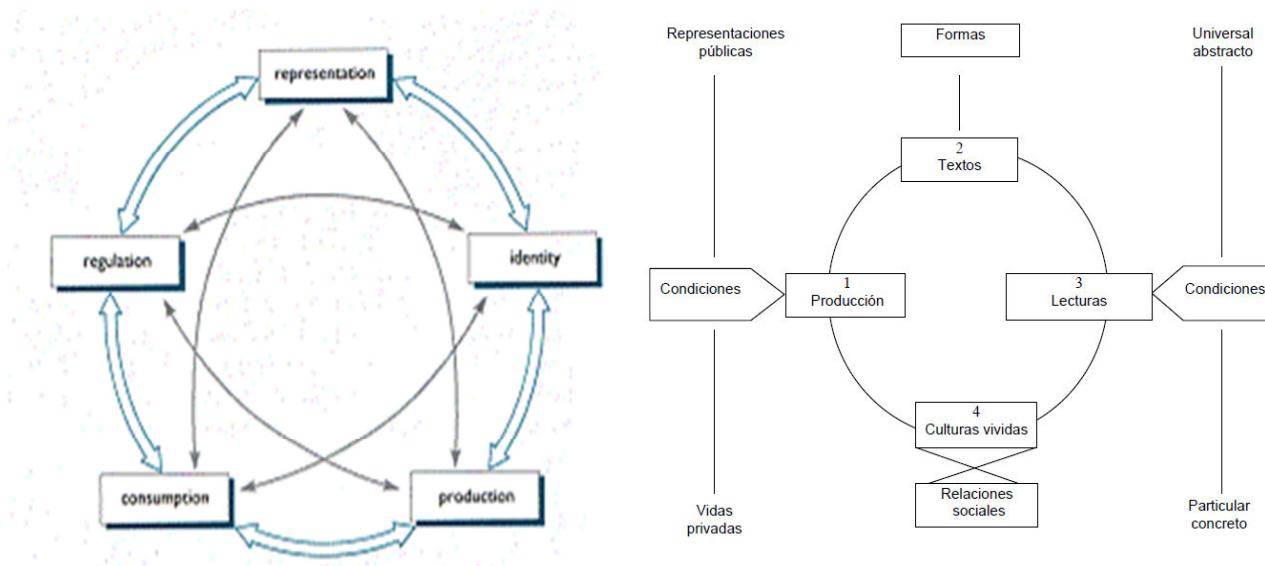
Según Martín Barker y Anne Beezer (1994), el principal desplazamiento teórico desde los Estudios Culturales practicados en Birmingham durante los años setenta (época en la que Hall realizó su contribución más significativa) hasta su difusión internacional en los noventa consistió en el paso de una noción del poder textual a una valoración de la estrategia interpretativa de la audiencia. El marxismo que infundía aliento al proyecto auspiciado por Stuart Hall perdió su lugar: “Los Estudios Culturales han cambiado su base fundamental de manera que el concepto de *clase* ha dejado de ser el concepto crítico central. En el mejor de los casos, ha pasado a ser una *variable* entre otras muchas, pero frecuentemente entendido ahora como un modo de opresión de pobreza; en el peor de los casos, se ha disuelto” (Barker y Beezer, 1994: 25).

En su crítica de los Estudios Culturales Carlos Reynoso distingue claramente entre los Estudios Culturales del *Centre for Contemporary Cultural Studies* y los Estudios Culturales posteriores (2000: 36 y ss), señalando que los presupuestos teóricos holistas de Stuart Hall lo alejan del discurso textual posmoderno aunque exista cierto coqueteo con este tipo de análisis. Por otro lado, Jeffrey C. Alexander (2000) cataloga el trabajo de Hall y de la Escuela de Birmingham dentro de las teorías débiles de la Sociología de la Cultura. Su principal crítica se centra en que la teoría del CCCS aún mantiene una visión determinista que supedita la cultura a lo social. Este punto, sin embargo, será replanteado a través del modelo teórico del circuito de la cultura.

2.2 El circuito de la cultura

Antes que Hall, es Johnson (1986-7) el que presenta un primer diagrama del circuito de la producción, circulación y consumo de productos culturales, señalando que cada aspecto en él depende de los otros y es impensable separado de la totalidad. El circuito implica movimientos entre lo público y lo privado y entre las formas más abstractas y concretas. Su tesis es que la aplicación de este modelo puede reunir los tres principales enfoques de investigación de los Estudios

Culturales basados en la producción (sociología), en los textos (semiótica) y en las culturas vividas (antropología). No obstante, la unión de los tres lineamientos teóricos funcionarían solo si cada enfoque fuera transformado, de modo tal de adecuar las incompatibilidades teóricas entre los planteamientos, buscando los puntos de encuentro o de articulación entre ellos.



1 El circuito de la cultura de Hall/DuGay y el esquema de Johnson

El estudio sobre el Sony Walkman fue el resultado de la investigación llevada a cabo por Hall y Du Gay y otros colaboradores a lo largo del curso *Culture, Media and Identities* dictado a mediados de los noventa en la Open University de Inglaterra. El libro constituye una introducción sociológica al campo interdisciplinario de los Estudios Culturales dentro del contexto general de las teorías del “giro cultural” en las ciencias sociales. Recientemente (2013) se ha publicado una reedición de *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman* en la que se plantean algunos cambios importantes a nivel epistemológico y contextual, aunque los autores siguen defendiendo la utilidad del circuito de la cultura como modelo heurístico. En la revisión del texto, los autores señalan, por ejemplo, algunos cambios en la relación entre consumidores y productores a partir de la implementación de ciertas prácticas y técnicas de marketing como las llamadas “innovaciones impulsadas por el usuario” (*user-driven innovation*). Al mismo tiempo, conceptos como el construcciónismo social

y el giro cultural mencionado anteriormente, han perdido relevancia en el contexto actual debido a un “giro hacia la materialidad” (*turn to materiality*) y de la cultura, el discurso y la significación a las prácticas materiales.

En la primera edición del texto de 1997, Paul Du Gay y Stuart Hall presentaron un esquema teórico similar al de Johnson para el análisis cultural. El estudio está dividido en seis secciones que reflejan la estructura de este modelo del circuito y analiza, paso por paso, cada uno de los procesos mencionados y los puntos de articulación que se establecen entre las partes que lo componen. Este modelo de análisis supone una alternativa al esquema comunicativo básico que establece una relación bipartita entre emisor-receptor y, en cambio, desarrolla la idea de un circuito dinámico en el que cinco etapas o procesos se conectan entre sí: representación, identidad, producción, consumo y regulación. Hall y DuGay (1997) retoman el concepto de articulación para describir la relación que se establece entre los componentes de este modelo heurístico, un concepto que les permite explicar la cultura como una red de conexiones entre diferentes procesos y significados.

Asimismo, el concepto de articulación organiza la relación entre la posición y el valor de un tipo de cultura dentro de la sociedad, en función de las circunstancias propias del contexto socio-histórico de producción y consumo. Laclau y Mouffe (1985) definen la articulación como toda práctica que establece una relación entre elementos diversos, de modo tal que la identidad de los mismos resulta modificada como resultado de esa práctica. A la totalidad estructurada resultante de la práctica articulatoria la denominan discurso, dentro del cual existen posiciones o momentos diferenciales. No podemos entrar aquí en todas las complejidades de una teoría del discurso tal como la conciben los autores en diálogo permanente con el concepto de formación discursiva de Foucault. En cambio, nos interesa subrayar que el concepto de articulación supone que el valor de una producción cultural es siempre relativo y diferencial, entre posiciones políticas e ideológicas que puede leerse a través de las prácticas cotidianas, los discursos y las relaciones de poder entre quienes producen y quienes consumen bienes culturales. Hall ha tratado de mantener la noción de articulación como

medio para conservar el concepto de poder y conseguir así estudiar la relación entre la estructura social y cultural.

En el capítulo 1 de *Doing Cultural Studies* se plantean cuestiones sobre la producción de significados dentro de la cultura de los bienes de consumo, defendiendo la idea de que el significado de un producto no está en el objeto en sí, sino en su representación a través del lenguaje verbal o visual. El segundo capítulo se centra en el modo de producción del Sony Walkman y la cultura organizacional de la empresa. Los autores describen una relación de ida y vuelta entre dos conceptos fundamentales, la producción de la cultura y la cultura de la producción, como procesos que permiten comprender al objeto y su comunicación significativa con los consumidores. El capítulo 3 describe cómo se construyen determinadas identidades culturales entre los consumidores y los objetos consumidos anticipando algunas consideraciones que los autores retoman en la cuarta y en la quinta parte para hablar de los procesos y prácticas del consumo cultural en relación con los procesos mencionados anteriormente. En la última sección del libro, Hall y Du Gay presentan el concepto de regulación, mostrando los efectos del walkman en las prácticas sociales cotidianas y el modo en que ciertas instituciones regulan su uso. Dentro del circuito Hall y Du Gay trabajan con las formas de regulación que plantean necesariamente preguntas sobre políticas culturales y luchas por el significado en término de valores, formas de subjetividad e identidad. Por ejemplo, durante las décadas del ochenta y noventa en Inglaterra, el debate público en las sociedades occidentales desarrolladas, se focalizó en el impacto y el rol de la tecnología (la televisión, el video, los ordenadores) sobre la sociedad y, concretamente, sobre la esfera doméstica de consumo. En términos de David Morley, “el discurso público desde los informes gubernamentales, las políticas empresariales y hasta el periodismo cotidiano, describieron una creciente privatización del ámbito familiar, cada vez más aislado de la vida pública, dentro de una cultura de ocio privatizada” (1994: 101). Como consecuencia de esta nueva situación, las tecnologías orientadas al uso cotidiano se desarrollaron hacia la “personalización” del consumo (teléfonos móviles, el walkman, el ordenador, etc.).

Lo que define al Walkman como parte de nuestra cultura según Hall y Du

Gay es precisamente este consumo significativo que aporta valor al objeto dentro de la vida cotidiana. Por ejemplo, la portabilidad de la música (escuchar música mientras viajamos, mientras esperamos un turno), la omnipresencia de la música en diferentes contextos (practicando deporte, en el ascensor, en el museo, en la playa, en la calle o mientras realizamos otras actividades) e incluso su intervención en el paisaje urbano al permitirnos crear “bandas de sonido” para diferentes espacios y situaciones donde nos movemos. Y todas estas prácticas introducen también sus propios aspectos regulatorios, como la piratería (en el caso de las cintas de cassette grabadas), la distracción del usuario del Walkman ante las situaciones cotidianas que requieren atención (conducir el coche, cruzar la calle, atender al profesor en clase, etc.) o la batalla de las marcas y las patentes. Los marcos de regulación no reproducen mecánicamente los valores de la cultura dominante, en cambio, se trata de un proceso dinámico que depende no solamente de las estructuras de poder y las presiones económicas, sino también de las acciones creativas de determinados individuos y grupos.

Volvamos ahora a la relación entre producción, consumo e identidad que constituye el eje del análisis para Hall y Du Gay. La creciente estetización de los productos de consumo ordinario indica que es cada vez más importante considerar a las identidades culturales como parte constituyente de las etapas de producción y comercialización de una multitud de bienes y servicios. Los intermediarios culturales¹⁶ que se dedican a la publicidad, diseño y marketing de estos productos cumplen un rol determinante en la articulación de los procesos de producción y las prácticas de consumo relacionando los bienes y servicios con un conjunto de significados culturales que interpelan a los potenciales compradores. En otras palabras, se preocupan por conseguir que el consumidor se identifique con el producto a través de prácticas significativas y cumplen un rol activo en la promoción del consumo. Su tarea consiste en asociar significados particulares a los productos y servicios que quieren colocar en un mercado determinado.

¹⁶ Du Gay y Hall definen a los diseñadores como “intermediarios culturales” haciendo uso de la terminología de Bourdieu (2013: 56). Con el término intermediarios culturales se refieren entonces al grupo de trabajadores de una empresa que se dedican a la promoción del producto o el servicio orientado al consumo. Son los que articulan (para utilizar el mismo término que los autores) la producción con el consumo a partir de los significados culturales creados por estrategias de branding y marketing..

¿Cómo se construyen los significados? La teoría de los autores sugiere que la representación de un objeto funciona en un plan de analogía y contraste con otros objetos ya conocidos, dentro de una red o un mapa de significados. Así, todo significado se conecta con otras representaciones culturales que permiten definir un nuevo objeto: “representamos lo nuevo conectándolo (*mapping*) con lo que ya conocemos” (Hall, Du Gay, 1997:14). Estas redes de significados o redes semánticas (*semantic networks*) conectan al objeto con determinados discursos sociales o formaciones discursivas como los usos de la tecnología, el campo del entretenimiento, o la sociología de la juventud. Son discursos representativos de un estilo de vida particular con el que los consumidores puedan identificarse.

Con esto los autores sugieren que el objeto material no tiene un significado intrínseco sino que son los productores y consumidores los que, a través de imágenes y palabras, crean conceptos y significados para describirlo y representarlo culturalmente. Estos intermediarios culturales asignan un valor simbólico a los bienes y servicios, articulan la producción técnica (industrial) con el mercado. El consumidor tiene una función activa al relacionar estos productos culturales con su vida cotidiana, a través de significados y valores asociados. En este sentido, el consumo no es el final de un proceso sino el comienzo de otro: es también una forma de producción.

Una de las principales hipótesis de los autores es que dentro del circuito de la cultura existe una red de poder que determina las relaciones entre estos intermediarios culturales con los sujetos productores, los objetos de consumo y los sujetos que reciben las representaciones culturales y las estructuran en sus propios esquemas del *yo*. Retroactivamente, la identificación con una u otra formación cultural –definida oposicionalmente dentro del sistema– establece los márgenes de legitimación de las producciones que el circuito mismo produce. Asimismo, estos conceptos se relacionan con el de representación, vale decir, la producción de significados y conceptos a través del lenguaje. Este es otro aspecto central de la transmisión de significados en una cultura. El sistema de representación es una parte esencial del proceso por medio del cual los miembros de una cultura producen e intercambian significados. En él interviene el lenguaje, los signos y las imágenes que representan determinados valores. Es a través de la construcción de

significados, a partir de los sistemas de representación, que la identidad puede interesar al otro, interesarlo por su propia narrativa.

El Walkman no tiene un significado intrínseco. Son los productores y consumidores los que, a través de las imágenes y palabras, crean conceptos y significados para describirlo y representarlo en el conjunto de objetos de consumo cultural. Estas redes semánticas conectan al Walkman con determinados discursos sociales como los usos de la tecnología, el campo del entretenimiento, la sociología de la juventud o, incluso, la cultura japonesa. Es decir, más allá de su significado literal, el Walkman como dispositivo portátil para reproducir cassettes, está el significado connotativo derivado de estas conexiones semánticas que definen el valor cultural del objeto.

Para profundizar con más ejemplos los factores del circuito destacamos los otros volúmenes de la serie *Culture, Media and Identities: Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (Stuart Hall), *Media and Cultural Regulation* (Kenneth Thompson), *Production of Culture/ Cultures of Production* (Paul Du Gay), *Consumption and Everyday Life* (Hugh Mackay) y *Identity and Difference* (Kathryn Woodward). A continuación presentamos un resumen de los contenidos más relevantes en cada uno de ellos.

3.2.1 Producción

La producción cultural es uno de los principales procesos en la construcción de significados dentro del circuito de la cultura. Esta es la tesis que presenta el volumen *Production of Culture and Cultures of Production* (1997) coordinado por Paul Du Gay. El eje está puesto sobre la relación entre el campo de la cultura y la economía, dos categorías estrechamente relacionadas en los modos de vida y de producción de las sociedades modernas.

El concepto central que define DuGay en la introducción al libro es el de “economía cultural”. Con esta categoría se refiere, por un lado, a la cultura organizacional de la empresa, es decir, a los procesos y prácticas internos (técnicas de gestión, publicidad de bienes y servicios, interacción diaria entre empleados y clientes, etc.) y los valores o significados que transportan. El objeto de análisis es el discurso de la economía y su modo particular de representación o

la elaboración de un lenguaje específico. Al mismo tiempo, el término “economía cultural” hace referencia al contexto social contemporáneo en el que la cultura se ha convertido en un producto de distribución y consumo global. Sony, Warner, Bertelsmann, Disney, todos ellos constituyen una poderosa red de agentes económico-culturales a nivel internacional. Los procesos de formación de identidades corporativas se producen en los niveles macroeconómicos de la economía globalizada, como también en un micro nivel económico, dentro de una misma empresa. Las prácticas culturales de producción son relevantes para pensar la economía del mundo moderno.

En tercer lugar, la producción de muchos bienes y servicios de consumo cotidiano ha recibido una creciente estilización o desarrollo de marca que involucra cuestiones culturales y sociales en la creación de un significado para el objeto promocionado. La misión de una empresa, su visión y los valores que la guían en el cumplimiento de sus objetivos económicos, son elementos tan importantes y significativos como el organigrama ocupacional. En este proceso han intervenido los intermediarios culturales responsables de las áreas de publicidad, diseño y marketing. Como hemos dicho anteriormente, estos profesionales se ocupan concretamente de articular la producción con el consumo asociando bienes y servicios con los significados y prácticas culturales de los potenciales compradores. Su tarea es la de conseguir una identificación entre productores y consumidores a través de la comunicación y representación de determinados valores compartidos.

Un análisis tradicional de la producción en un nivel microeconómico, sería como el que desarrolla Keith Negus, estudiando los patrones económicos utilizados dentro de una empresa, los métodos de manufactura, la organización interna y la distribución del trabajo. Negus señala concretamente el modo en que las personas que trabajan en las industrias culturales están formadas y se relacionan entre sí en función de un conjunto de valores, significados y prácticas laborales que impactan sobre la producción de la cultura. En otro capítulo, Graeme Salaman argumenta que no solo se han “culturalizado” los bienes y servicios de consumo sino que también los procesos y prácticas de organización y producción se han reestructurado en función de este concepto. Los directivos de

las empresas establecen nuevos discursos de ética laboral y cultura corporativa para sus empleados con el objetivo de mejorar el rendimiento de trabajo y el compromiso de todos los trabajadores con los valores de la compañía.

Otros temas pertinentes para el análisis de la producción son, por ejemplo, la relación entre la cultura empresarial de las industrias nacionales en contraste con la política productiva de las transnacionales con filiales en diferentes países que presentan diversas culturas de consumo. Si pensamos en el caso de la industria discográfica, podríamos analizar la expansión de las grandes corporativas (*majors*) en los noventa como Sony, BMG y Virgin. Además podría tenerse en cuenta el impacto de los medios masivos de comunicación y las tecnologías de la información en los mercados culturales, tanto en la instancia de producción, distribución y venta como en la imagen publicitaria, los estilos de vida y el consumo. Se podría estudiar, por ejemplo, el modo en que los intermediarios culturales captan y moldean los gustos culturales y predisposiciones de los consumidores.

Asimismo, Paul Du Gay describe en el último capítulo el modo en que los cambios en la cultura organizacional impactan en la reconstrucción de identidades económicas, no solo de los empleados sino también de los consumidores. Su análisis se centra, particularmente, en la nueva forma de plantear las relaciones entre las esferas de producción/ consumo y trabajo/ tiempo libre generando un tipo de identidad laboral híbrida en los trabajadores, que ocupan a la vez un lugar dentro de la compañía y un lugar fuera como usuarios y compradores.

En conclusión, *Production of Culture/ Cultures of Production* presenta las nuevas relaciones entre las instancias de producción y consumo en un contexto en el que las economías globalizadas plantean un quiebre con las viejas estructuras de trabajo y se centran en el desarrollo de una lógica económica transnacional. La globalización, en tanto fenómeno a la vez cultural y económico, supone la creación de un espacio y una comunidad de consumidores que trascienden las fronteras nacionales abriendo un camino para la expansión del mercado pero generando igualmente serios interrogantes y cuestionamientos sobre la homogeneización de la cultura de consumo.

3.2.2 Representación

En *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (1997) Stuart Hall y otros autores analizan el modo en que la cultura construye significados compartidos que dan sentido a los objetos de uso cotidiano. Estos significados pueden ser transmitidos y compartidos solo a través del lenguaje, un aspecto central de la comunicación cultural que utiliza signos y símbolos (sonidos, palabras, imágenes, notas musicales, objetos) para representar conceptos, ideas y sentimientos. Cada capítulo del libro presenta ejemplos de diferentes áreas de práctica social para analizar los diversos modos de producción y circulación de significados a través del lenguaje. En el circuito de la cultura el significado es construido en todas las instancias: en la definición de identidades, en la producción y el consumo y hasta en las prácticas de regulación de la conducta social. Por ello, el estudio de la representación se centra específicamente en el lenguaje a partir de las herramientas de la sociolingüística, el análisis discursivo y la semiótica.

Por tanto, siguiendo el paradigma construcciónista (semiótico-discursivo) y el giro lingüístico en los estudios sociales, en el capítulo inicial del libro Hall dice que la representación implica la utilización de signos organizados en estructuras lingüísticas (lenguajes de diferente naturaleza) que permiten comunicar significados entre las personas. Así, todo significado es producido a través de varios sistemas de representación o lenguajes. Según el autor, el significado cultural se produce siempre en la práctica, mediante el uso de estos lenguajes particulares.

Los signos remplazan o representan nuestros conceptos, ideas y sentimientos para que otros puedan “leerlos”, decodificarlos o interpretar su significado más o menos de la misma manera en que nosotros los planteamos [...] cualquier sistema representacional que funcione de esta manera puede analizarse según los principios de la representación a través del lenguaje [...] la música funciona como un lenguaje en tanto utiliza notas musicales para comunicar sentimientos e ideas, aunque sean muy abstractas y no refieran de manera directa al

mundo real. (Hall, 1997: 5)

En el marco de la cultura, el concepto de representación y la producción de significado se extiende a unidades de análisis más complejas, es decir, a narrativas, declaraciones, conjunto de imágenes y discursos que reúnen varios textos y conforman áreas de conocimiento, campos autónomos o formaciones discursivas dentro de los cuales se produce una lucha simbólica por el establecimiento de significados y la conformación de lenguajes específicos, una reyerta que depende del poder y la autoridad de determinados sujetos o instituciones dentro del campo. Esta es la perspectiva de análisis que introduce Michel Foucault en textos como *La arqueología del saber* (1969) donde expone su teoría sobre la producción social del conocimiento, un sistema de pensamiento y significados íntimamente conectados con determinadas prácticas sociales y cuestiones de poder. Los objetos particulares de su análisis fueron los discursos producidos dentro de diversas disciplinas del conocimiento en el campo de las ciencias humanas y sociales, y su objetivo principal fue analizar el modo en que los seres humanos se comprenden a sí mismos a través de la cultura y cómo se posicionan en ella a partir de la identificación con determinados significados individuales y compartidos que se producen y comunican a través de estos discursos.

Recapitulando, Hall realiza un recorrido teórico introductorio que comienza con la definición de representación y atraviesa los diversos paradigmas de la teoría constructivista del lenguaje, el enfoque semiótico, el enfoque discursivo y su propia teoría de la codificación y la descodificación de significados en la comunicación cultural. Luego de esta introducción histórico-metodológica sobre las teorías del lenguaje y la construcción de significados culturales, en el volumen dedicado a la representación dentro del circuito de la cultura se presentan varios ejemplos de análisis en torno a la práctica de la fotografía (Peter Hamilton, capítulo 2), el museo (Henrietta Lidchi, capítulo 3), la publicidad, el cine y la ilustración (Stuart Hall, capítulo 4), las industrias de consumo y las revistas de moda (Sean Nixon, capítulo 5) y las series de televisión (Christine Gledhill, capítulo 6). Los temas principales que se estudian en estos casos tienen que ver con la representación de otras culturas en las instituciones

culturales propias, como en el caso del museo, la representación de la masculinidad y las relaciones entre género y sexualidad en la prensa escrita y en la televisión, el paradigma de la fotografía humanista en Francia y la representación de la diferencia (racial, étnica y sexual) y los estereotipos construidos por las formas contemporáneas de la cultura popular, tal y como lo plantea Stuart Hall en el cuarto capítulo.

3.2.3 Identidad

En *Identity and Difference* (1997) Kathryn Woodward plantea la relación entre los conceptos de identidad y diferencia abordando temas como la integración de un individuo en una comunidad social y la relación entre las posiciones subjetivas y las situaciones sioculturales en las que vive. En otras palabras, para Woodward, la identidad aporta al sujeto un sitio en el mundo social y revela información sobre su forma de ser y su forma de relacionarse con los demás, a través de la identificación o la diferencia. En la realidad contemporánea, no obstante, esta identidad se construye a partir de una multiplicidad de fuentes (nacionalidad, etnia, clase social, comunidad, género, sexualidad) que pueden entrar en conflicto entre sí y producir una fragmentación del sujeto de acuerdo a las esferas sociales en las que se posicione. La relación entre diferencia e identificación permite precisamente trazar una frontera entre el adentro y el afuera de una comunidad o grupo.

Las identidades son producidas, consumidas y reguladas dentro del marco de la cultura y guardan una estrecha relación con los otros momentos del circuito de la cultura. La identidad puede estar determinada por su opuesto, la diferencia, a partir de la polarización de conceptos, valores, gustos y hábitos de comportamiento, es decir, de sistemas simbólicos de representación:

Implica marcar una posición identitaria como opuesta a otra, o al menos en relación con otra para poder explicar algunos procesos envueltos en esta actividad de demarcación. La igualdad y la diferencia están determinadas simbólicamente a través de sistemas representacionales y socialmente por medio de la inclusión o

exclusión en un grupo. (1997: 4)

Por ello, dentro de la tradición lingüística en las ciencias sociales, se aborda el tema de las identidades sociales en función del concepto de representación, haciendo hincapié no solo en el origen discursivo de las identidades (Althusser, Foucault, Laclau y Mouffe, Hall), sino también en su origen narrativo (Ricoeur, Taylor, Bruner) desde campos interdisciplinarios como la historia (Sewell, White), la sociología (Vila), la literatura (Novitz) y la psicología social (Bruner, Gergen, Harré). Por poner un ejemplo de esta metodología, el análisis de la relación entre vida cotidiana y relato puede ayudar a comprender el modo en que las canciones populares construyen identidades sociales. En este sentido, y volviendo a Saussure y a su distinción entre lengua y habla, las letras de las canciones pueden interpretarse como actos de habla que aportan a la evolución de lenguajes específicos dentro de campos de conocimiento socialmente determinados.

Otra cuestión relevante en el estudio del concepto de identidad es el debate contemporáneo sobre la “crisis de identidad”. Este tema es uno de los aspectos centrales que se plantean en *Identity and Difference*, porque permite estudiar los cambios que se producen en las posiciones históricas de determinados grupos y su importancia política. Por ejemplo, la comunidad gay define su identidad a partir de la resistencia cultural a las interpretaciones tradicionales sobre la sexualidad, como la reivindicación del rol de la mujer en el caso del feminismo, re-articula los valores dentro del concepto de familia o, también, el de maternidad.

La identidad es relacional y no tiene un significado unívoco o esencial sino uno histórico y discursivo, construido a partir de la representación de la semejanza y la diferencia. Más aun, en los tiempos de la modernidad tardía están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzadas y antagónicas. Por tanto, la construcción de la identidad es un proceso a la vez material, simbólico y social, entre objetos, sujetos, prácticas y comunidades. Para dar un ejemplo, Chris Shilling y Sue Benson centran su análisis de la identidad en la imagen del cuerpo humano, distinguiendo su valor

biológico de los significados que le asigna la sociedad contemporánea, es decir, la industria de la moda, los medios de comunicación, los divos y divas de la tele, etc.

Richard Middleton afirma (1990) que el consumidor no elige libremente sus gustos y que éstos tampoco reflejan directamente su experiencia identitaria. La inclinación de los sujetos por un determinado gusto musical, está siempre determinada por la realidad social y los significados que ofrecen los medios para que el consumidor entienda de una manera u otra lo que es la diversión, el disfrute. Mediante las interacciones ideológicas se concreta la concepción que el individuo tiene de sí y del mundo, estableciendo una relación imaginaria con la realidad, y generando una explicación de esa realidad y de su propia posición como sujeto dentro de las relaciones de producción. En el ensayo Stuart Hall lo explica de la siguiente manera:

Althusser utiliza el concepto lacaniano de “interpelación” para explicar cómo los sujetos son llamados o convocados por las ideologías que los reclutan como “autores” de las mismas. Estamos constituidos por un proceso inconsciente de ideología, a través del reconocimiento y participación en una cadena de significados ideológico. (1985: 13)

En la música popular contemporánea, por ejemplo, los discursos se construyen por lo general en torno a polaridades bastante claras: la música comercial y la música independiente, las letras banales que tratan temas irrelevantes como las fórmulas románticas o las letras comprometidas con la realidad social, los grupos que imitan determinados estilos y aquellos que apuestan por la innovación o por encontrar un estilo propio dentro de la fórmula genérica del pop, las grabaciones en vivo o las grabaciones de estudio, etc. Y estos conceptos se definen a partir de la articulación de discursos diversos, musicales y extramusicales. La formación de grupos sociales que adhieran a unos valores o a otros depende de la articulación de estos discursos.

¿Cómo funcionaría esta teoría de las interacciones y articulaciones a nivel de la música popular para explicar la construcción de identidades sociales? Esta postura teórica plantea básicamente que la música popular es un tipo

particular de artefacto cultural que provee a la gente de diferentes elementos que tales personas utilizarían en la construcción de sus identidades sociales: el sonido, las letras y las interpretaciones ofrecerían maneras de ser y de comportarse; mientras que los múltiples códigos que operan en un evento musical explicarían la importancia y complejidad de la música como interpeladora de identidades. Para Simon Frith (1996) los juicios de valor son otro aspecto fundamental a la hora de analizar las identidades de los grupos sociales. Si bien la identidad musical es siempre fantástica y nos idealiza a nosotros mismos y al mundo social que habitamos, también es siempre real y se concreta en las actividades musicales. Una vez que empezamos a considerar diferentes géneros musicales, podemos comenzar a documentar las diferentes maneras en que la música contribuye materialmente a dar diferentes identidades a la gente y a incluirla en diferentes grupos sociales. Estos no coinciden en valores que luego se expresan en sus actividades culturales (el supuesto de los modelos de homología), sino que sólo consiguen reconocerse a sí mismos como grupos (como una organización particular de intereses individuales y sociales, de mismidad y diferencia) por medio de la actividad cultural del juicio estético que determina el consumo.

3.2.4 Consumo

Consumption and Everyday life (1997) es el volumen dedicado a las prácticas de consumo cotidianas. Esta serie de capítulos compilados por Hugh Mackay se centra en el modo en que los consumidores se apropián y dan sentido a las formas culturales en sus rutinas diarias. En este sentido, el consumo resulta ser un proceso activo, que a menudo produce placer y representa la capacidad de elección e identificación de los usuarios con un producto o servicio determinado. No obstante, esta definición de consumo que adoptan los Estudios Culturales, ha tenido que encontrar su lugar en oposición a otras teorías sobre el consumo cultural con aires pesimistas o incluso a teorías dentro del campo de la sociología marxista que reducen su importancia o lo plantean en términos de determinación y homología en relación a la instancia de producción. La idea tradicional sobre el consumo deriva de la crítica de la cultura de masas o de la perspectiva de la

producción del consumo de la Escuela de Frankfurt¹⁷. Esta teoría asocia al consumo con el proceso de estandarización de los productos de la cultura de masas y el desarrollo de una cultura de tipo materialista en la que dichos objetos carecen de originalidad y crean falsas necesidades en los consumidores. Sumado a ello, sobre todo en Europa, las teorías sobre el consumo de principios del siglo XX pusieron atención al fantasma del imperialismo cultural norteamericano y a la homogeneización de los criterios de gusto en las clases populares.

El CCCS en Birmingham es un importante referente en el campo de los estudios empíricos sobre el consumo y la apropiación de los artefactos culturales en la vida cotidiana. Las teorías subculturales, de las que ya hemos dado detalles anteriormente, se centran precisamente en las características del consumo cultural en la juventud. Para Hall (2004), el consumo es un momento de un proceso de comunicación, un acto de desciframiento, de descodificación, que supone el dominio práctico o explícito de un código. En este proceso, el signo-vehículo o el mensaje es organizado, como cualquier otra forma de comunicación o lenguaje, a través de la aplicación de códigos, dentro de la secuencia sintagmática de un discurso (218).

En el modelo teórico del circuito de la cultura, la producción de significados se entiende como un proceso en constante desarrollo que comienza en la instancia de producción, continúa con el trabajo de los intermediarios culturales pero que necesariamente requiere del consumidor que es quien completa el significado de un producto mediante su uso. Si el consumo fuera simplemente un reflejo de la producción, no habría ninguna necesidad de establecer una comunicación a través de los intermediarios culturales. Asimismo, el consumo transmite información valiosa a la industria de consumo sobre sus prácticas de consumo, sus condiciones económicas de vida y su idiosincrasia. Las estructuras de recepción de la audiencia y su uso no pueden entenderse en términos simplemente comportamentales, sino que se enmarcan dentro de estructuras sociales y económicas que dan forma a su comprensión al final de la cadena de recepción y que permiten a los mensajes significados por el lenguaje convertirse en conducta o conciencia (2004: 219-220). Los estudios de mercado

¹⁷ Ver el primer apartado sobre la definición de cultura y la producción de la música popular.

constituyen la principal herramienta de quienes se dedican al marketing y al desarrollo de marca, para intervenir en el diseño y en la producción de un producto. Esta dirección es la que retoman los textos compilados por Mackay.

Otra manera de analizar el consumo es considerando su relación con las identidades sociales, subculturas, tribus urbanas, comunidades o mundos artísticos (*art worlds*), como los define Howard Becker en su estudio antropológico sobre la música como ritual colectivo. Por ser músico, además de científico social, es particularmente sensible al carácter colectivo y cooperativo de la producción artística. Por eso su sociología del arte intenta unir la autonomía creadora con los lazos sociales que la condicionan. Según Becker, el trabajo artístico forma un “mundo” propio en torno de conocimientos y convenciones específicos, diferentes a los del saber común. Asimismo, los valores estéticos que definen lo artístico no estarían regulados a priori sino a partir de la identificación de grupos de personas que cooperan en la producción de bienes que al menos ellos llaman arte. En definitiva, el trabajo de Becker está más dedicado a los procesos de producción del arte, y a la interacción de los grupos artísticos, que a las obras en sí mismas. Como dice Becker, en la modernidad los mundos del arte son múltiples, no se searan tajantemente entre ellos, ni del resto de la vida social, sino que cada uno comparte con otros campos el suministro de personal, de recursos económicos e intelectuales, y los mecanismos de distribución de los bienes y los públicos.

En otra línea de análisis, Ruth Finnegan estudia la importancia del consumo en la narrativización del yo, en la definición de una identidad personal. De acuerdo a esta teoría, la experiencia individual estaría organizada en una estructura de relato, en secuencias temporales y manteniendo una coherencia interna en la argumentación. Esta narración expondría códigos y convenciones sobre su forma y su contenido, por lo que podría ser reconocida culturalmente como un género. Dicho de otro modo, las narraciones personales no serían un reflejo de la vida del sujeto, sino una construcción, una imagen, una representación de su propia experiencia.

Por último, Shaun Moores se centra en el análisis del consumo doméstico estudiando la relación entre consumo cotidiano y producción mediática. A partir de la comunicación activa y negociada de significados entre el público

consumidor y la industria mediática (radio y televisión), el autor plantea una transformación de las identidades en función de estas tecnologías que se introducen en el hogar acortando tiempo y distancias. Por su parte, Hugh Mackay amplía el análisis sobre las TICs (tecnologías de la información y de la comunicación) para ejemplificar el consumo cultural en el contexto contemporáneo. La introducción de las TICs está acompañada por nuevas instituciones y regímenes de regulación, un tema que conecta precisamente con el último volumen de la serie.

3.2.5 Regulación

La regulación mediática es una de las preocupaciones centrales de los gobiernos contemporáneos, aun cuando su ideología sea liberal en este sentido. Hay aspectos de la cultura que siguen considerándose demasiado importantes o influyentes como para dejar que circulen al azar o dependiendo del libre mercado y, aunque los empresarios de la industria de los medios velen por sus propios intereses corporativos y defiendan la libre elección del público, siempre dependen en cierta medida de las opiniones de otras instituciones sociales. Este es el caso de los grupos minoritarios, étnicos, feministas, religiosos, u organizaciones como el National Viewers' and Listeners' Association en Inglaterra, que mobilizan la opinión pública para regular la programación y los contenidos mediáticos. Por todo esto, el debate sobre la regulación de la cultura resulta un momento fundamental en el circuito cultural.

El concepto de regulación tiene diferente significado dependiendo del contexto discursivo. Puede referirse a las políticas específicas de los gobiernos en temas de regulación mediática o proteccionismo cultural, o bien puede relacionarse con los hábitos y las prácticas cotidianas de los consumidores. Así, el estudio de las formas de regulación puede abordarse desde una doble dirección política, normativa y simbólica a la vez, y como un proceso dinámico del que participan varias voces y discursos defensores o contestatarios.

Media and Cultural Regulation (1997), último volumen de la serie, comprende un compilado de artículos sobre la regulación cultural y, concretamente mediática, coordinado por Kenneth A. Thompson. En el capítulo 1

el autor presenta las principales teorías sobre la regulación en términos culturales, económicos, políticos y sociales y refuta las teorías que describen una correspondencia directa entre los modos de producción y las formas de consumo reproducida por una estrategia de regulación cultural o ideológica sobre temas como la tradición, la moralidad, el pluriculturalismo y el control de los medios.

En el capítulo 2 Robert Bocock estudia algunas de las consecuencias que derivan de los cambios en las políticas de regulación de las prácticas y representaciones sexuales en las últimas décadas. El autor se centra en los contenidos de los programas de televisión y en los estereotipos de gay y lesbianas. Por su parte, John Tomlinson presenta en el capítulo 3 cuestiones sobre la regulación en un marco de globalización cultural, refuta la tesis del imperialismo cultural y señala algunos puntos importantes sobre la dominación económica y cultural y la regulación cultural por parte de los estados nacionales (protecciónismo).

En el capítulo 4 Bhikhu Parekh estudia las diferentes formas de pluriculturalismo y las estrategias regulatorias que se aplican en países específicos donde esta situación de hibridez cultural producto de la inmigración es más marcada (Estados Unidos, Inglaterra y Canadá). En el último capítulo Stuart Hall destaca la centralidad del estudio de la cultura en la sociedad contemporánea y retoma el circuito de la cultura defendiendo su utilidad metodológica en el análisis de los procesos culturales. En *Doing Cultural Studies, the Story of the Sony Walkman* (1997) ya se planteaba dentro de las prácticas de regulación, el impacto de las nuevas tecnologías en las relaciones entre el ámbito privado y el espacio público de sociabilidad. En el caso del Walkman, por ejemplo, la práctica de escuchar música en privado (con auriculares) y moverse en un espacio público al mismo tiempo desvanece las fronteras que separan estos dos espacios de consumo cultural. Como resultado, nace una experiencia o hábito totalmente nuevo que genera debates y controversias en torno a la regulación del uso.

3. SOCIOLOGÍA DE LA CULTURA APLICADA A LA MÚSICA

La música es quizás una de las formas de comunicación que se emplea con mayor frecuencia para definir una posición del sujeto en el espacio social y en sus relaciones con otras personas, una posición que no es siempre la misma, que varía considerablemente con el tiempo alterando los esquemas de percepción y los valores asociados al gusto. A través de los juicios estéticos el sujeto define una posición frente a la música en cuanto producto cultural, estableciendo también diferencias y conformando espacios definidos de sociabilidad. La popularidad de una forma cultural en general puede entenderse mejor en términos de placer o valor de uso y de su utilidad para un grupo social específico (Jordan, 1986: 53-54), determinando los elementos emocionales y afectivos que vinculan a los sujetos con la cultura, y definiendo así comunidades de gusto y afiliación, un trabajo que podría ayudarnos a caracterizar los motivos por los cuales un oyente elige determinados artistas o canciones y no otros.

4.1 Bourdieu y la Sociología de la Cultura

Un problema habitual relacionado con la percepción estética en la música popular es la mirada puesta en el objeto desde la cotidianeidad, una mirada funcional más que simbólica: una canción gusta porque es bailable, porque relaja o divierte, porque se asocia en definitiva a un conjunto de placeres y valores conectados con la vida emocional del individuo y con su manera de relacionarse con otros sujetos (como, por ejemplo, en el caso de las canciones que unen a una pareja y pasan a “simbolizar” ese vínculo sentimental). Este mecanismo de valoración pone por delante la necesidad de creer en las cosas representadas antes que en los esquemas de representación o en los modos utilizados para vehiculizar un determinado mensaje, siendo la consecuencia inmediata de este tipo de análisis que la pieza musical se descontextualiza para ajustarse a un contexto de uso “privado”. En cambio, la operación crítica para evaluar una canción o un álbum debería ser precisamente la inversa: llevar a cabo una crítica del estatuto social de

la obra y plantear interrogantes tales como ¿para qué uso social se ha hecho?, ¿cómo se define, en contraste, la percepción de una obra en dos momentos históricos diferentes?, ¿podemos hablar de una percepción estética que varía históricamente?

La sociología de la cultura, desde el tipo de análisis como el que ha desarrollado Pierre Bourdieu, propone historizar el consumo cultural para dar respuesta a los interrogantes planteados anteriormente. Su intención es construir un aparato teórico con elementos que le permitan fundamentar el carácter científico de la disciplina a partir de los datos empíricos y las investigaciones que Bourdieu mismo desarrolló durante cuarenta años.

La ciencia de las obras culturales supone tres operaciones: el análisis de la posición del campo cultural dentro del campo social y su evolución histórica; el análisis de la estructura interna del campo, sus leyes y la estructura de las relaciones objetivas entre las posiciones que ocupan los individuos o grupos situados dentro del mismo en función de la competencia económica y simbólica; y, por último, el análisis de la génesis de los habitus de los ocupantes de estas posiciones, es decir, de las prácticas o sistemas de disposiciones que reflejan y reproducen su posición en el campo. Estos conceptos centrales de la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu se articulan en una lógica de análisis específica que permite comprender y explicar diversos fenómenos sociales, en especial, aquellos que están ligados a los distintos ámbitos de producción y consumo de bienes simbólicos.

Como dice Néstor García Canclini (1990), muy pocos sociólogos han puesto en el centro de su trabajo las cuestiones culturales y simbólicas. Bourdieu compartió el auge del estructuralismo aunque vio este tipo de análisis como la reconstrucción objetivista que constituye la antesala de interpretaciones más completas y complejas de los procesos sociales. Encontró en la teoría marxista esa interpretación más abarcadora, pero intentó salirse de las áreas declaradas estratégicas por el marxismo clásico incluyendo lo que la ortodoxia había excluido o subvalorado: el arte, la educación, la cultura. Dentro de ellas, analizó, más que las relaciones de producción, los procesos sobre los que el marxismo menos ha dicho: los del consumo. Tomando en cuenta la obra total de Bourdieu,

podemos decir que el mercado de bienes simbólicos incluye, básicamente, tres modos de producción: burgués, medio y popular. Estos modos de producción cultural se diferencian por la composición de sus públicos (burguesía/clases medias/populares), por la naturaleza de las obras producidas (obras de arte/bienes y mensajes de consumo masivo) y por las ideologías político-estéticas que los expresan (aristocratismo esteticista/ascetismo y pretensión/pragmatismo funcional). Pero los tres sistemas coexisten dentro de la misma sociedad capitalista, porque ésta ha organizado la distribución (desigual) de todos los bienes materiales y simbólicos. Dicha unidad se manifiesta, entre otros hechos, en que los mismos bienes son, en muchos casos, consumidos por distintas clases sociales. La diferencia se establece, entonces, más que en los bienes que cada clase apropiá, en el modo de usarlos.

En términos de Bourdieu, “es el campo de producción en tanto sistema de las relaciones objetivas entre esos agentes o esas instituciones y sede de las luchas por el monopolio del poder de consagración donde continuamente se engendran el valor de las obras y la creencia en ese valor” (1995: 159). Según el sociólogo, todas las prácticas culturales y las preferencias correspondientes están estrechamente ligadas al nivel de instrucción y al origen social de cada oyente, y en función de ello se define, por ejemplo, la polarización entre arte “serio” y arte “popular”. Según el autor, el consumo es un momento de un proceso de comunicación, es decir, un acto de desciframiento, de descodificación, que supone el dominio práctico o explícito de una cifra o de un código. Así, la obra de arte tendría sentido y sería de interés solo para quien posee la cultura, es decir, el código según el cual está codificada. Y, al mismo tiempo, ese código funcionaría como un capital cultural que otorgaría beneficios de distinción. Estos códigos compartidos son lo que Bourdieu define como habitus.

4.2 Los conceptos principales de la sociología de la cultura de Bourdieu

Conocer las categorías analíticas de la sociología de Bourdieu permite explicar y comprender los distintos ámbitos de la compleja realidad social y habilita a constituir la sociología de la cultura como un campo científico que dispone de una metodología propia de análisis. Campo, capital, *illusio*, creencia,

habitus, estrategia, etc., son, pues, nociones centrales que aparecerán a lo largo de toda su obra para describir los diferentes dominios de producción, distribución y consumo de los bienes simbólicos en distintos momentos y contextos de producción.

Todos estos conceptos dan cuenta de las relaciones entre el arte y la política y las posibilidades de subvertir las legitimaciones del juego artístico. Tal vez sea necesario destacar, antes de la exposición de la teoría, que Bourdieu asoció sus producciones, sus apuestas y sus luchas a diferentes ámbitos sociales, evidenciando que, más allá de sus fuertes condicionamientos, es posible cuestionar las relaciones de dominación impuestas.

4.2.1 Campo

Uno de los conceptos centrales de la teoría de Bourdieu es la noción de campo intelectual como universo relativamente autónomo, noción generada a partir de la lectura de los análisis de Max Weber sobre la sociología de las religiones. Además, Bourdieu toma de la larga tradición estructuralista el modo de pensamiento relacional para determinar las relaciones objetivas que se establecen entre los agentes del campo a partir de sus representaciones y prácticas.

Más tarde, el concepto de campo evolucionará en una serie de investigaciones y ensayos del autor que desembocan en su obra principal, *Las reglas del arte* (1992), donde se define a los campos como “espacios de juego históricamente constituidos con sus instituciones específicas y sus leyes de funcionamiento propias” (Bourdieu, 1988: 108). En su aprehensión sincrónica, se trata de espacios estructurados de posiciones y propiedades ligadas a éstas, con ciertas especificidades según se trate de un campo económico, político, científico, literario, educativo, intelectual, deportivo, religioso, etc. Así, dice Bourdieu, se puede sustituir escritor por pintor, filósofo, científico, etc., y literario por artístico, filosófico, científico, etc., o designarlo genéricamente como productor cultural, aunque no deben ignorarse las diferencias específicas dentro de los campos.

Muchas prácticas y representaciones de los productores culturales solo pueden explicarse por referencia al campo de poder dentro del cual su propio campo ocupa una posición determinada. Bourdieu llama campo de poder al

espacio de las relaciones de fuerza entre agentes o instituciones que tienen en común la posesión del capital necesario para ocupar posiciones dominantes dentro de diferentes campos. El campo de poder constituye la sede de las luchas entre quienes ostentan el poder y su voluntad de transformación o conservación del valor económico y simbólico dentro del campo.

Debido a la jerarquía entre los capitales y sus poseedores, los campos de producción cultural ocupan una posición dominada, temporalmente, por el campo de poder. De ello resultan los dos principios que los rigen, el de la heteronomía (dependencia del campo económico-político) y el de autonomía (sus propias normas y sanciones sobre la naturaleza del gusto y los principios del arte). Cuanto mayor es la autonomía, más favorable es la relación de fuerzas simbólicas para los productores más independientes de la demanda, y más tiende a quedar marcada la subdivisión entre un subcampo de producción restringida (productores que se dirigen a otros productores) y el subcampo de la gran producción que depende de la demanda y las leyes del mercado político-económico. Las luchas internas que se producen entre estos subcampos revisten conflictos de clasificación porque cada uno intenta imponer su propia demarcación de límites al campo según los intereses que se persigan.

La evolución del campo de producción cultural hacia una mayor autonomía va acompañada de un movimiento hacia una mayor reflexividad, que lleva a cada uno de los géneros, estilos o subculturas a una especie de retroceso crítico sobre sí mismo, sobre su propio principio, sus propios presupuestos. A medida que el campo se cierra sobre sí mismo, las obras pasadas, registradas y canonizadas se acumulan como parte de la historia del campo y constituyen una condición de ingreso al campo de producción restringida. Así, toda la historia del campo es inmanente a cada uno de sus estados, y para estar a la altura de sus exigencias objetivas tanto en el rol de productor como en el de consumidor, hay que poseer un dominio práctico o teórico de esa historia o tradición.

El fundamento de la independencia respecto a las condiciones históricas se encuentra en el proceso que ha dado lugar al juego social liberado de las determinaciones coyunturales. El campo adquiere entonces consistencia propia y se atiene a las regularidades específicas que lo definen y a los mecanismos que,

como la dialéctica de las posiciones, de las disposiciones y de las tomas de posición, le confieren su propio valor cultural.

4.2.2 El capital cultural

En términos de Bourdieu (1984: 233), se puede decir que la capacidad de ver es la capacidad del saber, que los conceptos que se tienen para nombrar las cosas visibles son como programas de percepción. La puesta en práctica consciente o inconsciente del sistema de esquemas de percepción para la interpretación de objetos culturales supone el reconocimiento de los estilos y la delección artística. Ese código incorporado que llamamos cultura funciona de hecho como un capital cultural porque, estando desigualmente distribuido, otorga automáticamente beneficios de distinción (1984: 234).

Las distinciones no son solo afirmaciones de diferencia dentro de la igualdad, sino que, por lo general, suponen una relación de autoridad e inferioridad. En *La Distinción* (1984) Bourdieu describe de manera pormenorizada el concepto de “capital cultural” o el conocimiento acumulado a través de la educación que confiere estatus social. El capital cultural es el eje de un sistema de distinciones en el que las jerarquías culturales y sociales se corresponden y los gustos de las personas son marcadores de clase. Por ejemplo, en Gran Bretaña, el acento lingüístico es un indicador de capital cultural y la educación universitaria es un ejemplo institucionalizado de esta forma de distinción (Thornton, 1995).

No obstante, el capital cultural no siempre coincide con el capital económico y puede suceder que altos niveles de capital cultural se correspondan con ingresos elevados, pero no siempre se relacionan directamente. En este sentido, una de las ventajas del esquema de distinciones que presenta Bourdieu es que se aparta de la rigidez de los modelos marxistas de determinación entre la base y la superestructura ideológica situando a los grupos sociales en espacios multidimensionales (lo que en Hall o en Laclau y Mouffe, por ejemplo, serían posiciones discursivas o articulaciones temporales de sentido). El marco teórico de Bourdieu incluye la discussion sobre una tercera categoría de capital social que supone no tanto el valor o la cantidad de conocimiento que dispone el sujeto, sino

también qué tipos de relaciones sociales establece con otros individuos. Las conexiones sociales, en forma de amistad o asociación temporal pueden otorgar estatus y prestigio. Junto con estos tres tipos principales de capital (cultural, económico y social), Bourdieu establece diversas subcategorías que operan en campos particulares como el capital lingüístico, el académico, el intelectual el informativo o el artístico.

Sarah Thornton (1995) traslada la teoría de Bourdieu al terreno de las culturas juveniles llegando a la conclusión de que el valor de “hipness” (estar de moda) es una forma de capital subcultural que confiere estatus y reputación a los jóvenes, de manera similar a lo que sucede con el capital cultural entre los adultos. Y aunque éste no pueda rentabilizarse como capital económico de manera tan evidente como el capital cultural, no obstante existe un circuito preparado para jóvenes que deseen profesionalizarse en un nicho específico: DJs, organizadores de conciertos y gerentes de bares y discotecas, diseñadores de moda, periodistas de rock, de moda o gastronómicos (hoy el fenómeno del *foodie* se ha convertido en una tendencia) y profesionales de las industrias de recreación y consumo para adolescentes y jóvenes adultos. Dentro del esquema del capital subcultural, la edad es el primer parámetro demográfico de jerarquización, seguido por el género y en tercer lugar la clase. Thornton dice, por ejemplo, que las niñas invierten su tiempo y construyen sus identidades sociales a partir del desempeño escolar, mientras que los niños suelen pasar más tiempo e invertir más dinero en actividades recreativas como escuchar discos, jugar a los videojuegos, reunirse con amigos, etc. Ambos grupos defienden sus gustos a partir de expresiones que reflejan la posición subcultural.

4.2.3 Habitus

Bourdieu describe el habitus como un “sistema de disposiciones duraderas y transferibles, estructura estructurada predisposta a funcionar como estructura estructurante, es decir como principio generador y organizador de prácticas y de representaciones” (Bourdieu, 2007: 88-89). Luego de introducir el concepto de habitus en *La reproducción* (1977), el autor se pregunta si es posible cuestionar las relaciones de dominación impuestas, y en *El sentido práctico* (2007) se

propone rescatar la dimensión activa, inventiva, de la práctica y las capacidades generadoras del habitus en el agente social.

El concepto de habitus permitiría dar cuenta de las prácticas en términos de estrategias, dar razones de ellas, sin hablar de prácticas racionales. Bourdieu encuentra en este concepto el argumento epistemológico que le permite caracterizar de una manera más objetiva los gustos culturales de una sociedad determinada y desmitificar, al mismo tiempo, la idea del arte como un “proyecto creador” o como “expresión de una libertad pura del artista”. Contrario a esto, todo campo cultural sería el correlato de un sistema de percepción históricamente determinado y, según Bourdieu, toda transformación de la estructura del campo supondría también un desplazamiento en la estructura de los gustos.

Precisamente en *Las reglas del arte* ofrece una crítica a esta noción de arte como concepto sublime, trascendente e impermeable a la interpretación social. En cambio, sugiere prestar especial atención a la naturaleza estructurada de la producción de bienes simbólicos y a las reglas sociales que se construyen en torno a esta actividad, aunque no siempre sean reconocibles o permanezcan ocultas detrás de las narrativas sociales y los mitos sobre la creación artística. Su sociología de la producción cultural se encuentra en una relación de analogía con su sociología del consumo cultural, en el sentido de que ambas revelan el modo en que las prácticas sociales se presentan como una obviedad o una lógica propia del comportamiento humano para reproducir los intereses de la clase dominante (Hesmondhalgh, 2006).

4.2.4 Illusio

Cada campo engendra el interés (*illusio*) que le es propio y que resulta la condición de su funcionamiento. Esta noción de interés o *illusio* se opone a la ideas de gratuidad y de indiferencia (*ataraxia*): supone una inversión (*invest*) en el juego social con sus propias reglas y dinámicas de funcionamiento. No se reduce a una finalidad económica, sino que implica también una inversión de valor cultural y simbólico. Se trata de un capital que ha sido acumulado con el tiempo y que orienta las estrategias de los agentes y las relaciones de fuerza, las luchas por reproducir y multiplicar el beneficio. Para que un campo funcione es necesario

que haya gente dispuesta a jugar el juego, que esté dotada de los habitus que implican el conocimiento y el reconocimiento de las leyes inmanentes del juego y que crean en el valor de lo que está en juego. Por ello, la *creencia* resulta a la vez, un derecho de entrada al juego y el resultado de la pertenencia al espacio de juego.

Esta participación interesada en el juego se establece en la relación entre un habitus y un campo a través de una particular forma de control de las prácticas y representaciones que se imponen a los agentes dentro del juego como una forma de legitimación. El productor del valor de la obra de arte no es el artista sino el campo de producción, sostiene Bourdieu (1992: 339), al producir la creencia en el poder creador del artista y presentar a la obra de arte como fetiche. Esto es porque la obra de arte solo existe como objeto simbólico provisto de valor si es conocida y está reconocida por un público dotado de la disposición y de la competencia necesaria para conocerla y reconocerla como tal. Por ello, no son los productores directos de la obra los que fijan su valor, sino también los agentes e instituciones que la distinguen y consagran: críticos, historiadores, editores, coleccionistas, academias, salones, jurados, etc., junto con otras instituciones políticas y administrativas competentes en la materia (estatales)¹⁸.

La creencia colectiva en el juego (*illusio*) y en el valor sagrado de las obras está en el origen del poder de consagración que permite a los artistas reconocer y ser reconocidos por sus obras. Bourdieu señala que al momento de hacer sociología de la cultura con un carácter científico, el sociólogo debe desprenderse de la *illusio* y desvincularse del culto que lo vincula al juego, pero sin olvidar que esta *illusio* forma parte de la realidad misma que se trata de comprender y que, por tanto, hay que darle cabida en la investigación dando razón de ella y de todo lo que la produce y mantiene vigente como los discursos críticos y las acreditaciones.

¹⁸ Creemos que los procesos de legitimación que llevan a cabo las instituciones culturales, tal y como los describe Bourdieu, podrían relacionarse con el concepto de regulación del circuito de la cultura. En el último capítulo intentaremos abordar ambos aspectos.

4.2.5 Posición, disposición y toma de posición

El campo es una red de relaciones objetivas entre diferentes posiciones, dice Bourdieu. Estas relaciones son de dominación, subordinación, complementariedad o antagonismo entre posiciones de género y estilo, subculturas, o capital simbólico. A las diferentes posiciones corresponden tomas de posición homólogas, es decir, obras, discos, canciones y otros objetos culturales relacionados como discursos, entrevistas, manifiestos o polémicas que hacen al contexto de producción de la obra.

Cuando se encuentran en una fase de equilibrio, el espacio de las posiciones tiende a controlar el espacio de las tomas de posición. En otras palabras, las determinaciones externas solo se ejercen por mediación de las fuerzas y de las formas específicas del campo, los productores culturales perciben la relación entre sus posiciones dentro del campo a través del concepto artístico que defiendan. En el siguiente apartado exemplificaremos estas tomas de posición a partir de la oposición entre hippies y punks dentro del campo de la música popular en la década del setenta.

El campo alberga la lucha y la competencia entre quienes tienden a conservar y quienes quieren transformar ese campo de fuerzas. Las tomas de posición que se ponen de manifiesto a través de las obras y de las intervenciones públicas de los artistas se pueden y deben tratar como un sistema de oposiciones para las necesidades del análisis, puesto que no son el resultado de un acuerdo objetivo, sino el producto de un conflicto permanente. Dice Bourdieu que “el principio generador y unificador de este ‘sistema’ es la propia lucha” (1992: 345).

Todo género, estilo y subcultura adquiere propiedades de su posición histórica en una estructura (jerarquizada) de diferencias. Al introducir el factor coyuntural, Bourdieu se libra de la eternización y la absolutización que lleva a cabo la crítica cultural de un campo específico cuando constituye en esencia transhistórica las propiedades de un género o estilo. Subyace a su teoría de las posiciones dentro de los campos un principio de cambio que resulta de las luchas entre agentes e instituciones cuyas estrategias dependen del interés que tengan, en función de la posición que ocupan según su capital específico, en conservar o

transformar la estructura y las reglas vigentes del espacio de juego (reproducir o revolucionar las condiciones del campo).

Las transformaciones radicales del espacio de las tomas de posición (las revoluciones estilísticas) solo pueden ser el resultado de los cambios en las relaciones de fuerza que constituyen el espacio de las posiciones dentro del campo y en función del campo de poder. Cuando un nuevo estilo, género o subcultura se impone en el campo, todo el espacio de posiciones se reorganiza puesto que las obras hasta entonces dominantes podrían, por ejemplo, quedar desclasificado (pasó de moda) o adquirir el estatuto de clásico (legitimado).

4.3 La sociología de la cultura aplicada a la música

Examinar al rock desde el marco conceptual de la sociología bourdiesiana (Regev, 1994; Frith, 1996; Hesmondhalgh, 2007) supondría incorporar una perspectiva alternativa para el estudio de la música popular como proceso cultural describiendo la formación de un campo artístico autónomo y una estructura con reglas de funcionamiento propias. Motti Regev sugiere que los cambios estilísticos y las revoluciones que se producen dentro del campo están ligados a los cambios que se producen en la estructura social y el sistema de clases. Esta relación homológica estaría en la base del proceso de legitimación que se ha producido en la cultura popular desde los años cincuenta y que está relacionado con la aparición de las llamadas nuevas clases medias que han desarrollado prácticas culturales diferentes a las de sus predecesores. Y en este proceso de cambio cultural, el rock ha sido un agente clave. Regev analiza la estructura del campo del pop-rock de la década del noventa (1994: 83) y reformula la idea de los subcampos de Bourdieu afirmando que, en el caso de la música popular, las divisiones se organizan en torno a cuestiones estilísticas y que habría, en el centro del sistema, un subcampo hegemónico que sería el *mainstream*. Asimismo, dentro de cada campo el autor señala subdivisiones entre grupos vanguardistas y grupos más comerciales. Con este análisis, Regev propone una aproximación sociológica de corte weberiano focalizada en los debates sobre el prestigio, los hábitos y la subdivisión social en grupos de estatus y poder (Weber, 1946). Los significados y valores pasados y presentes, las clasificaciones de estilos, géneros, artistas y obras

podrían, según este punto de vista, ser analizados en términos de una lucha de intereses por la distinción, el reconocimiento y la legitimación.

Para determinar los parámetros de valor de un campo cultural como la música popular el primer obstáculo que se presenta, señala Bourdieu, es el lenguaje cotidiano. La doxa o la opinión que muchas veces se emplea para definir un gusto musical particular, está basada en la ideología de la creación, en la creencia platónica en una esencia eterna de lo bello o bien, en términos kantianos, en una facultad universal de juzgar estéticamente. Asimismo, otro problema de la cultura media en vías de consagración (la fotografía, el cine o la música popular) resulta ser la búsqueda de modelos y conceptos de la cultura consagrada para legitimarse a sí misma, a través de conceptos como la autenticidad o la sinceridad del artista y del mensaje. La creencia en este sistema de valoración es, a la vez, derecho de entrada a un juego y producto de la pertenencia a un espacio de juego.

Podemos mencionar algunos ejemplos, citando la investigación de David Hesmondhalgh (2007), sobre las formas en que la gente juzga estéticamente la música popular¹⁹. A partir de una serie de entrevistas semi-estructuradas con participantes de diferentes segmentos etarios, étnicos y de género, el autor analiza determinados juicios de valor recurrentes: la sinceridad del artista (la aparente utilización de medios considerados “auténticos” por el oyente común, como la sencillez del mensaje lírico y musical), la expresividad (lo que Roland Barthes define como “el grano de la voz” o el modo en que a través de la performance el artista conecta con la audiencia), la proyección (las identificaciones imaginarias del oyente con el artista y con la experiencia narrada a través de la letra de la canción) y la oposición de valores como lo creativo frente a lo comercial (lo que establece una demarcación de fronteras entre gustos e incluso una definición a partir de la crítica negativa, de la propia distinción de gusto). Estos juicios, en apariencia personales, que los sujetos entrevistados manifestaron sobre determinadas canciones, son también juicios colectivos y tomas de posición que refieren a su vez a otras tomas de posición de manera consciente o inconsciente.

¹⁹ Sería interesante plantear una investigación similar para el análisis de los juicios de valor de las audiencias hispanoparlantes del rock en diferentes contextos de enunciación, utilizando un marco teórico procedente de la sociolingüística para evaluar los cambios en las categorizaciones de valor de los oyentes, a partir de los cambios en el uso del lenguaje, en función de variables como el sexo, la edad o el nivel de instrucción.

En términos de Bourdieu, para hablar de consumo cultural y de la producción del gusto popular, hace falta referirse a una economía de los bienes culturales con una lógica específica de producción, circulación y consumo, por lo que es necesario en el análisis restablecer estas condiciones de producción y describir las diferentes maneras en que los consumidores se apropián de los bienes culturales en un determinado momento histórico, junto con las condiciones sociales del modo de apropiación que se considera legítimo en ese momento. Simon Frith (1988) propone estudiar la historia de la industria musical contemporánea en relación a tres aspectos fundamentales: los efectos de la tecnología sobre la producción musical, desde los orígenes de la industria discográfica a principios del siglo XX, dentro del desarrollo de la industria de bienes de consumo doméstico junto con la radio, el cine y la televisión; la economía de la música popular con las etapas o ciclos que influyen sobre las prácticas de las compañías discográficas y determinan la composición del mercado y de la industria; y el desarrollo de una nueva cultura musical, es decir, la profesionalización e institucionalización de la música popular a partir de la masificación de la producción discográfica y el auge de nuevos modos de consumos de la música popular.

Frith (1996) sostiene que la oposición entre la música como forma de expresión individual y la música como *commodity* o producto estandarizado de la industria, define la experiencia de la música popular a lo largo del siglo veinte. La misma dialéctica tiene su fundamento en la introducción de la tecnología, un componente determinante para el proceso de industrialización de la música en el siglo pasado, que ha dado lugar a debates como el referido a la división del público en consumidores pasivos y activos o a la división entre dos tipos de éticas, la creativa y la comercial. No obstante, agrega el autor, los desarrollos tecnológicos no pueden estudiarse como elementos externos que influyen sobre la creación musical, sino como procesos de los cuales la música popular es producto en sí misma.

El canon del rock

En cada momento histórico, dice Bourdieu, en un campo de lucha

cualquiera los agentes y las instituciones comprometidos en el juego son a la vez contemporáneos y temporalmente discordantes: “la lucha que produce la contemporaneidad como confrontación de tiempos diferentes ocurre porque los agentes y los grupos que opone no están presentes en el mismo presente” (1992: 223). Lo que regula este juego de discordancias temporales es la conformación de un canon de obras consagradas (Sullà, 1998). En el caso del rock, la mayoría de las obras consideradas como clásicos, fueron grabadas en los quince años que van desde 1965 a 1980 (discos de los Beatles, Bob Dylan, Velvet Underground, Marvin Gaye, Stevie Wonder, etc.). No obstante, también se incorporan obras de décadas posteriores y, de manera análoga a lo que sucede en otros cánones artísticos, la lista está sujeta a modificaciones, nuevas incorporaciones o desplazamientos. Este canon se encuentra reflejado en las listas de mejores discos de revistas y publicaciones de rock y su origen podría situarse en la categoría de rock clásico nacida como formato radial a finales de los años setenta y potenciada durante los ochenta por consultores radiales que manejaban los *rankings* de las principales radios de Estados Unidos y otros países donde funcionaba también el mismo formato.

De acuerdo a Regev, la ideología artística que ha permitido la generación de este canon del pop/rock es básicamente una adaptación de la tradicional ideología de la autonomía del arte, es decir, se intenta dar el carácter de gran obra de arte a determinados artistas y producciones de la música popular al mismo nivel de las grandes obras de la cultura ilustrada. El resultado es que las obras incluidas en este canon adquieren un valor de distinción que produce y reproduce una organización jerárquica específica dentro del campo, entre posiciones centrales o periféricas, consagradas o de vanguardia.

Por ejemplo, uno de los factores que ha sido fundamental para la consolidación del canon del rock, y que Regev no menciona en su texto, es el pasaje de la tecnología analógica a la digital y la introducción del formato CD (vendido como una mejora en la calidad del sonido y por su durabilidad y resistencia frente al vinilo) a comienzos de la década del noventa. Las grandes compañías como Sony y Philips incentivarón a los consumidores para que volvieran a comprar sus colecciones de discos en vinilo ahora en formato CD,

añadiendo material inédito (los *bonus track* que representan un valor simbólico pero también una ganancia económica puesto que los discos costaban el doble), fomentando de esta manera las ventas del catálogo profundo a través de formatos como los *box sets* (*repackaging*) y los *bootlegs* (información añadida sobre el contexto de producción especial para coleccionistas). Al mismo tiempo, en estos años se reavivó la popularidad de viejos artistas con ediciones de discos nuevos como *Free as a bird* y *Real Love* (The Beatles, 1995-1996), *Voodoo Lounge* (The Rolling Stones, 1994), o los *Unplugged* de Eric Clapton y Bob Dylan. Así, los lanzamientos de nuevos grupos competían entonces no solo con estas figuras ya consagradas, sino también con todo el catálogo profundo de los sesenta, setenta y ochenta, convertido en un cuerpo de obras canónicas legitimadas por la crítica, los museos y por la academia (universidades).

Los años noventa parecen ser históricamente el momento en el que el proceso de institucionalización del rock se consolida. Las universidades comenzaron a ofrecer cursos sobre historia del rock y se establecieron instituciones específicas y museos vinculados al rock, como Rock and Roll Hall of Fame en Cleveland (1995) y The Experience Music Project en Seattle (2000). Al mismo tiempo, medios televisivos como MTV y el canal VH-1 en Estados Unidos comenzaron a realizar y emitir rockumentales, especiales y antologías como *Behind the music legends* (1997), *The Beatles Anthology* (1995), con formatos narrativos específicos (los comienzos, el ascenso a la fama, el primer éxito, la tragedia, actualidad). En España y en Argentina también se vio reflejado este proceso a nivel editorial, por ejemplo *Las Culturas del rock* de Luis Puig y Jenaro Talens (1999), el fenómeno coleccionista de Jordi Tardà (fundador del Museo del Rock) o en argentina el periodista Alfredo Rosso participó de la exposición 30 Años de Rock Nacional (1996). Incluso uno de los principales periódicos argentinos distribuía fascículos coleccionables de la Historia del Rock (diario *La Nación*, 1993) y, al mismo tiempo, su competencia, publicaba cds coleccionables con la historia del Rock Nacional (diario *Clarín*).

Como dice Bourdieu, “los autores consagrados que dominan el campo de producción dominan también el mercado; no son solamente los más caros o los más rentables sino también los más legibles y aceptables porque resultan

banalizados al término de un proceso más o menos largo de familiarización asociado o no a un aprendizaje específico” (1992: 225). En este contexto el rock superó y trascendió generaciones, manteniendo un mercado heterogéneo y complejo, separado por nichos específicos de edad y estilo. Así, la diversificación del mercado dio lugar a una complejización del campo simbólico, regulado ahora por un canon de obras específicas.

4.3.1 Estilo, género y estilos de vida

¿Qué es un género musical? El concepto de género ha sido ampliamente trabajado desde el campo de la teoría estética y la lingüística pragmática. La teoría clásica y clasicista basada en la Poética aristotélica, distingue tres tipos de géneros en función del tipo de expresión (épico o narrativo, trágico o drama y lírico o poético). En palabras de Wellek y Warren (1959: 278) “el género debe entenderse como agrupación de obras literarias, basada tanto en la forma exterior (metro o estructura específicos) como en la interior (actitud, tono, propósito; dicho más toscamente; tema y público)”. Claudio Guillén (1985) analiza seis aspectos de los géneros (histórico, sociológico, pragmático, estructural, lógico y comparativo), y concluye que la cuestión de los géneros es un asunto central en la reflexión teórica sobre la literatura, aunque sea reflexión también está condicionada históricamente, de manera que el problema es enfocado por cada época, escuela o crítico desde planteamientos que le son propios y que constituyen su entorno histórico: “Los géneros son modelos convencionales cuyo examen requiere un esfuerzo de observación, tanto temática como formal” (1985: 182).

Desde la teoría del enunciado lingüístico, Bajtín (1952) distingue entre géneros discursivos primarios y secundarios, según la complejidad del enunciado en sus condiciones de comunicación cultural. Todorov (1970), siguiendo las teorías de Northrop Frye (1957), sostiene que todo género es una representación modélica de una obra, que surge del contraste y comparación entre varias obras de similares características. Según Todorov, los géneros son históricos (derivados de una observación de los hechos literarios) y teóricos (deducidos de una teoría estética). Los géneros teóricos han de ser comprobados en los textos, y los géneros históricos deben ser explicados por la teoría.

Franco Fabbri (1982) lo define como un conjunto de eventos musicales (reales o posibles) cuya actividad o funcionamiento está gobernado por un conjunto definitivo de reglas socialmente aceptadas²⁰. Fabbri enumera algunas de éstas para ofrecer herramientas teóricas apropiadas para el análisis de los géneros musicales, entre ellas, reglas formales y técnicas, reglas semióticas, reglas de comportamiento, reglas sociales e ideológicas, reglas económicas y jurídicas.

Las reglas formales y técnicas son competencia del campo de la musicología y el análisis formal del estilo musical, en cuanto a la notación musical, la estructura composicional (tiempo, melodía, armonía, ritmo, métrica), las técnicas de interpretación, las características instrumentales y el estilo de cada músico (no toca de la misma manera un guitarrista de un grupo punk que, por ejemplo, uno de jazz). Las reglas semióticas, por otra parte, hacen referencia a los códigos que articulan la expresión de un evento musical (sus parámetros formales) con el contenido. También hacen referencia a las funciones comunicativas que describe Roman Jakobson desde el estudio de la lingüística (referencial, emotiva, conativa, fática, metalingüística, poética). De acuerdo a las diferentes intenciones involucradas en el mensaje musical, es posible distinguir una canción de rock progresivo de una canción country-folk o de una pieza compuesta para publicidad o cine. Las reglas semióticas no se leen únicamente en los textos que acompañan a la música (las letras de las canciones) sino que involucran también al conjunto de códigos que cumplen una función semántica aunque sean estrictamente musicales y no denotativos (volumen, timbre, frases, etc.).

Tabla 1 Reglas de género (Fabbri)

Reglas de géneros	Descripción
Formales y técnicas	Cada género dispone de formas típicas y estilos que lo definen (aunque una forma específica no es suficiente para conformar un género y las citas e intercambios estilísticos hacen que la noción de estilo tampoco sea suficiente para definir un género). De todas formas, a nivel de composición, en las

²⁰ Desde nuestro punto de vista esta teoría podría vincularse con la de Todorov, en tanto las reglas son disposiciones modélicas pero que están históricamente condicionadas. En adelante, nos referiremos a los géneros musicales orientándonos en las definiciones de Todorov y Fabbri.

	características instrumentales y en la puesta en escena, las reglas técnicas y formales (melódicas, armónicas y rítmicas) juegan un rol importante en todos los géneros musicales.
Semióticas	Contemplan el aspecto narrativo de la composición (tanto en el texto como en la música). Estas reglas no se aplican exclusivamente a las obras, sino también al contexto en el que se inserta el género musical como acto comunicativo (espacio y comunidad). La relación entre los participantes, entre artista y audiencia, son elementos fundamentales para la definición de un género. Intervienen signos textuales y no textuales a la vez (gestos, posturas, códigos de performance, vestimenta).
De comportamiento	Estos códigos se relacionan con la psicología de los músicos, a los valores transmitidos y compartidos por la audiencia, a los códigos de comportamiento en los conciertos, etc.
Según su función social	Se pueden distinguir los géneros por su función social, la estructura social interna de las audiencias (clases sociales, grupos generacionales, subculturas juveniles). El vínculo entre un género y determinados grupos etarios o clases sociales puede convertirse en una regla de género, aunque no se aplica a todos los casos. De manera similar, las reglas ideológicas suponen la adhesión de los representantes de un determinado género a ciertas posturas político-ideológicas.
Económicas y jurídicas	La estructura económica y el contexto jurídico que permite la existencia, publicidad y comunicación del género. Podrían estar definidas por los resultados de los <i>charts</i> y por el reconocimiento u oposición de ciertos gobiernos o Estados a algunas manifestaciones de la música popular.

Las reglas de comportamiento son aquellas que se relacionan con la psicología de los músicos, con la forma en que interpretan la música y reaccionan ante la audiencia. También involucran la psicología del público y sus prácticas y creencias vinculadas a un determinado estilo. El pogo, por ejemplo, es una regla de comportamiento propia del punk y del hardcore pero no se aplica a un concierto de jazz. La música disco es música bailable por lo que no tiene sentido presentar este estilo en un contexto de sala teatral con butacas. Estas reglas se relacionan con otro tipo de códigos que describe Fabbri, los sociales e

ideológicos. Cada género sería definido por una comunidad cuyos miembros comparten las reglas de comportamiento y el gusto o conocimiento por las reglas formales y semióticas. En cuanto a las reglas económicas y jurídicas que definen un género musical, Fabbri señalala necesidad de un contexto jurídico y económico sólido para garantizar la pervivencia del género dentro del campo. Según este conjunto de reglas, un género puede estar asociado a varias comunidades y no únicamente a una audiencia definida, puede trascender fronteras nacionales, generacionales o socioculturales. Su origen se encuentra en un sistema musical que ya está estructurado, muchas veces como la codificación de transgresiones de reglas de otros géneros, sea por la utilización de nuevas técnicas y tecnologías o por una oposición estilística, formal o ideológica. Lo que destaca Fabbri de este proceso es que las transgresiones que se perciben como innovación tarde o temprano se convierten en modelo de una nueva regla de género. En términos de Bourdieu, podríamos asociar este proceso a las revoluciones específicas y a los cambios, a la dialéctica de la distinción o la lucha por la hegemonía dentro del campo. El cambio en las posiciones y disposiciones de los géneros, resultado de las luchas internas y de la revolución estilística que da dinámica al campo, tiene su correlato en la evolución histórica de la percepción artística y el gusto estético.

Extendiendo el análisis que lleva a cabo Pierre Bourdieu en su evaluación del campo artístico de la cultura consagrada decimonónica al estudio de la cultura popular contemporánea, Simon Frith (1996) propone analizar las estructuras de gusto y la organización jerárquica del gusto a partir de los discursos y experiencias construidos en la relación producción-consumo. Frith evalúa cuestiones relacionadas al valor estético de la música como el significado de las canciones, el placer estético, la percepción a través del cuerpo, el tiempo histórico y la identidad del oyente, con el objetivo de analizar la experiencia estética desde una perspectiva individual y otra social. Es decir, por un lado los modos en que los oyentes utilizan la música para dar sentido al mundo y establecer su posición ética, y, por otro, la experiencia estética como forma de sociabilidad, identificación con otros sujetos y pertenencia.

Frith señala, además, que el concepto de género es particularmente importante para determinar la articulación entre categorías éticas y estéticas que

los oyentes utilizan para definir sus gustos. De manera similar, Bourdieu se ha referido a los sistemas de clasificación implícitos que marcan un determinado consumo cultural. Esto tiende a mostrar que el consumidor está enfrentado a una obra ya codificada y que su percepción estética o su modo de interpretación está orientada inconscientemente. En otras palabras, los géneros son interpretados desde esta perspectiva como formas ideológicas que, al presentarse como naturales o normales, ocultan antagonismos de clase, género, raza, etc y divisiones sociales. Frith coincide con Bourdieu en cuanto al carácter convencional de las elecciones que los consumidores hacen de las obras.

La hipótesis que maneja Simon Frith es que la esencia de la práctica cultural consiste en emitir juicios de valor para establecer diferencias, en algunos casos incluso fingir otras identidades asumiendo gustos que no se comparten más que por convención social. Pierre Bourdieu define esto último como el “efecto de legitimidad” (1992: 258), es decir, lo que un usuario entiende por consumo que merece la pena identificar de acuerdo a lo que le parece legítimo. Frith intenta demostrar que el valor estético de la cultura puede comprenderse solo a partir del análisis de estos discursos y de los contextos sociohistóricos de evaluación, y sugiere tomar como referencia tres prácticas discursivas o tres mundos artísticos dentro de la música popular, una segmentación que resulta de la misma división del trabajo y de las actividades sociales en el último siglo: el mundo burgués de la cultura dominante (la cultura alta decimonónica, el discurso académico, la música clásica), el mundo folclórico para el cual el arte cumple una función social (y ritual) y el mundo de la música comercial cuyos valores están orientados a la venta.

Otra perspectiva similar para el análisis de la relación entre música popular y sociedad es la que propone Pablo Vila (1996) con el estudio de las narrativas. Citando a Jerome Bruner, Vila distingue dos modos de estructurar y dar sentido a la realidad, uno paradigmático (en el que entrarían los sistemas clasificatorios prototípicos como la organización en géneros) y otro sintagmático, constituido por el discurso narrativo como marco organizativo que da significado al conjunto de elementos. Al hacer uso del lenguaje para ordenar la realidad, estas narrativas se impregnán de categorías y sistemas clasificatorios pre-construidos que ayudan a la

definición de una identidad social y a la diferenciación de otras personas o grupos.

Esta posición teórica sostiene que la identidad social se basa en una continua lucha discursiva acerca del sentido que define a las relaciones sociales y posiciones en una sociedad y tiempo determinados. Uno de los resultados de esta lucha discursiva es que los nombres y rótulos que definen a las diversas relaciones y posiciones sociales entran a formar parte del reino del sentido común a partir de una práctica de “clausura” producto de la institucionalización de dichas narrativas²¹. De esta forma, la constante articulación y re-articulación de sentido a través de la estructura narrativa permitiría comprender la naturaleza de los grupos sociales y sus prácticas significativas para la conformación de identidades.

4.3.2 Nuevos planteamientos teóricos que complementan la teoría subcultural

El término subcultura ha sido criticado en varias ocasiones e incluso se han propuesto nuevos conceptos para substituirlo, como “escena musical” (Will Straw, 1991), “neotribalismo” (Andy Bennett, 1999) o “tribus urbanas” (Maffesoli, 1990). Will Straw contrapone el término “escena” al de “comunidad”, el primero para referirse a procesos históricos particulares que ocurren en el campo de la música popular de manera global, y el segundo para designar formaciones geográficamente establecidas. El problema con el concepto de escena es que otros autores lo han utilizado para referirse precisamente a su opuesto, la comunidad, es decir, para describir fenómenos locales en el campo de la cultura musical (Shank, 1994). Por su parte, la hipótesis de las tribus urbanas interpreta la adhesión a un grupo y un género musical como un caso de neotribalismo en el que la pasión comunitaria y la alegría de la vida primitiva vitalizan con la presencia de lo arcaico en la posmodernidad concebida como frialdad, individualismo y racionalización. El tribalismo supondría en este caso una lógica de construcción

²¹ Vila pone de ejemplo la “narración cumbiera” en la música popular argentina y el sujeto “pibe chorro” como una figura recurrente en la cumbia villera, caracterizado asimismo como “ladrón”, “leal”, “resistente a la policía”, de “pertenencia barrial”. Además de un sujeto, Vila distingue una épica “villera” constituida por determinadas prácticas como el “aguante”, capacidad de oponer resistencia a cualquier tipo de conciliación con la policía o con otros grupos sociales, y el “descontrol”, actividad lúdica que se genera con la música, el alcohol y las drogas, rompiendo con la cotidianidad de horarios regulados por el trabajo y la autoridad familiar, escolar, laboral o policial.

de experiencias y sujetos que se opone a los esencialismos del individuo y la identidad, inspirado en fenómenos como la cultura *rave*. El inconveniente que presenta este último término es su carga semántica que puede inducir al error de proyectar símbolos y connotaciones pre-modernos a un contexto histórico completamente distinto. En este punto las analogías pueden fallar y producir interpretaciones forzadas.

Ante la dificultad de remplazar el concepto de subcultura, David Hesmondhalgh (2005) argumenta que debería seguir utilizándose diferenciando a aquellos grupos que son predominantemente efímeros de aquellos que implican un grado mayor de compromiso, continuidad, distinción o, en otros términos generales, sustancia. No obstante, quedan abiertos interrogantes relativos a, por ejemplo, el espacio que ocupa la música popular en una subcultura frente al que ocupan otros signos como la indumentaria o los idiolectos. En este sentido, el estudio subcultural tiene menos que ver con el análisis de la música popular que con el marco general del estudio de las subculturas juveniles. Es precisamente por esta reducción del campo de estudio de las culturas juveniles a la música popular que el tema de la homología estructural ha sido fuertemente criticado al tratar de identificar un estilo musical con un determinado grupo subcultural o incluso con una clase social determinada. Richard Middleton (1990) dice que la música popular, más que reflejar la realidad social, ofrece discursos a los oyentes para que éstos valoricen sus identidades sociales.

Para Hesmondhalgh sería útil vincular el concepto de subcultura con el de género para hablar de la relación entre grupos sociales particulares y estilos musicales. El concepto de género fue utilizado extensamente en los *media studies* y en los Estudios Culturales para analizar la relación entre producción y consumo, una instancia necesaria para comprender el comportamiento de las audiencias en una sociedad. Esta perspectiva considera a los géneros no solo como categorías textuales, sino también como categorías sociales o formas subjetivas, que se encuentran en las formas narrativas que nos contamos a nosotros mismos, que utilizamos para vivir, son maneras de organizar la experiencia y la subjetividad. Dicho de otro modo, una obra musical o un grupo clasificado dentro de un estilo o género particular puede ser analizado como una forma material de ciertas formas

históricas de la subjetividad (Jordan, 1986: 48-49).

4. EL ANÁLISIS DE LA CANCIÓN

En mi trabajo sobre teorías de la canción pop (Abeillé, 2013) planteaba la necesidad de partir de dos puntos de vista distintos para el análisis, uno centrado en el momento de la producción y otro en la recepción. Con respecto al primero, Gary Burns (1987) propuso una categorización de los elementos involucrados en la producción de una canción popular en textuales y no textuales. Los primeros abarcarían la composición musical (el ritmo, la melodía y la armonía) y el texto o la letra; mientras que los segundos agruparían aquellos aspectos referidos a la puesta en acto o la interpretación (instrumentación, tempo, dinámica, improvisación e interpretación vocal) junto con aquellos involucrados en la producción de estudio (grabación, mezcla, efectos de sonido y postproducción de audio). Desde el punto de vista de la recepción, Simon Frith (1996) propuso el análisis de tres elementos fundamentales que interactúan en la descodificación del mensaje: las palabras (el texto, las letras), la retórica (el uso específico de determinadas palabras en un contexto de enunciación particular) y la voz (el signo de la personalidad del cantante y el medio que permite comunicar el texto). Según el autor, la importancia de las palabras en la letra de una canción estaría presente no en los tópicos tratados sino en los modos de expresión, en los modos de decir que “proveen al oyente con un medio para articular sus propios sentimientos” (Frith, 1996: 164).

Este modelo de análisis, cercano a la lingüística pragmática de Searle (1969) y a la teoría comunicativa de Hall (1972), resulta de interés para el desarrollo de una sociolingüística de las letras de las canciones y como introducción para un análisis que contemple a la vez el estudio de los lugares comunes (las fórmulas o tópicos frecuentes y sus variaciones), el modo de exposición formal (la adecuación del contenido a la forma) y el conjunto de valores sociales de un contexto social determinado (Abeillé, 2013). Los múltiples códigos que operan en un evento musical explicarían la importancia y complejidad de la música como formadora de identidades; algo que, por ejemplo, la distinguiría de otras manifestaciones de la cultura popular de carácter menos polisémico. A su vez, según Simon Frith, la música sería particularmente poderosa

en tal capacidad de interpelación, al permitir su apropiación para uso personal. El autor considera que la primera razón por la cual la gente disfruta de la música popular es porque da respuesta a cuestiones de identidad: “utilizamos las canciones populares para autodefinirnos y situarnos en la sociedad. El placer que produce la música popular tiene que ver con la identificación –con la música que nos gusta, con los artistas, con otra gente que gusta de lo mismo” (Frith 1987: 140).

4.1 Antecedentes teóricos

Los primeros análisis sistemáticos de las canciones populares estaban centrados en las composiciones de Tin Pan Alley e intentaron generar una tipología de éstas como fórmulas estandarizadas. Autores como J.G. Peatman (1942-43)²², H.F. Mooney (1954) y S.I. Hayakawa (1955) realizaron una clasificación de los temas tratados en las canciones populares como *formulas of love*²³ (canciones de dicha, de fracaso o de interés sexual) y llegaron incluso a inventariar las desviaciones semánticas de la norma lingüística en el uso del lenguaje en la canción popular norteamericana. Esta perspectiva considera que la canción pop es siempre una canción de amor, que refleja las costumbres sociales de una época. La “fantasía romántica” contrasta con el “realismo” del blues, por ejemplo.

Por su parte, Umberto Eco (1964) señala que la música pop o música gastronómica es un producto industrial que no persigue ninguna intención artística, sino la satisfacción de las demandas del mercado y es además uno de los instrumentos más eficaces de coacción ideológica del ciudadano en la sociedad de masas. Al tratar de determinar por qué motivos histórico-sociales, en el ámbito de qué determinaciones concretas, la masa se ha identificado con un producto musical, Umberto Eco llega a la conclusión de que el éxito de la fórmula, y una de las características del producto de consumo, es que divierte, no revelando algo

²² J.G. Peatman era un exiliado de la Escuela de Frankfurt que trabajaba para el Radio Research Project de Paul Lazarsfeld. Su postura es similar a la de Adorno sobre la estandarización en tanto describe a la canción popular como una fórmula comercial (algo que es también familiar dentro de la industria de la música).

²³ Citado así en el texto de Simon Frith (1996: 161)

nuevo, sino repitiendo los mismo patrones que el público demanda y que ayudan a homogeneizar el gusto colectivo. Frente a la canción de consumo, Eco también analiza otra categoría, que llama “la canción distinta”, es decir, aquellas composiciones musicales cuyas letras no hablan necesariamente de amor, sino de temáticas diversas, y que si nombran el amor no lo hacen en fórmulas abstractas, sin tiempo y lugar, sino que lo circunscriben a determinados paisajes. El ejemplo más claro que menciona el autor es la *chanson* francesa, un tipo de canción centrada en la sátira política y social, que la gente se reúne para escuchar y que puede considerarse de culto por su relación con el folklore local o la música sacra. Frente a ésta, la canción de consumo representaría el amodorramiento de la individualidad y el éxtasis pasivo, un argumento que no se distancia demasiado de las propuestas teóricas de la escuela de Frankfurt.

No obstante, Umberto Eco no se contenta con esta lectura apocalíptica de la canción popular y presenta una segunda hipótesis: la canción como mito generacional. Para ello el autor toma como referencia una encuesta realizada por Roberto Leydi para *L'Europeo* el 12 de enero de 1964 a un grupo de muchachos en situación social diversa sobre sus preferencias musicales y descubre que el tono dominante de las respuestas implica el reconocimiento de cierta producción de consumo (Adriano Celentano, Rita Pavone, Françoise Hardy) con un sector social específico, los adolescentes. Así, una generación se reconoce en cierta producción musical, y no solo a nivel del consumo pasivo, sino que la asume como bandera incluso negando cualquier tipo de persuasión publicitaria que pudiera efectivamente incidir sobre su comportamiento. La reflexión general de Eco sobre la canción de consumo se resume en las siguientes líneas:

El panorama aparece entonces altamente dramático y ambiguo. A un lado tenemos, y lo sabemos, una continua modelación del gusto colectivo por parte de una industria de la canción que crea, a través de sus divos y sus músicas, los modelos de comportamiento que después de hecho se imponen; y cuando los muchachos creen escoger los modelos según un comportamiento individual, se articula según la determinación continua y sucesiva de los modelos [...] Al otro, tenemos la realidad de que, en la sociedad en que

viven, estos adolescentes no hallan ninguna otra fuente de modelos.

La cultura de masas tiene, en su búsqueda de la medianía, una especie de moralidad mecánica por la cual rehúsa todo aquello que es anormal, preocupada únicamente por fijarse sobre una normalidad que no moleste a nadie. (1964: 328)

Podríamos preguntarnos entonces ¿por qué estos grupos juveniles consideran que algunas canciones son superficiales y otras profundas o relevantes? Para responder a esta pregunta, lo primero que hay que considerar es que tal distinción entre categorías es arbitraria. Volviendo a las tesis presentadas anteriormente sobre la producción de significados a través del lenguaje, se podría decir que dichos argumentos se construyen en función de una norma de pensamiento (tácita o explícita) que se establece dentro del campo mismo de producción, circulación y consumo de estos productos. No obstante, y aquí introducimos la vertiente poética, el valor de las canciones se mide en función de la identificación del contenido de las letras con ejemplos de retórica personal: “si las canciones populares son narraciones sobre el amor, y efectivamente nos enamoramos, entonces estas canciones se convierten en narraciones de nuestra vida, de los modos en que nos comprometemos –y realizamos- nuestras fantasías” (Frith, 1996: 165). En este sentido, las canciones brindan información sobre el estereotipo del cantante y sobre el “oyente modelo” (una representación del potencial consumidor), aportando datos a la industria para el establecimiento de convenciones de género. Podríamos exemplificar este argumento haciendo alusión al uso coloquial del lenguaje, al estilo conversacional y al acento rural en la construcción de las canciones country; o al uso informal y combativo del lenguaje y al acento *british working class* en el caso del punk.

A partir del análisis de los elementos poéticos de las canciones populares podrían comprenderse importantes aspectos de las construcciones identitarias, una línea de investigación conectada con el estudio de las subculturas, por un lado, y los géneros musicales, por el otro, como ha sido planteado en el apartado anterior. Por ejemplo, las primeras letras de los Beatles eran celebraciones directas, inocentes y alegres del amor adolescente, que casi sin pensarlo, perpetuaron las convenciones del pop (Everett, 1999: 40). Lennon exploró sus propios miedos e

inseguridades emocionales a través de canciones como “Misery”, “If I Fell” y “I Am a Loser”.

La balada “If I Fell”, incluída en el álbum *A Hard Day's Night*, pone de manifiesto una voz principal frustrada que retrata el temor del yo poético ante un desamor que permanece en el recuerdo.

If I fell in love with you
Would you promise to be true
And help me understand
'cause I've been in love before
And I found that love was more
Than just holding hands²⁴

En la primera estrofa la voz cantante entra con vacilación en una relación amorosa, buscando garantías de que no será tratado como en el pasado. Esto se refleja no solo en el texto, sino también en las relaciones tonales de la introducción y en la estructura de la melodía, que representa una línea sencilla en Re Mayor y una repetida secuencia armónica de I-II-V. La vuelta al primer grado no sucede sino hasta el final de la canción, pues entre estrofas y puente nunca progresiva más allá del quinto grado. Según Everett “lo que sucede en esta canción es que el cantante no puede decidir si debería “enamorarse” o no” (1999: 61). En el puente, la V desciende hacia la IV, el giro dramático, y una transferencia de registro señalada por la guitarra de Harrison anticipa el rango vocal superior de McCartney:

'cause I couldn't stand the pain
And I would be sad if our new love was in vain²⁵

El regreso a la estrofa retoma la serenidad, aunque permanece temerosa. Ya no es la voz emotiva del puente, intensificada por la línea melódica de la voz aguda de

²⁴ Si me enamoro de ti/ ¿me prometes que serás fiel?/ ¿me ayudarás a entender?/ porque me he enamorado anteriormente/ y me di cuenta de que el amor era más/ que ir tomados de las manos.

²⁵ Porque no podría soportar el dolor/ y me entristecería saber que nuestro amor ha sido en vano.

McCartney, sino un descenso a una nueva melodía que comienza en la tónica y resuelve con la ayuda de una coda instrumental:

So I hope you see that I
Would love to love you
And that she will cry
When she learns we are two
If I fell in love with you²⁶

Las baladas de amor de los Beatles y los rockanroles más primitivos dieron paso, hacia finales de la década de 1960, a otro tipo de composiciones como “Help!” y “Nowhere Man” y derivaron en obras más complejas como *Rubber Soul*(1965) y *Revolver* (1966). La poética de Lennon dio un vuelco importante de la crítica personal a la crítica de la sociedad moderna y el mundo adulto.

He's a real nowhere Man,
Sitting in his Nowhere Land,
Making all his nowhere plans
for nobody.

Doesn't have a point of view,
Knows not where he's going to,
Isn't he a bit like you and me?
Nowhere Man, please listen,
You don't know what you're missing,
Nowhere Man, the world is at your command.

He's as blind as he can be,
Just sees what he wants to see,
Nowhere Man can you see me at all?

²⁶ Así que espero que veas que/ estoy dispuesto a amarte/ y que ella llorará/ cuando vea que somos dos/ si me enamoro de ti.

Nowhere Man, don't worry,
Take your time, don't hurry,
Leave it all till somebody else
lend you a hand.²⁷

Podríamos aplicar al análisis de estos dos ejemplos los elementos sintetizados en el siguiente cuadro:

Tabla 2 Elementos para el análisis textual de las canciones

NIVEL CONTENIDO		
Identidad	Personas o entidades	“If I Fell”: I (yo), You (tú) femenino, She (ella). “Nowhere Man”: He (nowhere man), nobody (nadie), you (tú), me (yo)
Espacio y tiempo	Análisis léxico de las palabras que hablan de las circunstancias y escenarios de la canción.	En ambas canciones se omiten las descripciones del lugar y se presta más atención a la acción de los protagonistas.
Acciones	Interna	“If I Fell”: esperanza (“I hope you see...”) “Nowhere Man”: reflexión (“isn’t he a bit like me and you?”)
	Externa	“If I Fell”: compromiso (“I would love you”) “Nowhere Man”: crítica y consejo (“Nowhere man, please listen...”)
Representación	Funciones y roles	“If I Fell”: el yo poético es un ser sensible, que busca el amor verdadero tras una experiencia negativa en el pasado.

²⁷ El es un hombre de ninguna parte,/ sentado en su tierra de ninguna parte,/haciendo todos sus/ planes de ninguna parte,/ para nadie.
No tiene un punto de vista,/ No sabe dónde va,/ ¿No se parece en algo a ti y a mí?
Hombre de ninguna parte, por favor, escucha,/ No sabes lo que te estás perdiendo,/ Hombre de ninguna parte, el mundo está a tus pies.
Es tan ciego como se puede ser,/ sólo ve lo que quiere ver,/ ¿Hombre de ninguna parte puedes tan siquiera verme?
Hombre de ninguna parte, por favor escucha,/ Tómate tu tiempo, no tengas prisa,/ Déjalo todo, hasta que otro/ te eche una mano.

		“Nowhere Man”: el yo poético cuestiona las acciones del “hombre de ningún lado” (el hombre moderno) caracterizándolo como un sujeto sin juicio propio, ciego, sin rumbo.
NIVEL FORMAL		
Medios expresivos	Procedimientos formales	En ambos casos existe una división en estrofas y una exposición más poética que narrativa (“Only a pawn in their game” de Dylan podría ser un ejemplo de un estilo de exposición narrativo). Se utiliza la rima (you/ true; before/ more; pain/vain; Man/ land/ plans; worry/ hurry). Dentro de los medios expresivos podemos incluir los recursos musicales de la composición, como hemos dado el ejemplo en “If I Fell”.

Las canciones no solo ofrecen diversas posibilidades de construcción identitaria a través de las letras, la música y las interpretaciones, sino también, como ya se ha dicho, a través de la concurrencia de códigos muy diversos en cada uno de estos componentes. Como dice Middleton: “El significado de las canciones está gobernado por el uso de convenciones, y éstas a su vez se organizan en términos de géneros musicales” (Middleton 1990: 228). En este sentido, el análisis de los elementos de la tabla estará condicionado, por un lado, por la categoría del género dentro de la cual la canción se posiciona y, por otro, en función de los valores éticos e ideológicos que el oyente considere en particular (históricamente adquiridos a través del aprendizaje y dentro del proceso de socialización formativa). En este punto se plantea el problema de la apropiación que lleva a cabo el sujeto real (el oyente) de las significaciones de los protagonistas y sus comportamientos. En palabras de Ricoeur:

El sí mismo no se conoce de un modo inmediato, sino indirectamente, mediante el rodeo de toda clase de signos

culturales, que nos llevan a decir que la acción se encuentra simbólicamente mediatizada [...] La mediación narrativa subraya, de ese modo, ese importante carácter del conocimiento de uno mismo que consiste en ser una interpretación de sí mismo. La apropiación de la identidad del personaje ficticio que lleva a cabo el lector es el vehículo privilegiado de esa interpretación. (1999: 227)

En Eco se puede encontrar un ejemplo claro para definir esta mediatización simbólica entre la construcción del personaje a través de la canción y la identificación del oyente. En cuanto mito de la cultura popular, dice el autor, Rita Pavone encarna los problemas de sus fans, las ansias por el amor no correspondido y el despecho por el amor contrariado. De esta manera, la canción y el personaje que canta responden a todas las expectativas de su público. Y, siguiendo a Roland Barthes, Eco reconoce en el mito popular una función consoladora: “como para obedecer a una inconsciente exigencia de tranquilización” (1964: 333). Esta postura teórica parte de la base de que la música popular provee a la gente de elementos para construir sus identidades sociales ofreciendo modelos de satisfacción psíquica y emocional, por medio de los cuales los oyentes asumen determinadas posiciones en el mundo social. En definitiva, lo que este argumento plantea es que unidades textuales como la canción, permiten la articulación de una particular configuración de sentido cuando los consumidores de dichos discursos se reconocen, en un complejo proceso de interpelación, en la trama argumental que organiza sus identidades.

4.2 Un caso de estudio: *Mother, Brother, Lover*

Pensamos que la canción como unidad textual con dimensión poética y/o narrativa es un género híbrido que toma prestados elementos de otros géneros literarios como la poesía (el metro, el verso y la repetición), el teatro lírico (la apelación directa y empática del cantante a la audiencia) y el cuento (el modo de organizar la narración con un comienzo, un desarrollo y un desenlace) pero que no existe autónomamente fuera de la estructura musical y la voz que pronuncia las palabras. Antoine Hennion (1983) destaca este vínculo entre las partes como la

cualidad principal del objeto y argumenta que la canción es como un relato de tres minutos en el que una idea es presentada, elaborada y resuelta a partir de un guión convencional (basado en temas de la cultura popular), familiar para el oyente casual, y que opera directamente sobre la memoria y el recuerdo haciendo uso de las posibilidades memorísticas de un esquema rítmico repetitivo.

Proponemos analizar los aspectos mencionados anteriormente de la canción popular a partir de la antología de letras de canciones *Mother, Brother, Lover* (2011) de Jarvis Cocker, anterior miembro, cantante y compositor del grupo inglés Pulp²⁸ y ahora solista. Primero discutiremos algunas particularidades de la canción pop como el lenguaje utilizado, la forma estandarizada y el modo de comunicación del mensaje centrado en la colaboración de música, texto y performance. Nuestro punto de vista sugiere que la estandarización puede ser trabajada de modo tal que el autor pueda filtrar en ella su propia marca distintiva, como en el caso de Jarvis Cocker, cuyo empleo de la repetición es puesto al servicio del desarrollo de su persona dramática²⁹.

En el marco del Brighton Festival del año 2008, Jarvis Cocker dictó una conferencia, frente a un auditorio de mil ochocientas personas, sobre las particularidades de la composición de letras de canciones populares. Su discurso fue acompañado por diversos ejemplos musicales trazando un esquema argumentativo fundado en la hipótesis de que las letras aisladas del contexto de la canción (música y performance) pierden su significado original que procede de la suma de las partes: “Las letras de las canciones no son poesía: son palabras al servicio de la canción” (Cocker, 2011:3).

Pensemos, siguiendo la afirmación de Jarvis Cocker, en la canción pop como un enunciado estable e intentemos una primera definición de género: la canción pop es una fórmula basada en la repetición, cuyo contenido verbal solo cobra importancia y es recordado al ser inmediatamente asociado a una melodía y a un esquema rítmico determinado. Esto quiere decir que, 1) las palabras sin la

²⁸ Pulp nace por el año 1983 en Sheffield (Inglaterra) pero es mundialmente conocido en la década del noventa (a partir del año 1994 con la publicación del disco *His 'n' Hers*) como parte del estilo Britpop.

²⁹ Desde el título mismo del libro que proviene de una de las frases más repetidas por el autor en su obra y casi consolidado como marca personal: «That's another thing I've learnt over the years: turn your defects into selling points» (Cocker, 2011: 5)

música (aisladas del contexto de la canción) pierden comunicabilidad y 2) la fórmula de la canción pop como estructura estable permite que la comunicación del mensaje sea eficaz.

Como mencionábamos anteriormente, Cocker afirma que las letras se diferencian de la poesía porque no son formas independientes, sino parte de un sistema. Pero además, la letra de una canción se distingue de la poesía porque está sujeta a otras reglas formales: tolera especialmente la repetición porque su objetivo consiste precisamente en captar la atención del oyente una y otra vez. Esta principal diferencia entre la poesía y la letra de una canción se hace evidente cuando los letristas trabajan la transposición de textos poéticos al formato canción. Hablamos precisamente de una transposición y no de un traslado directo porque el texto tendrá que ajustarse a una nueva forma³⁰. En la mayoría de los casos las modificaciones sobre el hipotexto poético tienden a acortar los textos originales y colocar el énfasis en el refrán, adaptando también el lenguaje a un registro coloquial (o actualizando las expresiones). Debe entonces ajustarse el texto a la estructura fundamental de la canción popular: verso – estribillo – verso.

Si, como dijo Wright Mills en *White Collar*, en la sociedad de masas la *fórmula substituye a la forma* y la *fórmula precede a la forma* (a la invención, a la propia decisión del autor), el campo de la música de consumo se presenta como modelo típico. (Eco, 1964: 316)

Este modelo típico, en términos de Umberto Eco, fundado en las leyes de la repetición y en la objetividad de la forma señala otra característica de la canción, como bien de consumo, siguiendo una serie de recursos que la hacen *vendible*: a) un ritmo ligero y bailable; b) una melodía que permanece en la memoria de la gente; c) una letra que promueve la acción dramática, o define el punto de vista del personaje, el lugar de la persona (Burns, 1987: 2). No obstante, la simplificación de la estructura y del esquema rítmico de la canción podría también permitir al artista jugar con la ambigüedad entre lo repetido una y otra vez –la fórmula- y la novedad o la sorpresa, quizás (en el orden del relato) un

³⁰ Un ejemplo de esta última tarea de transposición es la versión de Frank Sinatra de la canción “On the Road to Mandalay” sobre el poema de Rudyard Kipling “Mandalay” (1892).

nuevo estilo de escritura, un nuevo uso del lenguaje o una historia original. Una de las habilidades del letrista contemporáneo es trabajar con la ironía, la parodia o el humor, intentando que por medio del *extrañamiento* de los elementos típicos (en algunos casos como crítica de la misma estandarización de la música pop) se impida el agotamiento de la fórmula.

Jarvis Cocker habla también en su conferencia acerca del tratamiento de temas inadecuados (*inappropriate*) en la canción popular contemporánea. Canciones como “Heroin” de la Velvet Underground o “Louie Louie”³¹ de The Kingsmen (1963) reflejan la importancia de los tópicos prohibidos a nivel social que encuentran un canal de expresión en la canción popular. Estableciendo una distante analogía con la descripción bajtiniana del carnaval en la Edad Media, podríamos decir que la canción popular, como forma de la cultura, ofrece “una visión del mundo, del hombre y de las relaciones humanas totalmente diferente, deliberadamente no-oficial” (Bajtín, 1941:11). La canción es percibida como un espacio de liberación de las reglas que rigen el mundo, una excepción a la norma, una marca de desterritorialización.

Este último ejemplo trae a colación un problema que relaciona el mensaje de la canción con el uso particular de la lengua en la oralidad. La canción es una forma cercana a la conversación. Según Simon Frith las letras de las canciones emplean «un lenguaje habitual con un uso excepcional» (1996: 167), otro signo de parentesco con los géneros discursivos primarios como la conversación o el diálogo cotidiano. Por esto mismo su naturaleza no es atemporal y su evolución está sujeta al recambio de expresiones y modos de organizar enunciados para describir situaciones, objetos o personas: habla en el idioma de la moda porque necesita el reconocimiento inmediato del oyente. De la misma manera, la canción prefiere la forma narrativa porque el esquema básico del relato breve de ficción es un código textual que forma parte del marco de conocimiento común del oyente: “Las letras [...] nos presentan a las canciones como historias. Todas las canciones

³¹ La canción fue objeto de una investigación del FBI por el contenido obsceno de la letra. El caso fue cerrado declarando que el contenido era incomprensible: «unintelligible at any speed». Puede leerse más sobre el tema en “Combating Merchants of Filth: The Role of ‘Louie Louie’” (Marsh, 1993).

son narraciones implícitas [...] solo pueden ser introspectivas si el *yo* en la canción es ficticio” (Frith, 1996: 169).

En el prólogo a *Mother, Brother, Lover* Jarvis Cocker habla de este modo de escribir la letra de una canción que consiste en tomar como punto de partida una experiencia personal e introducir elementos ficcionales que ayuden a desplazar la biografía del *yo* por otra cuya única existencia es textual. El sujeto se desdobra así en otra voz ajena, que será interpretada en escena por una máscara y que será repetida incontables veces por otras voces plurales -las del público- que se apropián del mensaje y asumen el *yo* desde otra perspectiva.

Un ejemplo de este procedimiento lo encontramos en “Live Bed Show”. La idea o motivo principal del texto de la canción nace relacionada con un objeto y ese objeto con la biografía del autor: una cama comprada de segunda mano que marcó el momento de salida de Jarvis Cocker de su ciudad natal (Sheffield) y el establecimiento en un nuevo ámbito (Londres)³². Tras una segunda mudanza a un piso amueblado, la cama fue donada a un amigo y años después, al tiempo presente de la escritura de la letra de la canción (1997), luego de un tercer cambio de residencia y la adquisición de una vivienda propia, el objeto reaparece en la vida de Jarvis Cocker. El tema de la canción contiene la pregunta ¿de qué historia/s pudo haber sido parte esa cama en el tiempo de ausencia?

She doesn't have to go to work but she doesn't want to stay in bed
‘cos it's changed from something comfortable to something else
instead.³³

La cama como objeto está cargado de un doble significado: es un mueble más de la casa que ha dejado de ser útil pero si esta utilidad del objeto como bien de consumo se traslada al campo semántico de la relación amorosa entonces sugiere una pérdida de valor (la pérdida de la comodidad) por la pérdida de actividad, quizás la pérdida erótica.

³² Identificado también con diferentes momentos de su carrera artística en ascenso.

³³ (Ella) no tiene que ir a trabajar pero tampoco quiere quedarse en cama porque ha dejado de ser algo confortable para ser algo distinto.

El pronombre *she* (ella) sugiere una ambigüedad lingüística al proponer una doble referencia, o bien la cama personificada o bien un personaje femenino de la historia. Otra cita del texto de la canción:

Now there's no need to complain 'cos it never makes a sound.

Something beautiful left town and she doesn't even know its name.

³⁴

A la inversa, esta estrofa comienza hablando de la cama y continúa hablando de la protagonista de la historia narrada (mencionada en tercera persona, es decir *hablada* a su vez por una voz ficcional). El pronombre posesivo *its* (su) refiriéndose a un objeto que podría ser la cama tiene sin embargo un nombre (el que ella desconoce) y sugiere, ahora, que “eso” podría ser él/ ella, aludiendo a una cosificación de la persona como objeto sexual (y a la vez sin marca de sexo ni nombre).

Al otorgar una voz a la canción y un personaje a la historia, junto con el procedimiento doble de personificación y cosificación, Jarvis Cocker desdibuja las fronteras entre el referente real (el disparador objetivo de la escena y la relación que establece ese objeto con su persona real) y el producto de la escena narrada como ficción. El texto se hace entonces impersonal, preparado para ser reapropiado por cualquier oyente del público que volverá a cargar de significado los pronombres vacíos con valores personales.

Este traslado de la voz del sujeto como máscara (del sujeto en actuación, en *performance*) al público cumple con la doble función de la canción popular como divertimento y como catarsis. Para que esta última comunicación entre el cantante y el auditorio sea exitosa, la puesta en acto de la ecuación música-texto-performance debe hacer coincidir a la vez lo que Barthes (1977) denomina el *pheno-texto* y el *geno-texto*, la confraternidad de la performance del artista puesta al servicio de la comunicación, representación y expresión de valores culturales vigentes (tanto para afirmarlos como para rechazarlos) y de la materialidad de su propia voz como significante, su cuerpo *en* la música, su *dicción*. En esta

³⁴ Ahora no hay de qué quejarse porque nunca hizo ruido. Algo hermoso dejó la ciudad y ella ni siquiera sabe su nombre.

confluencia, la individualidad o la subjetividad del artista buscarán su lugar de expresión dentro de la fórmula estandarizada (estructural o temática).

Una canción se estructura habitualmente usando entre tres y cinco secciones musicales separadas: introducción, verso, estribillo, verso, estribillo y puente musical, seguido de una repetición continuada del estribillo hasta el silencio final. Este será el primer punto que tomarán los musicólogos para trabajar con una canción desde el análisis formal. Dirán si se ajusta o no a los parámetros de la fórmula y qué recursos musicales (escalas, armonías, temas melódicos, intensidades, efectos de sonido, variaciones y modulaciones) utilizan para marcar las continuidades y rupturas dentro del esquema presentado. Los críticos, en cambio, preferirán realizar un análisis de las letras a partir de las herramientas que ofrece el análisis literario centrándose en el contenido antes que en la forma. Ahora, ¿cómo trabajar con canciones populares como las de Jarvis Cocker que colocan el acento en la unión de la estructura convencional de la canción pop con el tratamiento de temas inapropiados? Como argumentábamos anteriormente, nuestra teoría es que todas las canciones, al ser construidas con elementos intersemióticos, suponen esta relación entre forma musical y contenido textual, y la dicción de la voz en la puesta en acto.

Nuestra propuesta ahora es ofrecer un ejemplo de análisis del texto “Common People”, en función de los lineamientos teóricos que hemos trazado. La canción comienza así:

She came from Greece, she had a thirst for knowledge.
She studied sculpture at St. Martin's College: that's where I
caught her eye.
She told me that her dad was loaded.
I said, 'In that case I'll have a rum and Coca-Cola'
She said, 'Fine' –and then in thirty seconds' time she said:
'I want to live like common people,
I want to do whatever common people do,
I want to sleep with common people,
I want to sleep with common people like you'
Well, what else could I do?

I said, ‘I’ll see what I can do’³⁵

Lo primero que destacaremos del fragmento citado es el estilo narrativo. El narrador de la canción, personaje creado por Jarvis Cocker, que puede o no coincidir con la persona real pero que en el acto performativo se establece como identidad autónoma, utiliza fundamentalmente la cita directa para reconstruir la escena y el diálogo entre los personajes involucrados. En los primeros tres versos se describe el contexto de la historia, con una primera descripción del personaje femenino (ella es griega, es estudiante de escultura y tiene sed de conocimiento) y de la relación que tiene con el narrador: él también estudia en St. Martin’s College y allí se conocieron. En estas tres líneas se acentúa el pronombre de tercera persona femenino *she* (ella) con dos descripciones contextuales y una cita indirecta que inmediatamente después es interrumpida por el pronombre de primera persona *I* (yo) y la introducción del diálogo. Las siguientes tres líneas de la canción sugieren el problema principal (ella es de buena familia, su padre tiene mucho dinero) que se explicita luego en la séptima línea: “Quiero vivir como la gente común”. En este punto comienza la repetición que, a los fines estructurales de la canción (articulando letra y música) constituye el *hook* o la *frase anzuelo* (eslogan que capta la atención del oyente casual y se graba en la memoria). Las dos últimas líneas son formalmente una coda de la frase principal y representan una reflexión del narrador sobre la tentativa de resolución del problema: “veré qué puedo hacer”.

La siguiente estrofa imita la estructura de la primera y establece una relación intertextual y un juego de pronombres y significados. Así, las primeras tres líneas invierten el orden de aparición de los pronombres presentado en la primera estrofa, poniendo el acento en el *I* (yo) frente al *she* (ella) utilizado anteriormente:

I took her to a supermarket.

³⁵ Ella venía de Grecia y tenía sed de conocimiento. Estudiaba escultura en St. Martin’s College: ahí es adonde yo la vi. Me dijo que su padre estaba forrado. Le dije, ‘en ese caso tendré ron y Coca Cola’
Me dijo, ‘bien’ –y entonces en treinta segundos me dijo: ‘Quiero vivir como la gente común, quiero hacer lo que la gente común hace, quiero dormir con gente común, quiero dormir con gente común como vos’. Bueno, ¿qué más podía hacer? Le dije ‘veré qué puedo hacer’.

I don't know why, but I had to start it somewhere: so it
Started *there*.

I said, 'Pretend you've got no money'³⁶

Además del juego de pronombres se suma la oposición de campos semánticos: en la primera estrofa los lugares referidos son “Grecia” y “St. Martin’s College”, contrastados ahora con el ámbito del supermercado. Finalmente, la afirmación “Haz de cuenta que no tienes dinero” se opone a la tercera línea de la primera estrofa: “Me dijo que su padre estaba forrado”.

Las siguientes citas directas presentan las mismas características:

She just laughed and said, 'Oh, you're so funny'. I said,
'Yeah? Well, I can't see anyone else smiling in here'³⁷

En este caso “eres tan gracioso” refiere tanto a la frase que le precede como a la frase que ocupa la misma posición en la estrofa anterior: “en ese caso tendré ron y Coca-Cola” y de igual manera “Bien” en la primera repite el “Sí” de la segunda. Ambas estrofas mantienen una relación espejular centrando la figura en el personaje femenino y en el personaje masculino -asumido por la voz cantante- casi configurando un montaje cinematográfico de planos alternos.

La estructura interna de estas dos primeras estrofas es la siguiente:

Introducción (primeras tres líneas): recitativo
Verso recitativo (siguientes tres líneas): recitativo
Refrán o <i>hook</i> : frase principal
Verso recitativo (últimas dos líneas): recitativo

La canción continúa con un puente (*bridge*) en el que tanto la música como la letra cambian. La función de esta tercera sección (diferente al verso

³⁶ La llevé al supermercado. No sé por qué pero tenía que empezar por algún lado: así que empecé por *ahí*. Le dije ‘haz de cuenta que no tienes dinero’

³⁷ Solo rió y dijo ‘eres tan gracioso’. Le dije ‘¿Sí? Bueno, yo no veo a nadie más aquí que esté riendo’

recitativo y al estribillo) es intensificar el mensaje a partir de la dramatización. Dividido en dos partes, primero se dan las opciones condicionales (esto es lo que tienes que hacer si quieras vivir como la gente común) y luego se niega la posibilidad, produciendo un contraste irónico entre la intensidad dramática de la música y el significado del mensaje:

Rent a flat above a shop
Cut your hair and get a job
Smoke some fags and play some pool
Pretend you never went to school
But still you'll never get it right
'cos when you're laid in bed at night watching roaches climb
the wall
if you called your dad he could stop it all.³⁸

En esta parte de la canción la rima es el recurso enfático principal. Concatena los versos por pares agrupando las frases y marcando las oposiciones de sentido entre las palabras rimadas al final del verso (*shop/job* - tienda/ trabajo; *pool/school* - billar/ colegio) y en el medio (*flat/fags* – piso/ cigarrillo). Y junto con la repetición del estribillo, la rima captura la atención del oyente y apela a la memorización del contenido, lo hace cantable. El cambio a la rima (en lugar de continuar el esquema de la repetición del estribillo) junto con la variación musical (no se produce un cambio en la secuencia armónica pero sí en la melodía), evitan la monotonía y preparan para volver al esquema estribillo/verso final repetido dos veces y con cambios en la letra, pero manteniendo el acento en el enunciado “common people”. Aunque no se manifiesten alteraciones en la línea melódica, la variación de la letra y de la intensidad (musical y de dicción) producen un efecto *in crescendo* que representa un clímax en la repetición misma. A su vez, en el

³⁸ Alquila un piso sobre una tienda. Córstate el cabello y consigue un trabajo. Fuma cigarrillos y juega al billar. Actúa como si no hubieras ido al colegio. Aun así nunca lo entenderás porque cuando estés tirada en la cama viendo a las cucarachas trepar por la pared llamarías a tu padre y él podría detenerlo todo.

estribillo se utiliza la negación repetida, cambiando el motivo de la primera parte afirmativa:

You'll never live like common people,
You'll never do what common people do,
You'll never fail like common people,
You'll never watch your life slide out of view
And then dance
And drink
And screw
Because there's nothing else to do.

Sing along with the common people,
Sing along and it might just get you through.
Laugh along with the common people,
Laugh along even though they're laughing at you
And the stupid things that you do because you think that
Poor is cool.³⁹

La canción podría terminar en este punto. La situación inicial, el planteo del problema, el intento de solución y la sentencia negativa fueron todos expuestos -la versión del videoclip de la canción termina justamente aquí por motivos exclusivamente comerciales⁴⁰- pero en la versión del álbum Jarvis Cocker continúa repitiendo y alternando los esquemas anteriores para desequilibrar el balance de la historia y volver ridículamente frustrante el intento del personaje femenino por pertenecer a la clase de gente común. Esta condición continúa alternando el esquema estribillo/ verso con el puente hasta finalizar con una secuencia repetida en *fade out*: “I wanna live like common people like you”

³⁹ Nunca vas a vivir como la gente común, nunca vas a hacer lo que la gente común hace, nunca vas a fracasar como la gente común, nunca vas a ver tu vida fuera de foco, y luego bailar, y beber, y follar porque no hay nada más que hacer

Canta junto a la gente común, canta y puede que te dejes llevar. Ríete junto a la gente común, ríete aunque estén riéndose de ti y de las tonterías que haces porque piensas que ser pobre está de moda.

⁴⁰ El formato comercial de una canción debe respetar el tiempo promedio de tres minutos. Otra diferencia entre las dos versiones es la omisión del verbo *screw* que en el videoclip y en el *radio-edit* fue censurada, no así en la versión del álbum.

volviendo a la frase principal (citando lo que ella dijo) y convirtiéndola en un refrán que haciendo uso de la repetición va despojándose de sentido a medida que la canción se termina.

4.3 Mitologías de la vida cotidiana

No solo el lenguaje utilizado sino también los principales temas involucrados en la composición de las letras se relacionan con la vida cotidiana⁴¹. La canción es un espacio de reflexión sobre el modo de experimentar el amor⁴² y las relaciones con el sexo opuesto, sobre lugares y objetos de conocimiento común; son narraciones de la experiencia y conforman una poética de la vida cotidiana.

Fue el comienzo de un tipo de sensibilidad, un deseo de explorar los lugares no tan obvios –porque estaban justo frente a ti. ‘Pulp’⁴³: el lugar perfecto para hacerlo porque representaba el intento de encontrar significado a los objetos descartables de producción en masa que circulan a diario (2011: 7)

Desde mediados de la década del sesenta la función de las letras de las canciones de rock ha sido exponer la (falsa) ideología sentimental de la sociedad capitalista (el modo en el que las canciones de consumo masivo describen las banalidades del amor). Frente a este romanticismo, la tradición del rock ha recuperado el realismo del blues para manifestarse. La teoría del realismo en la lírica de la canción implica que existe una relación directa entre el texto y la condición social o emocional que describe o representa (Frith: 1988, 112). El movimiento contrario a la *naturalización* del mito es en este caso canalizado como una vuelta a la historia. Pero la decadencia de un sistema mitológico

⁴¹ Y lo hacen de manera ambigua porque parten de la opinión común para luego criticarla pervirtiendo todo intento de homogenización del gusto, aunque esto no se cumple en todos los casos.

⁴² «Terminé documentando mi propia adolescencia a través de las canciones que componía» (Cocker, 2011: 2)

⁴³ Jarvis Cocker se refiere a las “revistas de pulpa” o *pulp* popularizadas como género narrativo y de historieta.

determinado no implica necesariamente esta salida. Puede también –y es seguro que lo hará- renovar sus formas.

En este contexto cobra sentido el argumento de Jarvis Cocker en el prólogo de *Mother, Brother, Lover* en el que señala la discrepancia entre el modo en que las canciones hablaban del amor en la radio y la forma en la que él mismo lo experimentaba. Puesto en otros términos, cuando la oferta de música de consumo masivo no cumple con la función catártica en todos los oyentes, y el tratamiento generalizado de los tópicos comunes no satisface a un sector de la audiencia, los artistas primero y la industria después intentarán popularizar una nueva serie de valores y una nueva mitología.

Al afirmar Jarvis Cocker que las letras de Pulp proponen una sensibilidad fundada en “el deseo de mirar en los lugares menos evidentes”, lo que cuestiona no es la capacidad de la cultura popular de convertir sus discursos en un habla despolitizada, sino la pérdida de actualidad y representatividad del modo de expresión del lenguaje mítico vigente. El intento de Jarvis Cocker de “crear el tipo de música pop que hubiera querido tener cuando lo necesitaba” es un reflejo de esta necesidad de producir nuevas mitologías populares. Las letras de sus canciones tienen su fundamento en esta afirmación.

Por mencionar un breve ejemplo, en la letra de “Mis-shapes” Cocker traslada elementos del entorno cotidiano a un nuevo sistema de significados, borrando el concepto primero (que en este texto en particular ya viene derivado de otro) y convirtiéndolo en forma de un significado segundo. Analicemos la operación:

Raised on a diet of broken Biscuits⁴⁴

La tienda de dulces que estaba situada enfrente de la casa adonde pasó su infancia Jarvis Cocker vendía bolsas de chocolates de oferta (chocolates de aspecto irregular que no se consideraban aptos para empaquetar) etiquetados como “mis-shapes”. En la frase citada el autor construye una equivalencia entre las galletas rotas y esos chocolates y más adelante en el texto, estos “mis-shapes” representarán a un tipo social específico, un estereotipo arraigado en la cultura del rock: el *outsider*, el inadaptado.

⁴⁴ Criado en una dieta de galletas rotas

We weren't supposed to be –we learnt too much at school,
now we can't help but see that the future that you've got
mapped out is nothing much to shout about.⁴⁵

El título de la canción representa así una ambigüedad estructural y semántica. En el recorrido del texto, acompañado de la música y la presencia individual de la voz cantante, el significado de “mis-shapes” como dulces rebajados de precio desaparece, dejando un lugar vacío que será completado con otro concepto, el adolescente idealista y crítico desplazado de los valores que rigen el mundo que lo rodea⁴⁶.

En el mito se encuentran las cinco exigencias que Umberto Eco describe en *Apocalípticos e Integrados*, aunque se refiere concretamente a Rita Pavone, estereotipo de la mujer adolescente en la década de 1960, un caso diferente al ejemplo del *outsider* que hemos presentado. Sin embargo, lo que quiere destacar Eco del mito es que “hace que los problemas de la adolescencia se mantengan en una forma genérica” (1964: 331), porque permite la idealización e intensificación de la vida cotidiana y la sacudida catártica que canaliza el instinto agresivo y violento del adolescente *outsider*, siendo un medio de expresión de las emociones reprimidas, contra las presiones que impone el modo de vida alienante de la sociedad moderna. Asimismo, esta identificación con el mito promueve la evasión del adolescente del mundo construido por los adultos, a través de la delimitación de un espacio propio, fundado en la diferencia.

Partiendo de un corpus de canciones, todas ellas de la antología de letras del cantautor inglés Jarvis Cocker, hemos intentado en nuestro trabajo arribar a un modelo posible de análisis de la canción popular contemporánea. A lo largo de nuestro trabajo hemos planteado una serie de interrogantes sobre la naturaleza formal y textual de las canciones pensadas como mensajes que han de ser comunicados.

⁴⁵ No tendríamos que haber existido – aprendimos demasiado en la escuela, ahora no podemos evitar ver que vuestro futuro panificado no tiene nada de otro mundo.

⁴⁶ Un estudio interesante sobre la caracterización del *outsider* en el contenido de las letras de canciones populares puede leerse en *Popular music perspectives. Ideas, themes and patterns in contemporary lyrics* (Lee Cooper, 1991: 37-48)

En ningún momento hemos puesto en tela de juicio la profundidad (estética) de los mensajes de esas canciones. Esto se debe a que nuestro objetivo ha sido en cierta medida cuestionar la crítica negativa de la cultura de masas. Creemos a su vez que es posible, y muchos teóricos de la cultura popular lo han confirmado en las últimas décadas, tomar a las canciones como objetos de investigación que merece un campo de estudio y una metodología propia, intersemiótica, interdisciplinaria y comparativa.

En cuanto a los mensajes de las canciones, lo importante no es lo que se dice (el análisis del contenido), sino de qué modo se transmite, cómo se articula la comunicación y qué modos de expresión se utilizan. Decíamos junto a Simon Frith que las canciones son actos de habla mediante los cuales un discurso es codificado y descodificado por el público dentro del circuito de la cultura.

Al comenzar nuestro trabajo considerábamos necesario abordar el análisis de los mensajes de la cultura popular desde dos puntos de vista: uno centrado en el momento de la producción y otro desde la recepción. En nuestro ejemplo de análisis, sin embargo, hemos puesto el foco sobre el primero sin hablar demasiado del segundo. Antes de terminar entonces, diremos que es importante sumar a este modelo de análisis de la canción pop los discursos secundarios que hablan de ella, los discursos de quienes emiten juicios de valor –los oyentes, los periodistas y otros músicos. Estos enunciados que constituyen el punto de vista de la recepción, son la clave para comprender la importancia social de los textos de la cultura popular en contexto y para estudiar el modo en el que se descodifican y reproducen los significados. Aunque obviado en este ejemplo, a lo largo de nuestra tesis introduciremos el análisis de la recepción al hablar del punk, del post-punk y de Joy Division concretamente.

PARTE 2. PANORAMA MUSICAL EN 1970: EL ROCK CORPORATIVO VS EL DIY

5. PRECEDENTES HISTÓRICOS

En 1945, al finalizar la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos se convirtió en principal potencia económica y cultural. A mediados de los años cincuenta, Estados Unidos y Gran Bretaña todavía eran dos mundos completamente distintos que no compartían la misma cultura popular. Sin embargo, hacia finales de la década, Gran Bretaña buscaba inspiración en la cultura popular americana (especialmente en la música y en el cine) como una posible fuente de inversión para la industria del entretenimiento.

Mientras que en el continente europeo la gente acostumbraba asistir a los shows de variedades y al music hall o escuchar la programación de la radio estatal, en Estados Unidos la industria de la música estaba gobernada por las listas de ventas recopiladas por la revista *Billboard* y dominada principalmente por un estilo musical melódico, blanco y urbano (Stanley, 2013: xviii). En 1944, Estados Unidos lanzó la primera revista para adolescentes, *Seventeen*, una publicación que existe aun hoy. En Gran Bretaña, la BBC contaba con tres canales radiales dedicados principalmente a contenidos educativos y música del recuerdo. Como alternativa, existía Radio Luxemburgo, una empresa privada que incluía en su programación música popular de moda en función de las ventas de partituras. El cambio de rumbo del mercado de la música a mediados de los años cuarenta, con el reemplazo de la venta de partituras (*sheet music*) y las audiciones radiales en vivo por las grabaciones en discos fue determinante para la introducción de la música americana en el contexto británico.

Una de las figuras más importantes en esta transformación fue el DJ radial Martin Block que, en su programa *Make Believe Ballroom* transmitido desde Nueva York a todo el país por la cadena WNEW, promovía la difusión de los *charts* de *Billboard* y *Variety*. En Noviembre de 1952 EMI lanzó su primera colección de discos de 45 rpm aprovechando el camino abierto por las empresas americanas (Columbia y RCA) que ya habían desarrollado este formato y el de 33 rpm, junto con la tecnología hogareña para la reproducción de los discos⁴⁷. Una

⁴⁷ Hacia finales de los años cuarenta, «el debate de las velocidades» entre la tecnología del LP de la empresa CBS y la del single de 45 revoluciones de RCA fue finalmente resuelta a partir de una división del mercado: para el oyente de música pop –que perfila una escucha ligera y desechable- se editan las

vez instalado el disco de 45 pulgadas como el formato para la música popular consumida por la juventud, se lanzó al mercado el tocadiscos portátil reemplazando a los viejos “combinados” que funcionaban como muebles para el hogar. El Dansette estaba fabricado en Inglaterra, concretamente en Londres, y contaba con un modelo particular con auto-cambiador de discos, ideal para musicalizar las fiestas de los adolescentes de la época.

En 1952 nace *New Musical Express*, el principal medio de la prensa musical del Reino Unido. En su primera edición del 14 de noviembre se publicó la primera lista de sencillos (*singles chart*) bajo la coordinación de Percy Dickins, que se ocupó de recoger los datos de ventas de 20 locales de todo el país y convertirlos en el primer Top 12 (que se extendió a Top 20 en 1955). Con el nacimiento de las listas de éxitos radiales se dio un fuerte impulso a la competitividad de las discográficas americanas y británicas en el mercado local. A continuación reproducimos la lista publicada en la primera edición de *New Musical Express*.

Tabla 3: Primera lista de éxitos de *New Musical Express*

Posición	Autor, Sencillo
1	Al Martino, “Here in My Heart” (Capitol CL 13779)
2	Jo Stafforrd, “You Belong to Me” (Columbia DB 3152)
3	Nat King Cole, “Somewhere Along the Way” (Capitol CL 13774)
4	Bing Crosby, “The Isle of Innisfree” (Brunswick 04900)
5	Guy Mitchell, “Fleet Up” (Columbia DB 3151)
6	Rosemary Clooney, “Half as Much” (Columbia DB 3129)
7	Frankie Lane, “High Noon” (Columbia DB 3113) / Vera Lynn, “Forget Me Not” (Decca F 9985)
8	Doris Day y Frankie Laine, “Sugarbush” (Columbia DB 3123)/ Ray Martin, “Blue Tango” (Columbia DB 3051)
9	Vera Lynn, “The Homing Waltz” (Decca F 9959)
10	Vera Lynn, “Auf Wiederseh’n” (Decca F 9927)/ Mario Lanza,

canciones comerciales como sencillos mientras que las obras de larga duración –orientadas a los consumidores de música seria- son editadas en discos de 33 1/3 r.p.m. Será a mediados de los años sesenta cuando la música pop comenzará a producirse en el formato LP (Frith, 1988).

	“Because You’re Mine” (HMV DA 2017)
11	Max Bygraves, “Cowpuncher’s Cantata” (HMV B 10250)
12	Johnnie Ray, “Walking My Baby Back Home” (Columbia DB 3060)

5.1 La institucionalización del pop/rock

“Odio el rock como odiaba la escuela. Lo odio porque, como la escuela, es un desfile de individuos que viven bajo la presión de las convenciones del mundo exterior. Los amigos envejecen, se enderezan y se inclinan por la normalidad. Las estrellas de rock y sus audiencias se perpetúan y se legitiman entre sí. El rock se convierte en rutina. La gente colecciona discos de rock como figuritas o antigüedades porque no puede hacer frente a ese enemigo aterrador que llamamos cambio”.

Dave McCullough, *Sounds*, 1979

Motti Regev (2002) desarrolla la problemática de la institucionalización del estilo pop/rock dentro de la música popular y señala a su vez la extensión de la estética del rock (el conjunto de prácticas creativas que se consideran como propias del género) a otros estilos musicales dentro del amplio campo de la música popular, como un proceso al que denomina “pop-rockización”. Según el autor, en las décadas de los ochenta y noventa, el pop/rock⁴⁸ se consolidó como un mundo artístico o campo autónomo conformado por una variedad de diferentes géneros y estilos organizados alrededor de una serie de prácticas creativas compartidas y unidos por un mismo conjunto de obras canónicas. En otras palabras, dice Regev, “el pop/rock se convirtió en una formación institucional que domina la forma cultural de la música popular” (2002: 261). Lo que el autor quiere decir concretamente, es que el pop/rock se ha convertido en una metacategoría que comprende una amplia variedad de estilos musicales que además se han ramificado y continúan diversificándose con el tiempo, un fenómeno asociado a la autonomización del campo del rock dentro de un mercado específico

⁴⁸Regev habla de la diferencia entre pop y rock señalada por algunos manuales (Shuker, 1998; Christgau, 2000) para los cuales existiría una diferencia estilística entre ambos conceptos. Sin embargo, no ahonda en la discusión, simplemente la presenta y propone la categoría pop/rock integrada como un fenómeno dentro de la historia de la música popular en la segunda mitad del siglo XX. Otra cuestión que plantea es la historización del rock. Para algunos críticos la era del rock (como formación cultural) termina en la década del 70 con el punk (Frith, 1981; Grossberg, 1992; Wicke, 1990), mientras que para otros, como Keith Negus, el rock está basado en un diálogo con varios géneros musicales anteriores por lo que señala una continuidad con el fenómeno de la música popular anterior aunque niega su fin en los 70.

(proceso de corporativización) y a nivel institucional (con sus propias escuelas, premios e instituciones). Regev analiza y critica dos posturas teóricas que tratan este complejo proceso desde puntos de vista diferentes; por un lado, la que denomina neo-gramsciana y que identifica principalmente con el trabajo de Lawrence Grossberg y, por otro, la proveniente de la sociología weberiana y centrada en la teoría de Pierre Bourdieu sobre el campo artístico.

Los argumentos de la primera se centran en la idea de que el pop/rock nace en un contexto socio cultural definido en el que las subculturas juveniles se establecieron como crítica a la cultura dominante (Hebdige, 1979; Grossberg, 1984; Frith, 1981) y que duró hasta finales de los setenta, cuando estos movimientos subculturales fueron absorbidos por la cultura hegemónica y perdieron su esencia crítica. La mayoría de los estudios sobre música popular han estado muy marcados por las teorías subculturales, que analizan el rock como una música de resistencia frente al capitalismo y destacan los discursos sobre la autenticidad de la música. Según Regev, este discurso de la autenticidad dominó la estética del rock desde su nacimiento a mediados de los cincuenta hasta finales de los setenta y se basó en un tipo de articulación de la música con la vida cotidiana de los fans a través de la cual las subculturas buscaban diferenciarse entre sí oponiéndose al gusto hegemónico. Estos planteamientos entran en crisis a partir de los años noventa, cuando el punk, la última gran revolución dentro del “campo”, es asimilado por la industria, y autores como Simon Frith o Lawrence Grossberg determinan la muerte del rock, al no ser capaz de continuar con esa labor de resistencia. En ese contexto Regev (1994) señaló que esos planteamientos habían entrado en un callejón sin salida, mostrando la utilidad del concepto de campo. Las anteriores revoluciones dentro del mismo se habían dirigido hacia músicas foráneas, pero el punk es la primera revuelta que hace referencia y crítica a movimientos dentro del campo. Para Regev esto significa que el campo ha cristalizado.

La teoría de Regev está basada en la tradición sociológica weberiana y de Pierre Bourdieu también por el uso de otros conceptos como prestigio, estilo de vida y grupos de estatus. Se trata de una perspectiva que evalúa el uso y el consumo del arte y la cultura en términos de su función para la autodefinición de

entidades colectivas y la búsqueda de estatus, prestigio y poder. En este sentido, el pop/rock como forma cultural se caracteriza por el surgimiento de nuevos actores colectivos que luchan por obtener estatus y legitimidad dentro del campo cultural. El pop/rock sería una de las herramientas utilizadas por éstos para definirse como únicos y diferentes. Lash los identifica como “las nuevas clases medias”:

Las nuevas clases medias postindustriales, con fundamentos en los medios, la educación superior, las finanzas, la publicidad y el comercio internacional, proveen una audiencia para la cultura postmoderna [...] poseen diversas fuentes de identidad en relación a los grupos de mayor edad y tienen más probabilidades de percibir sus propios intereses ideales con un simbolismo de los objetos culturales totalmente diferente al que utilizan las generaciones mayores [...] Esta nueva clase media postindustrial podría estar entablando una lucha con los grupos generacionales dominantes con el fin de imponer su propio esquema de clasificación para valorar los objetos culturales posmodernos. (1990:20)

La institucionalización del pop/rock no pondría de manifiesto una crisis interna en el campo sino que sería el reflejo del éxito de algunos de estos nuevos actores colectivos en la lucha por la legitimidad en la sociedad contemporánea. La lucha del pop-rock no ha sido contra el capitalismo, sino para justificarse artísticamente, dice Regev, para obtener reconocimiento. Y, como señala Regev (2013: 61), los académicos le han prestado muy poca atención a este proceso de legitimación y justificación, que ha sido realizado básicamente por parte de la crítica musical, por revistas como *Rolling Stone*, *Creem*, *Melody Maker* o *New Musical Express*.

Siguiendo a Bourdieu, lo que Regev quiere decir es que el campo cultural es un campo de fuerzas que se ejercen sobre todos aquellos que penetran en él, y de forma diferencial según la posición que ocupan, al tiempo que es un campo de luchas de competencia que tienden a conservar o a transformar ese campo de fuerzas. En este sentido, la institucionalización del pop/rock supone la definición de reglas específicas del campo, una estructura organizada en torno a un discurso

(estética), un conjunto de obras y artistas que ocupan una posición determinada dentro del campo y relaciones objetivas entre estas posiciones ocupadas por las obras y los productores. Concluye Regev:

La segunda mitad del siglo veinte presenció una lucha clasificatoria por los contenidos del capital cultural legítimo. En homología con la lucha de los nuevos actores colectivos por conseguir legitimidad, poder y prestigio, se produjo una lucha cultural que buscó redefinir el estatus artístico, el prestigio y la legitimidad de las formas culturales contemporáneas, especialmente aquellas asociadas a la cultura popular. El éxito de esta lucha implicó legitimar las formas artísticas contemporáneas, convirtiéndolas en elementos de gusto apropiados para definir nuevos tipos de identidades sociales. La emergencia del pop/rock, su institucionalización y continuos cambios y refinamientos, fueron las principales formas de realización de este proceso cultural. (1990:21)

El término pop/rock es una construcción cultural sostenida por los intereses de quienes dominan en el campo de la música a través de los medios de producción y distribución. Su consolidación como meta-categoría nos obliga a pensar en las características y rasgos que definen la inclusión o exclusión de determinadas obras musicales. Motti Regev (2002) argumenta que la articulación entre estilos y géneros dentro de esta categoría es el resultado de un conjunto de prácticas creativas que todos comparten y que conforman una estética específica: el uso de instrumentos eléctricos y electrónicos, las técnicas de manipulación del sonido en estudio y el valor agregado de la autoría y la espontaneidad de los músicos. Regev argumenta que estas prácticas se institucionalizaron dentro del contexto sociocultural del rock a través del proceso de canonización de obras clásicas (álbumes y artistas) de la década del sesenta y setenta. Al mismo tiempo, continúa el autor, este sistema semiótico que conforma la estética del rock puede aplicarse a otros estilos musicales que tienen el potencial de convertirse en pop/rock y derivar en nuevos estilos híbridos como el world beat o el ethno rock.

Si bien la idea de una estética del rock ayuda a comprenderlo y analizarlo

como campo cultural autónomo, las características que Regev propone son históricamente producto de una estética particular dentro del rock que se desarrolló en paralelo al concepto de álbum y a las tecnologías de grabación, poniendo énfasis en la producción musical y en la experimentación dentro del estudio frente a la reproducción del sonido en directo. Grupos como los Beatles y los Beach Boys, a partir del año 1966 y gracias al éxito comercial conseguido en años anteriores, comenzaron a disponer de mayor presupuesto para destinar a horas de grabación e invertir en nuevas tecnologías de estudio. En esta época se desarrolló la idea de obra conceptual como conjunto de canciones agrupadas en torno a un *leit motiv*, un valor agregado que la música popular tomó de la música culta junto con otras prácticas como la utilización de cuartetos de cuerda y arreglos orquestales de la música clásica decimonónica, el virtuosismo del jazz, el uso de sintetizadores o la manipulación electroacústica del sonido propia de la música académica contemporánea.

En esta época el rock buscaba legitimarse como forma de arte pero no solo a nivel musical, sino también a nivel literario a través del contenido de las canciones y a nivel visual a través del arte de tapa de los discos. Es así que pasan a valorarse los músicos que escriben sus propias letras y componen sus canciones, las mismas letras comienzan a interpretarse como poesía, y a sus autores como poetas en analogía con los románticos y la bohemia literaria del siglo anterior (incluso se traspone el concepto de “poeta maldito” al campo del rock). El desarrollo de las gráficas de las tapas de disco pasa de la imagen del ídolo pop (como en los primeros discos de los Beatles) al collage y al arte conceptual (como lo fue *Revolver* en 1966). Podemos poner como ejemplo el disco *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* que fue básicamente el primero en incluir todo esto: ambicioso a nivel musical, fue el primer gran disco pop que trajo las letras incluidas en la cubierta del álbum y todas las canciones estaban relacionadas a través de un concepto reflejado también en el arte de tapa. Inspirados en *Pet Sounds* de los Beach Boys (1966), la idea central de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* consistió en que los Beatles transformaran al rock en objeto de culto. Llevaron al límite el concepto del rock, agregando orquestaciones, instrumentos hindúes, grabaciones tocadas al revés y sonidos de animales. Rock, music

hall, baladas, jazz y hasta música oriental se mezclaron en la realización del álbum.

Lo que queremos poner de manifiesto es que Regev comete el mismo error que critica a Grossberg cuando habla de la crisis del rock a partir de la crisis de la ideología de la autenticidad fundada en los criterios anteriormente mencionados. Ambos autores describen al campo a partir de esta ideología particular perdiendo de vista las luchas internas dentro de una economía de la producción social de la utilidad y del valor. Como dice Bourdieu, la fabricación material del objeto cultural no es nada sin el sistema de agentes e instituciones que se ocupan de producir y reproducir los habitus y de satisfacer los deseos del público. Así, la estética del rock no tiene que ver solo con el sistema semiótico que describe Regev, sino también con representaciones visuales y con el modo en el que se vende el producto a través de las imágenes construidas por la publicidad, explotadas por los medios y las discográficas como sinónimo de rock, a través no solo de imágenes sino también de discursos (distintos según el contexto de enunciación) por parte de quienes tienen el poder de crear o difundir tendencias. Por esta razón, decimos que la estética del rock es un concepto variable históricamente que tiene relación no solo con el estrecho vínculo del rock con la tecnología, sino también con representaciones asociadas, provenientes de otros fenómenos de la cultura popular y el desarrollo paralelo de otros medios como la televisión y el cine.

La televisión, por ejemplo, ha ayudado al rock a potenciar su audiencia y homogeneizar gustos. Programas como The Ed Sullivan Show, David Letterman, American Bandstand, The Midnight Special o canales dedicados exclusivamente a la música como MTV han sido una fuerte influencia para la interpretación del rock construyendo estereotipos y relatos para diferentes generaciones de fans. La televisión funciona como sustituto del concierto en directo, ofreciendo a las audiencias actuaciones en vivo de los grupos; es además un sitio de creación de tendencias e ídolos pop e incluso sirve como plataforma de divulgación para discursos del rock que se oponen a la cultura dominante. De manera similar, la industria del cine ha sido de gran importancia para la industria del rock al afianzar los lazos del estilo musical con una imagen determinada de la cultura juvenil, la

historia del rock y la industria del rock.

Estos medios con sus discursos y narraciones son importantes para comprender el lugar de la juventud en cada contexto de enunciación en función de las relaciones que establecen con otros sistemas sociales y políticos. Tanto la televisión como el cine han afianzado la idea de que el rock se asocia a la juventud, utilizándolo como banda de sonido para las representaciones mediáticas que tratan sobre las identidades juveniles, según los gustos de los consumidores y los discursos que manejan los críticos y comentadores dentro del campo. Ya sea que la juventud esté definida por la aparición repetida de generaciones de jóvenes o por la aparición histórica de una específica generación de jóvenes, en cualquier caso, el campo socio-cultural del sector de la juventud está también dividido en estructuras de clase, raza o género. Dentro de esta diversidad se construyen las culturas de la música popular y a menudo una de estas culturas se posiciona en el centro, como forma dominante.

5.2 La lógica comercial y la lógica independiente

Si el valor cultural del rock escapa a cualquier definición normativa, puede no obstante encontrarse en los discursos y experiencias construidas en y alrededor de la relación entre los fans y la música. La música popular se define en función de sistemas de gusto, y estos sistemas están organizados alrededor de una particular ideología que permite distinguir ciertos tipos de prácticas culturales y ciertos tipos de fans. Esta diferencia ideológica ha tomado diversas formas a lo largo del tiempo, como por ejemplo los estilos dominantes y los periféricos, el *mainstream* y la producción alternativa, la lógica comercial y la independiente. La oposición entre lo comercial y lo no comercial es el principio generador de la mayor parte de los juicios que pretenden establecer la frontera entre lo que es arte y lo que no lo es, un límite que se establece siempre entre la producción restringida y la gran producción (lo comercial), es decir, entre la primacía dada a la producción y al campo de los productores o, incluso, al subcampo de los productores para productores, y la primacía dada a la difusión, al público, a la venta, al éxito medido por el volumen de ventas.

Pongamos como ejemplo la década del setenta en Estados Unidos, un

momento histórico del campo marcado por la separación de audiencias en la radio. Por un lado, la frecuencia AM, dedicada al estilo AOR⁴⁹ con una finalidad más centrada en el valor artístico de los músicos y sus obras que en la ética comercial. Por otro lado, la frecuencia FM donde sonaban los hits del momento y se promovía la venta de sencillos de música pop comercial (fundamentalmente la música disco). El campo del rock se corporativiza y la industria se centra en la producción discográfica de artistas consagrados, lo que en efecto produjo una ralentización del recambio de artistas. Las nuevas propuestas solo pudieron funcionar a nivel *underground*, producidas por discográficas independientes, puesto que las grandes empresas invertían poco o nada en lo nuevo y buscaban, en cambio, potenciar el capital simbólico de los artistas ya consagrados, dedicando unos cuatro años entre lanzamiento de discos para focalizar la atención y el presupuesto en la producción de estudio.

El negocio del rock comenzó a hacerse grande y a organizarse en conglomerados corporativos y multinacionales. La promoción en radios FM trae cada vez más ganancias por publicidad y la producción de shows multitudinarios (rock de estadio) produce importantes beneficios económicos, por lo que muchas compañías que anteriormente no estuvieron relacionadas con el negocio de la música, comenzaron a invertir en él. Este fenómeno, que se denominó “Rock Corporativo” (*Corporate Rock*), condujo a una homogeneización de la oferta, y a una estabilización de los criterios y parámetros de venta del rock. Las radios FM en el período 1975-80 se estandarizaron y consiguieron más dinero derivado de la publicidad debido al éxito de audiencia que obtuvieron los mega álbumes de figuras como Peter Frampton o Eagles. Frente a este momento del campo marcado por la oposición entre rock corporativo y rock independiente, en los años siguientes (1981-3) se produjo un giro orientado al renacimiento del objetivo comercial y a la constitución de un nuevo *mainstream* pop con el regreso del ranking de los 40 principales, la inversión en sencillos promocionales, y el lanzamiento de MTV como medio de promoción de discos a través de videoclips,

⁴⁹ AOR puede referir a Adult Oriented Rock o a Album Oriented Rock. En el primer caso se indica que el segmento de edad al que se dirige supera (o se acerca) a los treinta años. El segundo término se refiere a las emisoras radiales que se dedican a las listas promocionales de álbumes integrales y artistas con trayectoria y no al ritmo de lanzamiento y ventas de sencillos (el álbum en oposición a la canción).

un canal que apuntaba a una audiencia demográfica de entre 12 y 34 años, abriendo nuevamente el mercado del rock a los más jóvenes y provocando una mayor diversificación de estilos, grupos y audiencias.

En este estado del campo encontramos la coexistencia antagónica de los modos de producción comercial y no comercial o independiente, que obedecen a lógicas inversas. El primero busca el beneficio económico a través de la explotación del capital simbólico de los artistas, como resultado del proceso de autonomización y legitimación dentro del mismo campo. El segundo no puede reconocer más demanda que la que es capaz de producir por sí mismo pero sólo a largo plazo. Se trata mayormente de producciones discográficas autogestionadas en las cuales la innovación, la búsqueda de nuevos sonidos (uso de sintetizadores o tecnologías de grabación), lenguajes musicales (el desborde del formato canción en el rock progresivo o la simplicidad despojada de la forma en el punk) o la fundación de nuevos estilos a través de la hibridación genérica (two tone, punk, progresivo) se utiliza como capital diferencial a futuro.

La lógica puramente económica de las industrias artísticas otorga prioridad a la difusión masiva de sus productos y responde a la demanda preexistente. Esta modalidad opera recreando prácticas de producción que han tenido éxito en ventas con anterioridad. El ciclo de producción de esta lógica es necesariamente un ciclo de producción corto, fundado en la preocupación de minimizar los riesgos mediante la adaptación anticipada a la demanda reconocible, y dotado de circuitos de comercialización y procedimientos de aprovechamiento destinados a asegurar el ingreso rápido de beneficios por la venta de productos destinados a una obsolescencia rápida.

David Hesmondhalgh (1999) encuentra notables similitudes entre la descripción de la estructura del campo literario de Bourdieu y el campo de la música popular y señala que el subcampo de producción restringida podría ser un equivalente de la industria independiente en la música popular, como opuesto al *mainstream* o campo de gran producción. No obstante, Hesmondhalgh ve en Bourdieu el problema de que no analiza o no presta la atención necesaria al campo de producción masiva, que es tan importante en la cultura contemporánea, y pierde de vista las complejas relaciones que establece con el campo de producción

restringida, que es claramente el que le interesa. Tampoco ofrece un análisis de los productos más consumidos que son además aquellos que difunden e involucran la acción de los medios.

Regev (2013) analiza la estructura actual del campo del pop-rock y señala que, en el caso de las músicas populares, las divisiones se hacen entre subcampos organizados en torno a cuestiones estilísticas. Y en el centro del campo estaría un subcampo central, que sería el *mainstream*. A su vez, dentro de cada subcampo podemos encontrar las tensiones entre los grupos más innovadores y vanguardistas, con poco público, y los grupos más comerciales. La lógica del campo dictaría que los grupos con más reconocimiento en cada subcampo pasan a formar parte al subcampo del *mainstream*, y los grupos con más reconocimiento y prestigio en él son los centrales en todo el campo. Los principales subcampos serían el del hip-hop, la electrónica, el metal, el indie, y el *mainstream*.

6. CONTEXTO GENERAL DEL ROCK EN LOS AÑOS 70

Ante la pregunta: ¿cuál es la posición de una obra con respecto a las relaciones de producción de la época? quisiera preguntar: ¿cuál es su posición dentro de ellas? Esta pregunta apunta directamente hacia la función que tiene la obra dentro de las relaciones de producción [...] de una época.

W. Benjamin, “El autor como productor” (p. 3, trad. Bolívar Echeverría)

Después de haber hecho un recorrido por las fases históricas de constitución de un campo específico para la música popular y, más precisamente, del rock, y luego de haber sentado los principios, disposiciones y acciones de los agentes que lo constituyen, queremos presentar en este capítulo un panorama del estado del campo en la década que va de 1970 a 1980. En este dominio, los individuos y grupos evolucionan, se enfrentan unos con otros o generan lazos de hermanamiento artístico. En lo que respecta al género, la década de los setenta fue precisamente un período de diversificación de estilos, de grandes oposiciones discursivas y tomas de postura dentro del campo. Por un lado, prevalece la estética hippie, gestada hacia finales de la década anterior y vinculada a discursos de cambio político y social. Según esta concepción ideológica, la música se mide en términos de autenticidad, virtuosismo y destreza instrumental. La muerte de figuras como Jimmi Hendrix, Janis Joplin, Brian Jones y Jim Morrison, junto con eventos como la retirada de las tropas americanas de Saigón, el final de la guerra de Vietnam y la lucha contra la segregación racial fueron algunas de las causas que motivaron la necesidad de un cambio en los discursos de la cultura popular, asociada fuertemente en los sesenta a cuestiones políticas y a la defensa de los derechos humanos.

Sumado al cambio contextual, el recambio generacional fue otra de las cuestiones decisivas la búsqueda de nuevas propuestas musicales. Mientras que para los adolescentes de la década anterior, ahora adultos de treinta años, la década del setenta supuso el pasaje del amateurismo hacia la profesión y de la preocupación por cuestiones extra artísticas (políticas, sociales, contextuales) al trabajo inmanente sobre la obra; para otros jóvenes, recién entrados en sus veinte años, la sensación de “haber llegado tarde a la revolución del rock” y de tener que

escuchar “la resaca hortera del *flower power* de los sesenta” generaba descontento. En un primer momento el rock era música que formaba parte de una serie completa de actividades sociales emparentadas con la juventud. La supuesta maduración de los artistas, sus obras y su público provocó un quiebre con la experiencia, proclamando la autonomía del mensaje.

Hacia finales de la década, festivales de gran envergadura como el Monterey pop Festival (1967), Woodstock y Altamont (1969), reunían a una multitud de jóvenes interesados en el rock. Por esta época, la industria de la música, al ver incrementadas las posibilidades de mercado, comienza a invertir más capital y se orienta en una de estas dos direcciones: grupos que producen música de estudio sin directos y grupos que producen directos potentes y participan de mega conciertos o festivales. Ante el nuevo panorama del rock se redefinió la idea de creatividad y producción a partir de tres condiciones: la unificación de la estética del sonido (este es el momento en el que el productor se legitima como artista), la experimentación tanto en el contenido (a partir del collage de signos provenientes de diferentes sistemas semióticos) como en el estudio (con la ingeniería del sonido) y el disco como sustituto de la performance en vivo. El rock quiso entonces alcanzar estatuto de arte (Beadle, 1993). En palabras del entonces productor de los Beatles, George Martin:

Realmente, creo que *Rubber Soul* fue el primer álbum de los Beatles que presentaba unos nuevos Beatles al mundo. Hasta entonces, los álbumes eran más bien recopilaciones de sencillos. Ahora estábamos empezando a pensar en los álbumes como unidades artísticas propias.
Y *Rubber Soul* fue el primero de esta nueva etapa. (1984)

En 1966, Brian Wilson (de los Beach Boys) junto a Capitol invertiría 70.000 dólares en la producción de *Pet Sounds*, una empresa sin antecedentes en el mercado de la música rock. A pesar del escaso éxito comercial, un diálogo constante se estableció entre los grupos y las compañías discográficas de Estados Unidos y Gran Bretaña comenzando la producción de obras de estudio de alto presupuesto. Hacia mediados de los años setenta se había popularizado el álbum como concepto integral, como idea de arte, incrementándose el número de LP

vendidos y desplazando casi por completo del mercado al éxito efímero de la canción pop⁵⁰. En consecuencia, las radios de la época adaptaron su programación al nuevo panorama e introdujeron la categoría AOR. En líneas generales, esta nueva estrategia del mercado de la música potenció una ralentización de los tiempos de producción del disco (ya no en meses o en un año sino en dos años promedio) estancando a la vez la velocidad de recambio de artistas y controlando la aparición de nuevas figuras. Mientras tanto, la música disco superaba las ventas de los álbumes de rock y ponía al género en una encrucijada.

Dentro de este contexto, la irrupción del punk provocó el quiebre necesario para refundar la base estética del rock que fue de gran importancia para la producción artística de las décadas siguientes. Entre ellas: el DIY o la autogestión de las empresas culturales y el control sobre los medios de producción.

6.1 Refracción: las particularidades de los géneros y estilos a comienzos de los setenta

Definimos el concepto de género a partir de Fabbri y Todorov como un modelo teórico y a la vez histórico o socialmente condicionado. Pues bien, son las comunidades musicales las que deciden las normas de un género, las que las cambian y las que les dan nombre. Por otro lado, este proceso clasificatorio se basa en mecanismos cognitivos y semióticos complejos de reconocimiento y construcción de significado por parte del oyente. Un determinado “evento musical”⁵¹ puede estar situado en la intersección de dos o más géneros, y pertenecer a ambos al mismo tiempo. Para determinar el significado de un género específico, Fabbri propone establecer una relación oposicional entre diferentes géneros (y el sistema de sub-géneros que lo componen) a partir de un conjunto de reglas que lo definen en una comunidad dada.

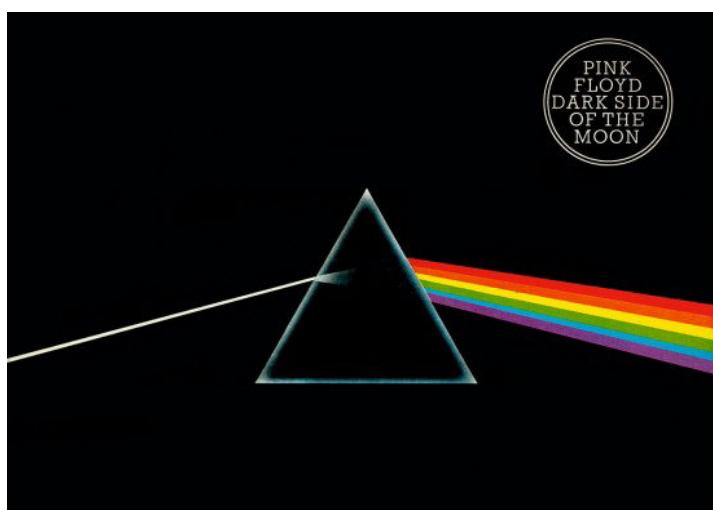
Un nuevo género no nace *ex nihilo* sino dentro de un sistema musical que ya está estructurado. Un nuevo género es siempre la transformación de uno o de varios géneros antiguos: por inversión, por desplazamiento, por combinación. Se

⁵⁰ En la principal corriente del rock AOR, aunque el sencillo permanece como un fuerte motor de ventas para el pop comercial

⁵¹ Citando al semiólogo italiano Stefani, Fabbri define “evento musical” como “todo tipo de actividad reproducida alrededor de cualquier tipo de evento que involucre sonidos”.

trata de un sistema en continua transformación; Saussure decía en un caso comparable que “el problema del origen del lenguaje no es otro que el de sus transformaciones”. Asimismo, las reglas que lo definen suelen ser comunes a otros géneros ya existentes dentro del sistema. Un nuevo género puede surgir de la amalgama de códigos de otros géneros o con la intención de transgredir las reglas de estos otros géneros. Hacia finales de la década del sesenta, la escena del rock estaba dividida en unos pocos estilos: el blues rock (Jimmi Hendrix, Janis Joplin, Canned Heat, ZZ Top, The Allman Brothers), el folk rock (Bob Dylan, The Byrds, The Mamas & The Papas, Crosby, Still and Nash), la música surf (The Beach Boys, The Ventures, The Shadows), el garaje rock (The Kingsmen, The Trashmen, The Stooges), el country rock (Johnny Cash), el pop comercial (Sonny & Cher, Monkees, Bee Gees) y el R&B y soul afroamericano (Sam Cooke, James Brown, Otis Redding, Sly & The Family Stone, Aretha Franklin). A partir de 1968, la principal tendencia musical estuvo representada por la psicodelia británica (The Who, Cream, Pink Floyd, The Beatles) y americana (The Doors, The Greatful Dead, Country Joe and The Fish, Jefferson Airplane). Muchos de los estilos que estaban mezclados y agrupados en la categoría de “música psicodélica” comenzaron a dividirse y especializarse en los setenta. Así, los diálogos entablados a finales de los sesenta con la música clásica, el jazz y la world music, permitieron la conformación de categorías y estilos autónomos.

Para dar una imagen de la “refracción” de estilos a comienzos de los setenta, el historiador del rock John Covach propone la portada del disco *Dark*



2 Portada de *Dark Side of the Moon* (Pink Floyd, 1973)

Side of the Moon de Pink Floyd. La luz blanca representa la fusión de los estilos en la psicodelia, mientras que su refracción (la descomposición en colores) representa los sub-estilos o sub-géneros derivados, y todos ellos, continuadores de la estética hippie de la década precedente.

Dentro de cada género se desarrollaron sectores más específicos que favorecieron nuevas segmentaciones de mercado. Este proceso de diferenciación de cada género va acompañado de un proceso de unificación del conjunto de los géneros, es decir, del campo de la música popular, que tiende a organizarse en torno a oposiciones comunes. Dentro de cada subcampo de la música popular, en esta etapa de autonomización y diversificación, se organizan polos antagónicos en función de lo comercial/ no comercial que hacen que la noción de género pierda su “eficacia estructurante”. A la larga, dentro de un género, la música no comercial está simbólicamente vinculada a la música no comercial de otro género (a su homólogo) y no a la música comercial dentro de su misma categoría (su homónimo).

Otro modelo de análisis de la evolución histórica de los géneros del pop/rock es el de la genealogía, que presentan Reebbee Garofalo y Steve Chapple (1977) en un complejo cuadro donde se observa la evolución de los géneros y estilos dentro del campo del rock, presentado en forma de genealogía. En el período que va de 1955 a 1978, se muestran en el gráfico más de 700 artistas y 30 estilos musicales, entre ellos: Instrumental R ‘n’ B, Rockabilly, Vocal Group R ‘n’ B, R ‘n’ B/ R ‘n’ R, Ballad R ‘n’ R, Jail Rock, Uptown R ‘n’ B, Bubblegum, Surf, Folk Rock, British Invasion, Acid Rock, Hard Rock, Pop Rock, Country Rock, Soft Rock, Progressive Soul, Pop Soul, Soft Soul. Para cada artista, se considera la cantidad de tiempo que ha permanecido en las listas de éxitos. De esta manera se pueden comparar la longevidad e influencia de múltiples artistas durante el mismo período. Al mismo tiempo, se puede observar el nacimiento y la genealogía de cada categoría estilística y genérica presentada, en conjunto con los valores en ventas de discos. Si consideramos los diálogos e influencias recíprocas entre los grupos, los “crossover” y “covers” que permitieron las mutaciones y nuevas formaciones de géneros, la estructura de la genealogía es adecuada para la descripción del proceso.

Podemos poner como ejemplo el análisis de la recepción del rap afroamericano en el contexto de habla románica (Italia y España) que describe Enrique Santos Unamuno (2001). El autor sostiene que, en este proceso de difusión de un estilo a través de los *mass media* y su adaptación a diferentes contextos locales, no estamos frente a la repetición de los mismos esquemas socio-culturales sino ante un proceso de creatividad autónoma, especialmente en el plano lingüístico, “a partir de la hibridación de los modelos lingüísticos afroamericanos con precedentes tradiciones orales y vocales autóctonas, escondidas en los pliegues de la lengua cotidiana” (237-238).

Santos Unamuno describe al Hip Hop como un estilo de vida nacido en los años 70 en la ciudad de Nueva York, concretamente en los ghettos afroamericanos, donde pronto floreció una serie de manifestaciones musicales entre las que se halla el “rap”, entendido como canción hablada, monólogo o diálogo entre mc's (raperos) sobre una marcada base rítmica. Este género tiene sus raíces en la improvisación jazzera del período 1930-1950, en el lenguaje callejero (*jive scat*), en los concursos de insultos (*dozens*) y en las poesías narrativas e historias en verso (*toasts*). Asimismo, el género se refracta en diversos estilos y subgéneros en las décadas de 1980 a la actualidad manteniendo algunas características del género puro (afroamericano neoyorquino, de barrios como el Bronx) pero incorporando otras referencias e imaginarios como los *mass media*, la cultura internacional popular, la televisión, el mundo del deporte, los videojuegos, las redes informáticas, o la cultura popular tradicional. En todo caso, lo que destaca Santos Unamuno, es que en este proceso de difusión e hibridación genérica se percibe una acción creativa en el plano lingüístico (en el caso del rap que se trata de un estilo principalmente oral).

6.2 Diferenciación de los géneros y unificación del campo en la segunda mitad de la década

Como hemos planteado anteriormente, a medida que el campo de la música popular va ganando autonomía y va imponiendo su propia lógica, los géneros y estilos se diferencian también. Una de estas formas de diferenciación

consiste en su valor propiamente simbólico. Otra, supone responder a las necesidades de nuevos mercados para incrementar el beneficio económico por la venta de discos, la concurrencia de oyentes a los conciertos, la promoción y venta de productos de consumo relacionados. Se produce una subdivisión dentro del campo configurando una jerarquía específica que se establece entre las obras y los autores, que a menudo coincide con la jerarquía de los mundos sociales representados e incluso con la jerarquía de los autores en función de su procedencia social. En términos de Bourdieu, los diferentes géneros, considerados como empresas económicas, se distinguen por tres aspectos: primero, en función del precio del producto o del acto de consumo simbólico; segundo, en función del volumen y de la calidad social de los consumidores, por lo tanto de la importancia de los beneficios económicos pero también simbólicos (relacionados con la calidad social del público) que proporcionan estas empresas; y, tercero, en función de la duración del ciclo de producción y en particular de la rapidez con la que se obtienen los beneficios, tanto materiales como simbólicos, y del tiempo durante el cual están garantizados.

Garofalo y Chapple analizan el modo en que el capitalismo convirtió a la música popular en un producto de consumo. En la década del cincuenta, el rock fomentó la separación entre la juventud y el control parental expresado en discursos de rebelión. La mayoría de los músicos de rock de este período (Presley, Lewis, Perkins, Little Richard) eran de clase obrera y provenían de regiones de bajo nivel social del sur de Estados Unidos y de estados fronterizos. Las letras de las canciones, sus formas de vida, su actitud en escena criticaban los valores morales de la clase media de los años cincuenta, fundada en el American Way of Life, un período de bienestar consecuencia de la posición político-económica de Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial. Aunque su música no fuera políticamente radical, a nivel social implicaba un cierto progresismo estético. En los años sesenta, el *revival* del rock en Gran Bretaña se produjo fundamentalmente en jóvenes que también eran de clase obrera (o estudiantes proletarios, en el caso de Jagger) pero no provenían de contextos rurales sino que se localizaban en los principales centros urbanos. Esta diferencia es notable en la evolución de estilos y géneros y ayuda a explicar en gran medida por qué en

Inglaterra fue de gran importancia el fenómeno de las subculturas mientras que en Estados Unidos no tuvo el mismo impacto. No obstante, en Gran Bretaña el rock también supuso un ataque a los valores sociales establecidos. Grupos como los Rolling Stones, los Animals, los Kinks e incluso los Beatles cuestionaban la estructura familiar británica, los estándares generales de “decencia” y el elitismo de la clase alta.

El crecimiento de Estados Unidos como potencia económica en los años cincuenta produjo una demanda de trabajadores especializados y profesionalizados (técnicos, científicos e ingenieros) que promovió el desarrollo del sistema universitario. Así, el porcentaje de jóvenes matriculados en las universidades aumentó considerablemente al punto de que más de la mitad de la población entre 17 y 27 años realizó algún estudio universitario a finales de los cincuenta y principios de los sesenta. Con la eclosión del rock progresivo en Estados Unidos (Mothers of Invention, Greatful Dead, Jefferson Airplane, Country Joe and the Fish, the Fugs, the Doors y Bob Dylan), influenciado en gran medida por algunos grupos británicos, la rebelión del rock desarrolló un discurso más fuerte proveniente de un sector de juventudes de clase media de nivel universitario. Sin embargo, en los primeros años de la década del setenta, el discurso crítico del rock comenzó a debilitarse. Por ejemplo, un aspecto contracultural de los sesenta como la revolución sexual, fue incorporado al sistema capitalista como un estereotipo de consumidor más dentro del mercado. Y, finalmente, la música comenzó a distanciarse del discurso político con el que se había identificado a través de las letras de las canciones y la iconografía de las bandas. Los músicos, junto con todo el personal de la industria de la música, fueron incorporados al negocio del entretenimiento y a la estructura corporativa americana.

Los autores describen la segunda mitad de la década como un contexto en el que el negocio del rock se vuelve cada vez más grande y complejo, y los grupos más conocidos (los que aparecen en las listas de éxitos de los principales mercados como Estados Unidos e Inglaterra) venden cada vez más discos. Esto lleva a la industria a invertir altos presupuestos en “mega álbumes” para los artistas reconocidos, junto con la promoción de “mega conciertos” en los que no

solo se cuentan inversiones de la industria discográfica y de sus promotores asociados, sino también de otras industrias que antes no estaban vinculadas a la música pero que, al ver las potencialidades del mercado, apuestan por ella.

Mientras la industria de la música siga creciendo y se expanda la economía de consumo, las posibilidades de cooptación del rock estarán siempre presentes. Aunque al principio haya resultado una amenaza cultural para el sistema, económicamente la música rock nunca fue un problema para la organización capitalista de la economía. Sea en forma de disco, de entrada para un concierto, el rock resultó siempre un producto empaquetado que se compra y vende como cualquier otro producto de consumo, sean películas o zapatos. El manejo de la música como producto comercial se llevó a cabo dentro de los parámetros de la estructura capitalista, primero en manos de emprendedores creativos y pequeñas compañías, y luego por conglomerados estratificados y monopolios corporativos.
(Garofalo y Chapple, 1977: 300)

La inversión de grandes cantidades de dinero en el mercado de la música popular, hacia la segunda mitad de los años setenta, dio como resultado una homogeneización del campo para beneficio de la promoción de los artistas en cuanto a formato y estilo de las canciones, estándares de calidad en el sonido y la grabación, parámetros de referencia para la utilización de equipos y escenarios en los directos. Al igual que otros autores que han escrito sobre la música popular desde finales de los años sesenta, Chapple y Garofalo pertenecen a una generación que creció con el rock y cree en el potencial de cambio de la música popular cuando se desarrolla en conjunto con rebeliones juveniles contra el autoritarismo o cuando se asocia a determinadas acciones políticas (como el Movimiento de los Derechos Civiles y las protestas contra la guerra de Vietnam). En este sentido, la música popular nunca dejó de brindar posibilidades para la expresión colectiva y para la comunicación entre grupos que comparten los mismos intereses. No obstante, ese potencial puede verse restringido por el impacto de los capitales

corporativos y por el control que estas industrias ejercen sobre el mercado de la música popular (Negus, 1996: 40).

El crecimiento del negocio del rock antes descripto condujo a una especialización del mercado y al surgimiento de nuevas profesiones vinculadas a la industria de la producción y el esquema de promoción: sitios preparados especialmente para que toquen las bandas, promotores especializados, el desarrollo de circuitos en cada ciudad, etc. Pero cuanto más sofisticado se vuelve el negocio más se estandariza, lo que provoca una degeneración del producto artístico. Así, los historiadores del rock describen el surgimiento de un *mainstream* dentro del rock (ya no separado del pop comercial) que fue denominado como “rock corporativo” o “rock clásico” que supuso la institucionalización, homogeneización y consolidación del rock como mercado autónomo cuyo centro estaba representado por grupos como Eagles, Fleetwood Mac, Boston, Foreigner, Journey o cantautores como Bob Dylan, Bruce Springsteen o Bob Seeger. En el siguiente cuadro se resumen sus principales características:

Tabla 4: Características del rock corporativo

Estandarización del formato AOR	En Estados Unidos, las radios FM cambian hacia finales de la década. El aumento de la popularidad, medida en términos de audiencia, trae más regalías derivadas de la publicidad. Para atraer más público, las formas musicales se estandarizan según los criterios de valoración y de gusto del público: se acortan las estructuras, se mejora la calidad del sonido, se simplifican y repiten las melodías y armonías. Las emisiones ya no dependen de los <i>djs</i> especializados, sino de directores de programa.
Desarrollo de circuitos de conciertos	Se amplía el negocio del directo y cada vez hay más puestos de trabajo relacionados con la industria de la música y las giras o conciertos: promotores, proveedores de sonido, <i>road managers</i> .
El mega-album	El incremento de las ventas de discos de ciertos artistas consolida un

mainstream del rock.

La expansión de la industria

La expansión del mercado del rock no solo produjo considerables cambios en la estructura de la industria discográfica y radial a finales de los sesenta, sino que además ayudó al desarrollo comercial de industrias relacionadas con el negocio, en especial las giras y conciertos. Los promotores, agentes y managers pasaron a ser el centro de atención del circuito junto con la prensa escrita, radial y televisiva, que generó sus propios discursos publicitarios, complementando las publicaciones comerciales tradicionales (*Chashbox, Record World y Billboard*).

Las dos figuras que trabajan día a día junto a los artistas son los agentes y managers. Los primeros se ocupan de manejar la agenda de conciertos y suelen trabajar para agencias que representan a personalidades del mundo del espectáculo en general y que dependen de grandes conglomerados corporativos. Los segundos se ocupan principalmente de planificar y desarrollar el acto. Los managers controlan las relaciones entre los abogados, las compañías discográficas, las agencias y los artistas, y se responsabilizan en general de los músicos y su carrera artística: reservar un estudio para grabar el próximo disco, seleccionar material grabado, conseguir banda para un artista solista, *road managers* para los grupos, negociar los contratos artísticos con la discográfica, gestionar el lanzamiento del producto, su presentación en conciertos y la publicidad. Analizando las variables del circuito, se necesita una potente inversión de capital para lograr que un grupo pase del anonimato a ser portada de las principales revistas.

Desde que existe el rock se organizan conciertos. El *disc jockey* Alan Freed fue uno de los primeros en explotar al máximo las posibilidades comerciales de las presentaciones en directo, desde el primer mega concierto en Cleveland (1952) al que asistieron 20.000 personas hasta los grandes conciertos de estadio y festivales de los sesenta y setenta. El éxito de Freed ayudó a que una gran cantidad de clubes nocturnos y salones de baile que estaban en plena decadencia, pudieran remontar el negocio ofreciendo música de rhythm and blues en directo. En 1964 y 1965 Sid Bernstein llevó a los Beatles al Carnegie Hall y al

Shea Stadium, obteniendo ganancias de hasta 300.000 dólares. Años después, Bernstein logró agendar el Madison Square Garden para un concierto de rock.

La primera mitad de la década tuvo dos sistemas diferentes de agenda de conciertos de acuerdo a la tipología de la audiencia y al estilo musical. Un circuito exclusivo para el rock ‘n’ roll, al que asistían adolescentes del colegio secundario, y otro alternativo para la música folk dirigido a jóvenes universitarios. Ambos movimientos fueron antagonistas hasta que a mediados de la década, entre 1965 y 1966, Bob Dylan y otros grupos como The Band establecieron un puente y vincularon ambos estilos y audiencias, no sin recibir duras críticas de cierta parte tradicionalista de la audiencia. No fue sino hasta finales de los sesenta, con el florecimiento del rock en la costa oeste de Estados Unidos y la escena folk psicodélica de San Francisco, en conjunto con los grupos británicos de revival rhythm & blues, que pudo consolidarse un circuito de conciertos como se conoció en la década siguiente. Paradójicamente, San Francisco se convirtió en el centro del mercado de la música y la promoción a través de conciertos, y al mismo tiempo el punto neurálgico de la escena musical contracultural. En el periodo 1967-1970, más de 2.5 millones de personas asistieron a más de 30 festivales de rock (de un total de 48), cifras que reflejan el éxito multimillonario que representaron los conciertos de rock en la época.

Más allá de los festivales, la publicidad a través de la prensa escrita y radial fue otro punto de vital importancia para el creciente mercado del rock. La prensa musical está dirigida por grandes corporaciones y hay muchas personas y capitales involucrados. En la década del setenta existían publicaciones especializadas que reflejaban los resultados de las ventas de discos y el período de emisión radial a través de los *charts*: *Cashbox*, *Record World*, y *Billboard*. Junto con estas publicaciones, se desarrolló también una prensa orientada al contenido del producto y la figura de los músicos y grupos, una prensa especializada en la escena del rock como *Hit Parade*, *Rolling Stone*, *Crawdaddy* en EEUU y *Melody Maker* o *New Musical Express* en Inglaterra. La mayoría de estas revistas trabajaban con críticos puestos al servicio de las compañías discográficas, es decir que si un nuevo producto salía al mercado, parte del trabajo de promoción consistía en regalar una copia del disco a la prensa para conseguir una reseña del

producto. No obstante, la dependencia económica que tenían estos críticos de los movimientos de la industria, promovió la práctica de las *liner notes* o las notas de recomendación en las tapas de los discos a cambio de copias gratuitas de los discos, entradas para los conciertos y un lugar en las fiestas privadas de la industria. En este sentido, el flujo de información dentro del circuito del rock hacia finales de los sesenta y comienzos de los setenta estaba fuertemente controlado en todas las aristas de la industria.

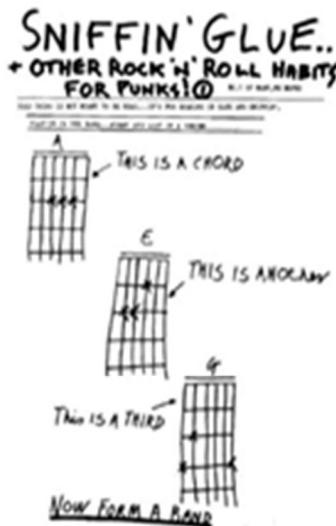
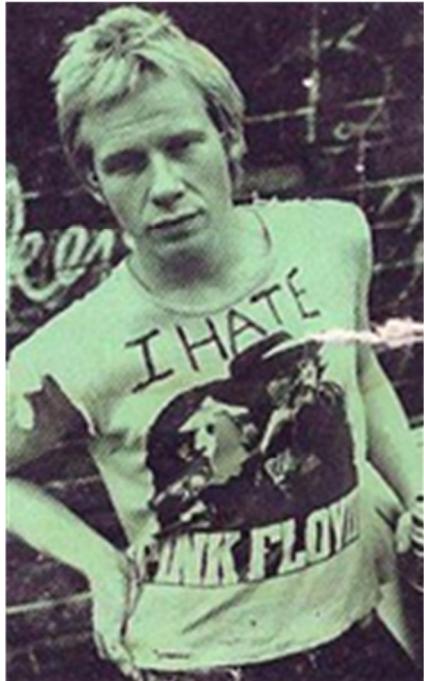
6.3 Las oposiciones dentro del campo: el punk vs la estética hippie

A mediados de los setenta, los grupos continuadores de la estética hippie no eran novedad, aunque no puede afirmarse que sus reservas creativas estuvieran agotadas. Convivían comercialmente con lo progresivo, lo sinfónico, el glam y el jazz-rock, que sin ser exactamente novedades lo parecían. Tampoco eran jóvenes, o no lo eran tanto, estaban en la treintena, aunque para la nueva mitología del punk eran genéricamente llamados “dinosaurios”, porque no representaban a su generación sino a los ideales de la década precedente. Entre otras cosas, el punk de 1977⁵² quiso acabar con la divinización del artista, predominante en la estética hippie, y quitarlos del centro de la escena musical. Este es el axioma comúnmente utilizado por los historiadores del rock para definir la revolución del punk en la segunda mitad de la década del setenta⁵³.

⁵² El término “punk” es una jerga empleada para referirse a los niños y jóvenes de clase baja que se comportan con rudeza. El concepto de punk rock fue inicialmente utilizado por la prensa americana en 1960 para referirse a los grupos de garage rock y fue asimismo utilizado con anterioridad por la prensa británica. Es probable, señala Bob Stanley (2013: 443), que lo hayan empleado para definir a los Sex Pistols y a Eddie and The Hot Rods porque primeramente hacían versiones de grupos de garage americano de la década anterior.

⁵³ No obstante, creemos que este argumento sobre el recambio generacional y la revuelta estilística (análogos a los que se describen en la historia del arte académico y vinculado a la teoría de las revoluciones científicas de Kuhn) que sucede cada cierto período de tiempo en una linealidad histórica, puede en el fondo estar fundado en una creencia producida y reproducida por el mismo campo.

La lucha por el “monopolio de la centralidad contribuye a la reafirmación de la legitimidad en cuyo nombre se ha entablado” (Bourdieu, 1984: 252), es decir, el punk provoca una ruptura que solo puede leerse sobre los presupuestos



3 Portada de Sniffin' Glue, fanzine punk

Johnny Rotten con la famosa camiseta que dice “Odio a Pink Floyd”

pre-existentes de la estética del rock: la mitología de la edad (los intérpretes de dicha música solo pueden preciarse de auténticos si son nuevos y jóvenes) y la mitología de la creación (la mirada puesta sobre el músico como artista encubre las relaciones de producción existentes). A través del mito de la juventud, la industria del rock enmascara la inexperiencia de la misma y la celeridad con la que ésta debía ser repostada, manteniendo el control sobre sus artistas. Estas mitologías o creencias populares sobre el rock constituyen uno de los principales obstáculos a tener en cuenta para el desarrollo de una sociología de la cultura e inciden directamente sobre la construcción de la historiografía que jamás analiza cuestiones como quién ha creado al creador o quién es el responsable de la fabricación material del producto, puesto que el mito no es natural, sino un producto de la conciencia del creador y del modo de narrar la historia⁵⁴. Entonces,

⁵⁴ Hemos trabajado sobre este punto en el artículo “Modos de representar la realidad: aproximaciones teóricas al rockumental” (Abeillé, 2013) en el que argumentábamos que los

es necesario plantear que el artista que hace la obra está a su vez hecho en el seno del campo de producción por quienes lo descubren y consagran (está claro que no sería de conocimiento público si no fuera presentado por quienes controlan los medios de difusión masiva) y por las reglas mismas del juego.

De no terciar la dinámica industrial, la mayoría de las transformaciones acaecidas en el rock y el pop no hubieran seguido el mismo curso, porque son los críticos y los promotores de la industria, managers, responsables de prensa, productores musicales, etc., los que determinan no solo la longevidad sino también la consagración de una corriente musical, a partir de la selección de la memoria colectiva (lo que se registra o no para narrar las sucesivas historias del rock) y de las luchas de poder simbólico dentro del campo (como hizo el punk para desterrar a la estética hippie). Así, la purga cultural que desacreditaba al rock por fósil y pretencioso, por ejemplo, logró que se borrara de la memoria colectiva la producción cultural de toda la década, dejando la sensación o, en términos de Bourdieu, la “*illusio*”, de que en aquella década todo fue ABBA, Génesis y Emerson, Lake & Palmer. No obstante, el punk surgió de la confluencia de estilos que estaban “flotando en el aire” en aquel momento, en forma de revival (garage, psicodelia, rockabilly), de nuevos géneros derivados de la psicodelia (heavy metal, country-rock, folk-rock) y de otras escenas musicales como el proto-punk del CBGB neoyorquino. Entonces, podemos hablar de oposiciones y desplazamientos de posiciones dentro del campo, pero no de rupturas.

¿Cuáles son los rasgos que oponen el punk a la estética hippie? Para empezar, la edad. El punk pasa a representar los valores de un sector de la juventud veinteañera de la década, mientras que la estética hippie continúa representando los valores de los veinteañeros de la década anterior, ahora devenidos en “dinosaurios”. La inhabilidad técnica para tocar un instrumento frente al virtuosismo y la profesionalización del rock que deriva del progresivo. El rechazo manifiesto al intelectualismo en la música popular frente al contagio e imitación de géneros de la música culta. El rechazo al concepto romántico de

documentales de rock, en tanto sistemas de representación, construyen un discurso diegético que combina a la vez una relación con el referente objetivo (la realidad expuesta) y una construcción ficticia fundada en la subjetividad de quien emite el discurso y cuenta la historia, a partir de un modo particular de narrar construido en base a enunciados ideológicos, culturales y simbólicos.

“genio creador” y “poeta mártir”. El rechazo de los mega-álbumes y el desborde de la forma canción. El “no futuro”, la pérdida de ideales y las revueltas sociales frente a la valoración del cambio político-social emprendido por la juventud a través de la música (como los movimientos universitarios del ’68, la oposición a la intervención americana en la guerra de Vietnam o el apoyo a los derechos humanos en la defensa de la comunidad afroamericana).

Greil Marcus resume el contraste social, económico y político de las décadas del sesenta y setenta a partir de los siguientes pares de oposiciones: “narcisismo vs. autocompásion, placer vs. desesperanza, plata fácil vs. depresión económica, anhelo de pasarla bien y tener ideas vs. predisponerse a lo que en los setenta se denomina sobrevivir” (2013: 16). En efecto, el sistema de oposiciones tiene que ver con una serie de cambios contextuales, sociales, políticos y económicos que indican un giro negativo y una contemplación nihilista de las posibilidades futuras, en contraste con el optimismo idealista de los años sesenta. Pero lo cierto es que las revueltas de estilo pudieron darse solo gracias al desarrollo de escenarios alternativos (a los grandes circuitos de directos, mega conciertos, giras y festivales) que conformaron un espacio y una audiencia específica para la nueva subcultura punk, como el pub rock⁵⁵ de Londres que facilitó la organización de conciertos con bajos costos de producción, permitió a las bandas multiplicar el número de presentaciones, generó una comunidad de oyentes y propició el surgimiento de un nuevo mercado a partir de una escena específica. Esto indica que, en parte, el idealismo de la década anterior estaba empezando a materializarse cuando el músico de rock encuentra su lugar en las relaciones de producción.

⁵⁵ Movimiento musical de mediados de los setenta, centrado en Londres que nace en reacción al rock progresivo y se relaciona con la escena garaje rock americana de los sesenta.

7. LAS SUBCULTURAS DE LOS 70S EN INGLATERRA: PUNK Y POST-PUNK

En la introducción decíamos que el concepto de subculturas ha permitido trabajar conjuntamente la música popular y la cultura juvenil. Con la concentración de una población muy numerosa de jóvenes en las principales ciudades del Reino Unido, que aspiran a vivir del arte y que están separados de todas las demás categorías sociales por el arte de vivir que se están inventando, surge una auténtica sociedad dentro de la sociedad (Bourdieu, 1984: 91). El término “culturas juveniles” refiere a grupos sociales específicos que comparten un modo de vida y formas de expresión con las que comunican sus valores, ideas y sistemas de creencias. En palabras de Stuart Hall, “el mundo tiende a ser clasificado y ordenado en términos y a través de estructuras que expresan directamente el poder, la posición, la hegemonía, de los intereses más poderosos de dicha sociedad” (1996: 11).

La cultura dominante se presenta a sí misma como configuración cultural universal, como el orden cultural “natural” escondiendo la diversidad del resto de las culturas subordinadas. Entre estas se establece una lucha por ocupar el lugar hegemónico. La cultura dominante no es una estructura homogénea puesto que está formada por diferentes ideologías de las clases dominantes o contiene huellas del pasado que coexisten con elementos emergentes del presente. Al mismo tiempo, las culturas subordinadas no siempre se plantean en conflicto con la dominante. Pueden coexistir y negociar posiciones por largos períodos de tiempo. Hebdige (1978) utiliza el término “armonía chirriante” de Althusser para definir este ruido que constituye una crítica social de la ideología dominante.

En esta configuración cultural, las *sub-culturas* son las estructuras más localizadas y diferenciadas dentro de la red cultural mayor. En este sentido, no pueden considerarse en oposición a la cultura parental, con la cual comparten ciertas normas, actividades y valores (en muchos aspectos comparten las mismas posiciones), pero de la que también se diferencian a través de prácticas significativas y ciertos usos sociales diferentes a los de la cultura hegemónica. Estas subculturas aparecen en momentos históricos particulares en los cuales se

manifiestan, se destacan del conjunto social y son etiquetadas (por ellas mismas o por otros), a través de los códigos de vestimenta, las variedades lingüísticas empleadas, los lugares frecuentados o los estilos musicales escuchados. Así, cada subcultura vive un ciclo de resistencia y desactivación que se inscribe dentro de los grandes matrices culturales comerciales.

La desviación subcultural se torna “explicable” y simultáneamente pierde todo su sentido en las aulas, los tribunales y los medios, al tiempo que los objetos “secretos” del estilo subcultural pasan a exhibirse en todas las tiendas de discos y cadenas de boutiques (Hebdige, 1978). Resumiendo, la sucesión de estilos juveniles de posguerra puede representarse en el plano formal como una serie de transformaciones de un inicial conjunto de elementos (vestuario, formas de baile, estilos de música, argot) desplegado a través de una serie de polaridades internas (mod contra rocker, skinhead contra greaser, skinhead contra hippie, punk contra hippie, ted contra punk, skinhead contra punk) y definido frente a una serie paralela representada por la moda mayoritaria. Esta fragmentación del mercado de la juventud beneficia directamente a la industria de los bienes de consumo. Las grandes empresas de moda, música, cine, electrónica, etc., explotan esa inclinación o tendencia de los adolescentes a la identificación y diferenciación valiéndose del desarrollo de la publicidad comercial. De hecho, la diversificación del estilo de los consumidores permite diversificar y aumentar las ventas sometiéndolas a una rotación más rápida de los productos y tendencias, dando lugar a una frenética carrera de invención y renovación dentro del campo.

7.1 El estilo subcultural y la integración de las subculturas

Hemos dicho con anterioridad que los estilos subculturales pueden ser considerados como mutaciones y extensiones de códigos existentes, mutaciones significativas y formas expresivas que ponen en evidencia una tensión fundamental entre la subcultura y la cultura dominante. Son construcciones cambiantes que se van modificando de acuerdo a las condiciones sociales de los jóvenes que las representan. Por ejemplo, el punk en Inglaterra nace de una suma de estilos como el proto punk americano, el glam rock, la escena pub rock londinense inspirada en la subcultura mod de los sesenta, el revival del Canvey

Island de los cuarenta y el Teddy Boy de los cincuenta, las bandas de R&B del sur de Londres, el Northern Soul y el Reggae. Muchos de estos estilos estaban presentes en el mismo contexto, aunque muchos de ellos son característicos de épocas completamente distintas. El punk combina todos estos elementos en forma de *collage* para producir un nuevo estilo, similar pero al mismo tiempo diferente a los anteriores.

Según Hebdige, la ruptura ideológica que pretende la subcultura se manifiesta a través del estilo que viene cargado de significación, y cuyas transformaciones van *contra natura*, es decir, buscan desnaturalizar la mitología consensuada por la mayoría e imponer la suya propia. En este sentido, el estilo subcultural interrumpe el proceso de posicionamiento del sujeto en el lenguaje, establece una resistencia significante a la normalización del discurso hegemónico (Hall, 1977). Es a través de los rituales distintivos del consumo, a través del estilo, como la subcultura revela su identidad secreta y comunica significados prohibidos. Es el modo en que las mercancías son utilizadas en la subcultura lo que, básicamente, la distingue de formaciones culturales más ortodoxas (Hebdige, 1979: 142-143).

Stuart Hall señala que los medios no se limitan a registrar la resistencia, sino que la sitúan dentro del marco dominante de significados, así que los jóvenes que eligen vivir en una cultura juvenil determinada son al mismo tiempo reintegrados, según se los representa en la televisión y en la prensa, al espacio que dicta el sentido común. Así, mediante este proceso de recuperación se reconstituye el orden fracturado, y la subcultura es integrada como entretenimiento dentro de la cultura dominante (Hebdige, 1979: 130-131). Este proceso de recuperación adopta una forma ideológica, a través del etiquetamiento y redefinición de la conducta desviada por parte de los grupos dominantes⁵⁶. La integración de las subculturas también adopta una forma mercantil, a través de la conversión de signos subculturales (vestuario, música, etc.) en objetos producidos en masa y, a medida que la música y las distintas subculturas que ésta apoya o reproduce van adoptando esquemas rígidos e identificables, se van creando

⁵⁶ Lo que Barthes describe como domesticar al otro o convertirlo en algo exótico carente de sentido

nuevas subculturas que solicitan o generan sus correspondientes mutaciones en la forma musical. A su vez, esas mutaciones tienen lugar en momentos en que las formas y temas importados de la música negra contemporánea disuelven (o sobredeterminan) la estructura musical existente, forzando la llegada de nuevas configuraciones para sus elementos (Hebdige, 1979: 98).

Las etiquetas de género dicen mucho sobre las identidades sociales de quienes se identifican con ellas. En este sentido, el teórico inglés Richard Middleton (1990) afirma que la música popular en tanto artefacto cultural provee a las audiencias de elementos (sonidos, letras, interpretaciones) que les permiten construir sus identidades sociales. Sin embargo, no siempre coincide el punto de vista de los oyentes con el de los grupos musicales o la crítica musical; por ende resulta difícil captar la univocidad y estabilidad de una organización genérica, más aun considerando que el juicio estético cambia históricamente, se carga de nuevos significados y redefine constantemente sus fronteras. Desde nuestro punto de vista, la relación entre subculturas y estilos musicales o géneros no es tan directa como la plantea Hebdige puesto que influyen también otros factores identitarios en las formaciones subculturales. En este sentido, resulta interesante trazar una línea paralela de investigación sobre la evolución de los estilos musicales desde dentro del campo del rock, para complementar con el análisis de la estructura social de consumo y evitar caer en determinismos directos entre ambas partes. En este sentido, habría que integrar a la vez una perspectiva histórico-social y un abordaje de la lógica formal que anima la producción musical de las obras, como el análisis de los textos musicales en función de los instrumentos utilizados, de las tecnologías de grabación, de los métodos compositivos, de las temáticas abordadas y el estilo lingüístico utilizado, los cambios o evoluciones de estilos en función de elementos como el ritmo, la melodía, la armonía, la instrumentación, el tiempo, la dinámica, la interpretación vocal, etc.

La cultura como mercancía

En los años cincuenta, el rock & roll cuestionó muchas de las instituciones gubernamentales que mantenían a la juventud bajo control. Durante el período de mandato del presidente Eisenhower, las actitudes autoritarias eran utilizadas

contra el comunismo y a favor de una nueva economía de consumo masivo y capitalismo corporativo para mantenerse fuera de la recesión después de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra de Corea. En Estados Unidos, las actitudes autoritarias ayudaron a conservar el apoyo generalizado de la población a los programas de crecimiento y consolidación de la industria norteamericana, en conjunto con la preservación de la estructura familiar tradicional, el puritanismo y la represión sexual. En función de estos parámetros, Elvis Presley y el resto de los músicos de rock del periodo fueron vistos por la crítica institucional como transgresores de la moral, la primera generación de jóvenes identificados con el rock buscó confrontarse con los valores parentales vigentes separando a la cultura juvenil del hogar y de la Iglesia, dos instituciones de regulación social, y a través de discursos que canalizaron la rebelión en contra de este *establishment*.

El crecimiento de la economía capitalista a finales de los cincuenta y comienzos de los sesenta dio lugar a una protesta generalizada de los jóvenes en función de diversos objetivos como las marchas contra las bombas nucleares, el fenómeno beatnik, las manifestaciones por los derechos civiles, contra la guerra de Vietnam, etc. Estos movimientos se gestaron en el seno de la clase media, consumista y suburbana y estuvieron focalizados en sus instituciones, como las universidades, bajo la consigna de resistir a través de la cultura. Eventualmente, la música se desvinculó de su fermento político y se incorporó como mercancía a la industria del entretenimiento, a su vez parte de la estructura corporativa norteamericana.

A finales de la década de 1960 y comienzos de 1970, los aspectos relacionados con la liberación sexual se fueron integrando también en el sistema de pensamiento general y, fundamentalmente, como un factor comercial de los más importantes puesto que el estereotipo del hippie liberal ya había alcanzado prácticamente todos los rincones de la sociedad de consumo.

El grado de control artístico sobre las obras musicales no cambia este proceso de comoditización. Incluso cuando una compañía discográfica cede en algunos aspectos como las portadas de los discos, la presentación en director, etc., los discos aún tienen que ser vendidos de manera tradicional. En verdad, lo que sucede es

que el artista ha sido integrado al proceso de venta de una manera más completa que antes. (Chapple y Garofalo, 1977: 306)

El consumismo logró, progresivamente, convertir en mercancía casi todos los aspectos de la vida cotidiana e incluso subdividir las actividades recreativas en unidades vendibles y empaquetables: vacaciones, deportes, cine, música. Y en este sentido, aunque conceptualmente parezcan diferentes, en términos económicos, estas nuevas mercancías no difieren de cualquier otro producto de consumo masivo como los coches, las radios o los refrigeradores. La estructura de la industria musical se adaptó también a estos procesos de corporativización, de tal manera que los músicos que eran producidos por individuos pertenecientes a culturas diferentes a la de los mediadores de la industria en las primeras etapas del rock, a medida que fue creciendo el negocio, tuvieron que convertirse en profesionales e incorporarse a la división del trabajo de la compañía discográfica. Los artistas se alejaron del público acortando los márgenes de identificación a través de sus mensajes y en muchos casos dejaron la actuación en directo y las giras para convertirse en productores trabajando *full time* dentro de un estudio de grabación. El cambio en el estilo de vida (el dinero, las drogas, el éxito) desvirtuó el contenido de la música y su valor socialmente transgresor.

Otro factor que apoya el argumento del desarrollo de una cultura como mercancía en período es la expansión del rock a otros contextos como la publicidad de bienes y productos diversos. Aprovechando la identificación de la juventud con el estilo musical, otras industrias orientadas al mismo mercado comenzaron a explotar comercialmente las posibilidades de la música expandiendo el estilo a todos los sectores de la sociedad. El único grupo social que no cambió demasiado su situación fue la comunidad afroamericana que en tanto ghetto económica y socialmente reprimido, mantuvo firme su crítica al *estatus quo* a través de la música (Chapple y Garofalo, 1977: 300-310).

7.2 Punks y Post-punks: la nueva música es socialmente progresiva otra vez

“In 1977

You're on the never never
You think it can't go on forever
But the papers say it's better
I don't care 'cause I'm not all there
No Elvis, Beatles or the Rolling Stones”
The Clash, “1977”

Para Walter Benjamin (1934) una política cultural progresiva no se funda en el contenido sino en la posición: no se trata de lo que uno dice, sino de cómo ese contenido está estructurado. En otras palabras, sus productos deben poseer una función organizadora. Un producto cultural “progresivo” es aquel que ayuda a transformar a los consumidores en “colaboradores”: la asimilación indiscriminada de contenido va de la mano con la asimilación indiscriminada de consumidores que se ven repentinamente elevados al rango de colaboradores.

Como mencionábamos anteriormente, el estilo punk reprodujo toda la historia de las subculturas juveniles pertenecientes a épocas completamente distintas, combinadas con un imaginario apocalíptico y nihilista. Al mismo tiempo, la presencia de la inmigración antillana dejó rastros marcados en la evolución del rock británico a través de estilos como el ska, el rocksteady y el reggae. Según Hebdige, el punk y el resto de las subculturas que describe son grupos juveniles ostensiblemente consumistas incluso cuando ciertos tipos de consumo son rechazados. Es el modo en que las mercancías son utilizadas en la subcultura lo que, básicamente, la distingue de formaciones culturales más ortodoxas (Hebdige, 1979: 142-143). El punk fue el primer movimiento juvenil que tuvo conciencia de sí mismo, el primero en reflexionar sobre la historia de todos los demás y capaz de producir una revolución estilística disponiendo de sus propios medios de producción (autogestión).

Hacia el año 1972 el rock and roll, que había sido la expresión de la juventud rebelde en los años cincuenta y sesenta, se volvió adulto. Cambió la música pero también cambiaron las letras. “Soy una estrella de rock que juega a ser una estrella de rock”, señaló David Bowie para referirse a la música popular como puro espectáculo: estilo, imagen y máscara. Los músicos, antes cercanos al

público que podía identificarse con ellos, se convirtieron en mitos fuera de toda realidad cotidiana y dejaron de encarnar los deseos y placeres de la audiencia para tomar conciencia sobre sí mismos y sobre el funcionamiento de la industria. En este proceso de institucionalización del rock que describíamos más arriba, comenzó a organizarse un canon de obras y escuelas cristalizando en una nueva estética híbrida y polimórfica. Patrice Bollom (1990) lo describe de la siguiente manera:

1972-1973: la generación optimista de los años sesenta, la del movimiento hippy, de la utopía política y social y de todas las “liberaciones” sexuales y de costumbres, que afirmaba un poco apresuradamente que “nunca hay que confiar en nadie de más de treinta años”, se acerca a esa cifra e incluso supera la treintena fatídica [...] En el terreno de los modales, esto va acompañado de una especie de ultradandismo barroco, versión *camp*, como se dice: los cantantes y los grupos “decadentes” no cesan de jugar papeles, que cambian constantemente [...] la ambigüedad sexual queda claramente reconocida, la androginia se vuelve incluso uno de sus temas privilegiados; en ellos todo no es más que una máscara reconocida como tal: apariencia. No nos encontramos lejos aquí del juego sobre la realidad y los mitos que en esa misma época practica en pintura Andy Warhol. (1990: 165-167)

Este cambio en el sistema de representación del rock está estrechamente relacionado con diferentes ideologías sobre la producción y el consumo de la música, definidas por Simon Frith (1988) como el conjunto de valores y creencias que tanto los músicos como las audiencias utilizan para legitimar un estilo frente a otros. Así, no hay posición en el sistema de producción y circulación de los bienes simbólicos (y más generalmente en la estructura social) que no defienda unos valores y que no excluya, al mismo tiempo, toda una parte de las tomas de posición y valoraciones teóricamente posibles. En este sentido, los conceptos de “decadencia” y de “aniquilación” que propone la estética punk responden a

significativas transformaciones en el proceso de creación artística, en la comunicación y en la recepción de la música.

Cuando la primera generación de jóvenes que constituyeron el mercado del rock, creció y comenzó a interesarse por otros temas, cambió por completo la experiencia misma de la música como práctica social y, en este sentido, la estética punk, formulada en el espacio cada vez más amplio que separaba al artista de su público, puede interpretarse como un intento de manifestar las contradicciones y el intelectualismo de la generación anterior. Por ejemplo, la condición obrera, la delgadez y la franqueza del punk arremetían directamente contra la arrogancia, la elegancia y la verbosidad de las superestrellas del glam rock, aunque ambas formas compartieran cierto terreno en común. Este rechazo se manifestó, por ejemplo, mediante la incorporación de estilos alternativos como el reggae, inicialmente excluidos por el glam.



4 Los punks y la moda del bricolaje

Por otra parte, el estilo punk desnaturalizó el consumo ordinario de accesorios como los alfileres, la vaselina, los cosméticos y la pornografía generando la moda del bricolaje. A la vez, trastocó el significado de los símbolos británicos como el nombre e imagen de la Reina o incluso coqueteó con el

nazismo usando la esvástica de amuleto, no con la intención de defender los ideales del fascismo sino como provocación. Ian Inglis (2006: 100) sostiene que este giro histórico en el rock adoptó un *ethos* de idealización de la clase trabajadora a partir de la vestimenta y el acento lingüístico, rechazando los valores de la clase media y promoviendo la idea de igualitarismo social a través de la figura del músico punk. Estos “actos de aniquilación semiótica”, como los denomina Greil Marcus (1989), se dirigieron al creciente comercio del rock, con la intención de desestructurar las convenciones estilísticas a través de un sonido que parecía no tener ningún sentido en sí mismo, más que la destrucción de las reglas creativas que manejaba la estética del rock dominante, la estética hippie de la década anterior.

Los punks adoptaron un cinismo sin objetivos ni metas, la perturbación del sentido por sí misma, llegando al extremo de la tolerancia social. El resultado fue la emancipación: todo vale. No quisieron demostrar nada, no reivindicaron nada, pero ese nihilismo agresivo encontró su justificación en los síntomas de la situación económica y social del país (el paro, la pobreza y la inacción social). Este momento negativo del punk derivó en una estética afirmativa, vale decir, un estilo musical, un modo de vida y una filosofía propia fundada en la negación y en la inversión sistemática de todos los valores sociales: el caos fue celebrado como el nuevo orden.

Las provocaciones del punk pretendieron desestabilizar la sociedad haciendo uso de temas tabú como bandera de estilo y denunciando los comportamientos negativos de la misma a partir del escándalo. Con su retorno al realismo, el punk habló del individuo encerrado en la gran ciudad, desencantado por la pérdida de las utopías comunitarias y ecologistas y de la incertidumbre que el sistema educativo de la época transmitía a los jóvenes sobre su futuro laboral. Estos son algunos ejemplos de la retórica punk:

Career opportunities are the ones that never knock
Every job they offer you is to keep you out the dock (...)

Bus driver

Ambulance man
Ticket inspector
I don't understand
(“Career Opportunities”, The Clash)⁵⁷

I got no emotions for anybody else
You better understand
I'm in love with myself, myself
My beautiful self
(“No Feelings”, The Sex Pistols)⁵⁸

I'm living in this movie
but it doesn't move me (...)
You know me, I'm acting dumb
you know the scene, very humdrum
Boredom, boredom
(“Boredom”, Buzzcocks)⁵⁹

En este sentido, el punk representó también el agotamiento de los modelos ideológicos como, en otro registro, el post-estructuralismo reflexionó sobre el “fin de las ideologías” hacia finales de la década del setenta (Bollom, 1990: 170). Las tentativas por cuestionar el campo de producción artística y la lógica de su funcionamiento, por discutir el arte en las reglas, es decir, artísticamente, cuestionaron no una manera de jugar el juego sino el juego mismo y la creencia que lo funda. Paradójicamente, estas tentativas de subversión que rechazan el funcionamiento de la industria y del campo artístico del rock, solo existen al ser comunicadas, es decir, si llegan al público y, para hacerlo, requieren del uso de los medios que proporciona la misma industria como las tiendas de discos, la

⁵⁷ “Las oportunidades laborales nunca tocan a la puerta/ Cada trabajo que te ofrecen es para mantenerte fuera del muelle (...) Conductor de autobus/ personal de ambulancia/ inspector de boletos/ no entiendo”.

⁵⁸ “No siento nada por nadie más/ Es mejor que entiendas/ Estoy enamorado de mí mismo, de mí mismo/ de mi hermoso ser”.

⁵⁹ “Vivo en esta película/ pero no me commueve (...) Me conoces, me estoy portando como un tonto/ ya conoces la escena, muy monótona/ Hastío, hastío”.

televisión, la radio y los conciertos. Malcolm McLaren, manager de los Sex Pistols, sostuvo que “los medios ayudaron a conseguir el éxito de los Sex Pistols” (Savage, 1992: 165-66). Formado en la contracultura de los sesentas y seguidor del movimiento situacionista francés, McLaren pretendía cuestionar la sociedad del espectáculo desde dentro, y con sus mismas herramientas, para crear una escena (un circuito de producción, distribución y consumo) en sus propios términos.

McLaren demostró que la combinación de teoría, diseño, filosofía y tonterías podía generar titulares, notoriedad y ganancia económica; la clave de su estrategia de promoción fue el escándalo como crítica social. Hagamos un repaso de los dos eventos mediáticos más importantes del punk: el incidente Grundy y el aniversario de plata de la Reina Isabel II. En diciembre de 1976 los Sex Pistols fueron invitados al programa de televisión del periodista Bill Grundy. Siouxsie Sioux, Severin, Thomas y Barker, miembros del contingente Bromley, asistieron junto a la banda. Motivado por Grundy, el cantante de los Sex Pistols, Johnny Rotten, dijo frente a la cámara la palabra “mierda”. Siouxsie bromeó con el conductor del programa comentando que “siempre había querido conocerlo”, a lo que éste último respondió “nos reuniremos luego”. El comentario de Grundy provocó una sucesión de insultos por parte de los miembros de la banda: “sucio”, “viejo verde”, “canalla”. Luego del desenlace del show, la discográfica EMI despidió a los Sex Pistols. A la semana siguiente, los protagonistas del escándalo aparecieron en las primeras planas de los periódicos ingleses con titulares como “The Filth and the Fury” (*Daily Mirror*), “The Foul-Mouthed Jobs” (*Evening Standard*), y “The Bizarre Face of Punk Rock” (*Daily Telegraph*).

A los seis meses, el grupo lanzó su sarcástico tema “God Save the Queen” con una campaña mediática que coincidió con la celebración del aniversario de la Reina. La estrategia de promoción terminó con un concierto de los Sex Pistols en el río Támesis sobre la cubierta del barco “Queen Elizabeth”, una burla pública del viaje que la Reina llevaría a cabo dos días más tarde. El concierto terminó con un enfrentamiento entre la policía y el público, una vez que el barco se detuvo en el muelle y, aunque se esperaba que “God Save The Queen” fuera número uno en las listas de ventas durante la semana del jubileo, el British Marketing Research

Bureau manipuló las posiciones del *chart* para opacar el incidente. Las tácticas de Mc Laren apuntaban a ejercer una gran influencia sobre los escritores de *fanzines*⁶⁰ y teóricos culturales que estaban a punto de configurar, sin proponérselo, la industria discográfica independiente. Ya sea a través de Tony Wilson y la constante referencia de la Factory Records al movimiento situacionista o a través de los intentos de Alan McGee de capitalizar las reyertas generadas en los primeros conciertos de The Jesus and Mary Chain, la habilidad de McLaren de hacer circular un comentario o una crítica sobre la cultura fue la piedra angular de la independencia (Richard King, 2010: xxii).

Los comentarios del nuevo periodismo, surgido de los *fanzines* alternativos, y las declaraciones de los miembros de las bandas de punk contribuyeron a la formación de un nuevo concepto sobre el rock. Las referencias a las influencias musicales constituyen una arista de la argumentación, pero el compromiso social y la crítica de los valores que la fundan continúan siendo otros ejes temáticos importantes, con la intención de reincorporar el concepto del pop a la realidad cotidiana. El punk representó el descontento general hacia la sociedad desde una retórica negativa que impidió su evolución más allá del tiempo presente de la enunciación, precisamente porque no creían en un futuro posible para el rock en las condiciones vigentes.

Hacia el verano de 1977, el punk se había convertido en una parodia de sí mismo y una fórmula comercial que permitió a la industria discográfica volver a estar en el centro de la escena. Como toda subcultura, el punk vivió su ciclo de resistencia y desactivación al “reterritorializarse” dentro de las grandes matrices culturales comerciales que tornan la desviación un concepto explicable trasladando el estilo subcultural a los escaparates de las principales tiendas de moda. Así, el fenómeno tuvo una existencia discursiva breve, los grupos se desintegraron y se dispersaron hacia nuevos caminos artísticos. El resultado fue la diversidad estilística y un cambio de perspectiva fundamental a nivel ideológico: la creencia positiva en un futuro posible.

⁶⁰ El origen de los *fanzines* se remonta a las publicaciones de ciencia ficción de los años veinte y a la literatura de panfletos políticos. Puede relacionarse también con el género manifiesto de las vanguardias artísticas de principios del siglo veinte.



5 Chaos to Couture: el punk serializado

El trabajo de crear y mantener una cultura alternativa no comulgaba con la ideología punk y, en contraste, el post-punk buscó sus propias vías y discursos para construir el futuro. Bandas como PIL (Public Image Limited), Joy Division, Talking Heads, Throbbing Gristle, Contortions y Scritti Politti, se propusieron llevar a cabo la revolución incompleta del punk y exploraron nuevas posibilidades sonoras a través de la incorporación de elementos de la música electrónica alemana, la música disco comercial, el reggae, el jazz y la música culta de vanguardia. Gran parte de la ortodoxia punk consideró que este experimentalismo del post-punk supondría volver a lo que el punk originalmente pretendía destruir, el elitismo en el rock.

6 El estilo Post-Punk/ New Wave



7Mark E. Smith (The Fall)

Una gran parte de los músicos post-punk provenían de escuelas de arte, sobre todo los máximos exponentes de la New Wave neoyorkina, conformada por poetas, cineastas y diseñadores. En Gran Bretaña, por ejemplo, las escuelas de arte funcionan como una bohemia subsidiada por el Estado, por lo que los jóvenes de clase obrera convivían con jóvenes de clase media y muchos de ellos se dedicaban a la música pop para mantener un estilo de vida experimental después de haberse graduado, aunque no fuera éste su principal medio de vida. No obstante, no todos los integrantes de grupos de post-punk eran estudiantes de escuelas de arte o contaban con una formación universitaria. Muchos de ellos formaban parte de un estrato social intermedio (Reynolds, 2005) entre la clase obrera alta y la clase media baja, como John Lydon (Sex Pistols, PIL) y Mark E. Smith (The Fall). Estos intelectuales paradójicamente anti-intelectuales sospechaban del arte en todas sus formas institucionalizadas rompiendo la barrera que separaba el campo de creación artística de las preocupaciones cotidianas del público.

Otros grupos de post-punk adhirieron al nuevo europeísmo musical de David Bowie y Brian Eno, tras la publicación de la trilogía berlinesa (*Low, Lodger, Heroes*). Los discos y canciones publicados en el año 1977 dan una idea bastante precisa del conglomerado de estilos que influenciaron a los grupos post-punk. Por un lado “White Riot” de The Clash y “God Save The Queen” de los Sex Pistols; por otro, “Trans-Europe Express” de Kraftwerk –máximo exponente del krautrock y la electrónica alemana. También el hit disco “I Feel Love” de Donna Summer producido por Giorgio Moroder, una obra musical hecha casi enteramente con sonidos sintéticos. Tanto Bowie, como Kraftwerk y Moroder alejaron al post-punk del rock americano tradicional, apostando por nuevos instrumentos con los que poder experimentar como el sintetizador, los secuenciadores y las máquinas de ritmo, que pusieron la firma al sonido de grupos como The Human League y Soft Cell.

Los nuevos estilos incorporados permitieron desbordar las formas del punk, pero la revolución del post-punk se produjo también a nivel del contenido de las canciones y la ideología artística de los grupos. El enfoque político del punk a través de la protesta social y la crítica directa y cruda de los mecanismos

sociales, fue descartado por el post-punk que trató de desarrollar sus propios discursos de denuncia, exponiendo también los mecanismos de manipulación del poder pero a través de las acciones de los individuos en la vida cotidiana (el consumismo, las relaciones sexuales, el sentido común) cuestionándolo todo desde una voz individual e introspectiva. A diferencia del punk, el potencial subversivo de la retórica post-punk tiene que ver con el uso estético del lenguaje y de la forma musical, y no con la música como acompañamiento del mensaje de crítica.

En el siguiente cuadro tratamos de sintetizar los rasgos característicos y diferenciales que permiten reconocer a los estilos subculturales punk y post-punk. Nos proponemos despejar ciertos criterios formales de reconocimiento, los más simples, apoyándonos en la bibliografía investigada.

Tabla 5 Características del Punk y del Post-punk

Características	Punk	Post-punk
Filosofía	Rechazo de los dogmas establecidos y de los estigmas sociales, desprecio por el consumismo de la moda y la manipulación mediática. La consigna “Házlo tú mismo” se centra en la libertad y la igualdad frente a la autoridad.	Romper todo y empezar de nuevo. El post-punk conservó elementos de la filosofía punk pero le dio un giro optimista y orientado al futuro como un posible espacio para la industria independiente y el art-rock. “Contenidos radicales exigen formas radicales”
Aspectos musicales	Música simple y cruda, generalmente descuidada. Se trata de un tipo de rock sencillo, con melodías simples de duraciones cortas y poca complejidad armónica, sonidos de guitarras amplificadas poco controlados o ruidosos, pocos arreglos e instrumentos, y, por lo general, de compases y tempos rápidos.	Continuaron utilizando acordes y progresiones básicos con velocidad y actitud, como en el punk, aunque muchas bandas comenzaron a experimentar con elementos de otros géneros como el krautrock, el dub jamaiquino, el funk estadounidense, el ska y la experimentación en estudio tomando como modelo la trilogía berlinesa de David Bowie (<i>Low</i> , <i>Heroes</i> , <i>Lodger</i>), el estilo de Iggy Pop (<i>The Idiot</i> y <i>Lust For Life</i>) y

		el <i>Transformer</i> de Lou Reed.
Aspectos temáticos	Protesta social. Ideas distópicas y situacionistas. Cuestionan la alienación del sujeto moderno, materialista, depresivo y autodestructivo en un registro muchas veces anárquico.	Tópicos de la literatura modernista del siglo XX, poemas sonoros, temáticas de ciencia ficción, futurismo introspectivo y temas existencialistas: la condición humana, la libertad, el significado de la vida, el sujeto escindido, la objetivación del otro, etc. Alguna vertiente se ha centrado en la literatura gótica fantástica. Melancolía, muerte, enfermedad, desamor, sufrimiento y luto.
Símbolos	Esvásticas, imágenes de la Reina de Inglaterra con alfileres en la boca, coqueteo con el simbolismo militar. En los 70 la estética punk tomaba de las entonces tecnologías en auge, como la fotocopiadora, técnicas de distorsión para diseñar un sentimiento de rechazo caótico y de ruptura. El diseñador británico Jamie Reid (n. 1940) –cofundador de la revista anarquista <i>Suburban Press</i> y diseñador de la gráfica del grupo Sex Pistols del 76 al 79– utilizó letras recortadas para fabricar títulos al estilo «carta de extorsionista», collage e imágenes fotocopiadas para reforzar el mensaje rupturista.	Afinidad poética con el romanticismo decimonónico y el simbolismo literario de Rimbaud, Mallarmé, Verlaine y Baudelaire. Melancolía, exposición del sufrimiento y el luto. Futurismo distópico.
Vestimenta	Diseño y creación de una moda propia: crestas, pines, alfileres, tatuajes, accesorios sugestivos como la esvástica, chaquetas de piel, pantalones ceñidos, botas militares. La	No tienen un estilo de vestimenta determinado. Algunos grupos como Joy Division optaron por un aspecto normal/ working class; otros, como Siouxsie and the Banshees y Bauhaus se

	vestimenta busca crear commoción, repulsión y crítica por parte de la sociedad común y, en consecuencia, suelen tener una apariencia que va en contra de lo convencional.	inclinaron por el maquillaje gótico-glam y las vestimentas oscuras y extravagantes del punk (Siouxsie Sioux venía de la generación punk, como parte del Contingente Bromley).
Comportamiento y prácticas	Creación de <i>fanzines</i> alternativos, autogestión de conciertos y encuentros, controversias y escándalos mediáticos, intervenciones sociales. Conducta delictiva o contestataria.	Muchos de ellos asistieron a escuelas de arte o asumieron una actitud intelectual autodidacta: lectores voraces, desdeñosos de las academias y desconfiados del arte en sus formas institucionalizadas. No obstante, transportaron teorías artísticas (en especial de los movimientos de vanguardia histórica) a la práctica del punk rock. Continuaron con <i>fanzines</i> alternativos y consolidaron una red de sellos, circuitos y prensa independientes, en vías de institucionalización.

La distopía futurista fue una de las formas de representación más utilizadas por los grupos de post-punk, en consonancia con obras y autores de la literatura de ciencia ficción como J.G. Ballard, Anthony Burgess o Philip K. Dick. Por ejemplo, la versión cinematográfica de *La naranja mecánica* (Kubrick, 1970) sitúa el espacio geográfico de la novela de Burgess en la Inglaterra modernista y post-industrial, plagada de bandas juveniles y violencia urbana. Este mismo paisaje urbano es reflejado por Ballard en la trilogía *Crash*, *Concrete Island* y *High-Rise*. Según Simon Reynolds, no es mera coincidencia que la escena post-punk se desarrollara en ciudades como Manchester y Sheffield, en plena decadencia industrial, o en Cleveland (Ohio, Estados Unidos) y Düsseldorf (Alemania), que presentaban igualmente paisajes post-industriales. El uso de la tecnología al servicio de la creación artística tuvo como objetivo mostrar tanto los problemas como las posibilidades de los individuos en un mundo cada vez más tecnológico, que estaba experimentando cambios significativos en los modos de producción y trabajo en las urbes.

La era post-punk superpone dos fases distintas en la política británica y estadounidense: los gobiernos de centro-izquierda del primer ministro laborista Jim Callaghan y del presidente demócrata Jimmy Carter, desplazados ambos por el ascenso al poder político de Margaret Thatcher (1979) y Ronald Reagan (1980) respectivamente. Este desplazamiento hacia posiciones de derecha y al conservadurismo, que duró doce años en Estados Unidos y dieciocho en Inglaterra, trajo como resultado una situación de desempleo masivo y divisiones sociales cada vez más marcadas. A nivel ideológico, tanto el gobierno de Thatcher como el de Reagan representaron una reacción masiva contra la contracultura de los sesenta y el liberalismo de los setenta.

En el período 1978-80, la música popular se distanció de la cultura general y de los intereses políticos buscando construir una cultura alternativa con su propia infraestructura. Esta necesidad de total control del proceso productivo dio lugar al nacimiento de sellos independientes como Rough Trade, Mute, Factory, SST, Cherry Red y Subterranean. El concepto se esparció de manera viral promoviendo la creación de promotores, compañías discográficas y colectivos de músicos en diferentes ciudades de Gran Bretaña y Estados Unidos. Asimismo, se expandió el desarrollo de la prensa alternativa a través de los *fanzines*, cuyo origen se remonta al período punk. La naturaleza meta-discursiva del post-punk puede explicarse en gran medida por la proliferación de este tipo de prensa y los críticos que ayudaron a perfilar la estética subcultural estableciendo puntos de articulación entre los grupos y defendiendo un estilo de escritura en forma de manifiesto para cada escena musical. De 1978 a 1981, la *New Musical Express*, líder del mercado, tenía una circulación que oscilaba entre los 200.000 y los 270.000 ejemplares con un público real tres o cuatro veces mayor que esa cifra (Reynolds, 2010: 43).

Por ejemplo, en *Sounds*, Jon Savage describió la “New Musick”, como el costado industrial y distópico del post-punk; Paul Morley en *New Musical Express* produjo la mitología Manchester y presentó a Joy Division como el new pop; el teórico de *Sounds* Gary Bushell dedicó unas cuantas páginas al movimiento Oi! y al real punk. La prensa musical tuvo una enorme influencia identificando los grupos con manifiestos no escritos como si se trataran de

movimientos de vanguardia vinculados con escenas locales desarrolladas en diferentes ciudades. La combinación de estos críticos activistas y de los músicos que hacían de su trabajo una especie de批评ismo activo forjó la retórica del post-punk orientada hacia el futuro y la novedad. El post-punk quiso, como el punk, terminar con la fábrica de sueños del rock, un concepto desarrollado por la contracultura de los años sesenta y los resabios de la estética hippie en la década siguiente. A nivel estilístico esto se pudo manifestar a través de la modalidad de autogestión y a nivel ideológico a través de los mini-manifiestos que tanto la crítica como los grupos se encargaban de difundir. También a través de canciones como “Part Time Punks” de Television Personalities o “A Different Story” de Subway Sect que hablan del fracaso del punk como subcultura.

8. DIY: EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA INDEPENDIENTE

Hacia finales de la década de 1970 el movimiento punk propuso una nueva modalidad de producción para la industria discográfica: el DIY o “Hazlo tú mismo”, que generó una red alternativa de distribución que trajo como consecuencia una diversificación de los públicos, cada vez más numerosas y socialmente complejas, y una descentralización de la industria de la música grabada. La llegada de tecnología relativamente más económica, redujo los costos de estudio y los precios de los instrumentos musicales posibilitando el acceso de los músicos a las tecnologías de grabación. Hablar de la democratización de la música se volvió una práctica frecuente que continuó evolucionando hasta la actualidad. Desde hace más de una década, gracias al desarrollo de la tecnología digital y la accesibilidad de los ordenadores personales, se produjo un cambio significativo en el modo de producción de la música popular al convertirse en una realidad cotidiana: “la nueva cultura independiente está sostenida por la ética audaz del “levántate y anda y hazlo tú mismo” (*get up and go and do it yourself*) al punto de que ya nadie espera ser descubierto por una compañía discográfica” (Bunz, 2007: 114).

La constitución progresiva de un campo autónomo de la música popular, consolidado en la década de 1970, supuso un cambio en el sistema de las relaciones de producción, circulación y consumo. Su conformación y la complejización de estas relaciones, dieron lugar a un cuerpo cada vez más numeroso y diferenciado de productores y trabajadores de la industria ahora profesionalizados, con sus propias instancias e instituciones de consagración (fundamentalmente la prensa) que adoptaron determinadas posiciones políticas e ideológicas dentro del campo. Entre ellas, la ideología de la creación pura, libre y desinteresada, opuesta a la dinámica mercantilista de los grandes conglomerados corporativos que producen bienes musicales puramente por su valor mercantil. Es significativo que en este período la crítica especializada hable de una “crisis de autenticidad” dentro del campo como lo describe Simon Frith:

La buena música es la auténtica expresión de algo –una persona, una idea, un sentimiento, una experiencia compartida, un *Zeitgeist*. La música mala es inauténtica porque no expresa nada. El término más utilizado por la crítica de rock es “ligero” (*bland*) –la “música ligera” no contiene nada y su única finalidad es la de ser comercialmente complaciente. En este sentido, la “autenticidad” sería la garantía de que el rock continúa resistiéndose y subvirtiendo la lógica comercial. (2004: 35)

El concepto de autenticidad que se menciona en la cita refleja no sólo una expresión del gusto (lo auténtico/ lo inauténtico) sino un parámetro de clasificación del gusto en términos de mensaje y de comunicación. “La música inauténtica no expresa nada”, es decir, falla en los medios para comunicar al artista con la audiencia. Esto implica que las decisiones musicales son decisiones comunicativas, de producción del mensaje y que ese mensaje está a su vez asociado con otro parámetro de clasificación, la disputa simbólica e ideológica entre lo comercial y lo que subvierte esa lógica. Lawrence Grossberg define al rock como una formación cultural nacida entre la juventud de posguerra, “producida por una industria de la música reconfigurada, para un público autoconscientemente definido por un sistema de diferencias generacionales y sociales” (1993: 199). Según el autor, el rock originalmente estuvo sujeto a determinadas condiciones de posibilidad:

- a) el “baby boom” que generó posibilidades económicas y dio poder adquisitivo a la juventud, pero también incrementó los conflictos sociales como el desempleo.
- b) el clima apocalíptico a través del cual el mundo es percibido como un sin sentido, la historia como devenir irracional y el futuro como imposible. Esto produjo una imposibilidad en los jóvenes de conciliar los valores heredados de las generaciones predecesoras con las posibilidades efectivas de supervivencia y de poder que regían el nuevo contexto histórico.

Lo que define, según Grossberg, al rock como *diferencia*, como *exceso*, es la obsesión de los oyentes que determina una relación circular entre música y fan: porque interesa al público tiene importancia y su importancia radica en el hecho de que otorga un lugar (imaginario y real) al oyente desde el cual estructurar sus experiencias. El rock produce una cultura y una identidad que traza los límites entre los que están dentro y los que permanecen fuera. En este sentido, el concepto de autenticidad establece un vínculo necesario con el problema de la comunicación (de qué habla la música) y el problema de la comunidad (de quién habla y a quién se dirige). El autor señala la pérdida de autenticidad como resultado de un proceso de autonomización del rock, un proceso por medio del cual el mensaje se emancipa de su función social (y de divertimento) y el músico comienza a tomar conciencia de la individualidad de su obra dentro del universo de otros textos y estilos. En este proceso, el rock dejaría de interesarse por las revoluciones sociales (extrínsecas) y se concentraría en las revoluciones internas, de formas y estilos.

El argumento de Grossberg apunta al capitalismo cultural que borra precisamente estos límites del adentro y del afuera del rock como subcultura (opuesto a lo hegemónico) “reterritorializando” la diferencia (1993: 207). Así, el surgimiento de una nueva economía de los medios a partir de determinados cambios en las prácticas económicas y tecnológicas de producción del rock, traería consigo un nuevo paradigma sobre las formaciones sociales y sobre el concepto de autenticidad. En consecuencia, Grossberg propone el término auténtica inautenticidad (*authentic inauthenticity*) para describir la lógica de las nuevas formaciones sociales, entre ellas el punk y el post-punk:

La auténtica inautenticidad dice que la autenticidad es en sí misma una construcción, una imagen, que no es mejor ni peor que cualquier otra.

La autenticidad no es, de hecho, más auténtica que cualquier otra identidad creada a conciencia, y no guarda relación con las realidades subjetivas o las relaciones objetivas que a partir de las elecciones que cada uno hace, en cualquier momento, para presentarse a sí mismo de acuerdo a los dictados de algún cliché cultural. (1993: 206)

Para Simon Frith (1981) y Keir Keightley (2006) el concepto de autenticidad es asimilado por el rock a través de otro género musical, el folk. Este estilo, desarrollado especialmente en los años cincuenta y sesenta –heredero de las reivindicaciones sociales de los años treinta-, incorporaba una dura crítica a los efectos de la sociedad de masas: alineación, individualización, pérdida de sentimiento comunal, añoranza de lo rural, etc. A diferencia del country, verdadera música campesina, el folk era la música de los bohemios urbanos y de los universitarios en Estados Unidos. Las canciones incorporan largos estribillos para cantar junto al público y son técnicamente sencillas, de modo tal que cualquiera con ciertas nociones de guitarra podía tocarlas. El folk rechazaba la comercialización de la música, así como el uso excesivo de los avances tecnológicos. Era una música muy influida por el romanticismo del siglo XIX, en tanto el músico era visto como un artesano creador y su música era comprendida de forma orgánica y natural, estableciendo una comunicación entre músico y público directa, sin apenas intermediarios, sólo una guitarra acústica.

Para el folk la autenticidad residía, como hemos visto, en que el músico pudiese expresar, en sus canciones, sentimientos comunales, y en que la relación entre autor y público fuese lo más directa posible (Pérez Colman y del Val Ripollés, 2009). El rock adaptó estas ideas a su manera. Incorporó un sentimiento comunitario fuerte, unido también a un individualismo diferenciador por parte de los músicos. En palabras de Frith, “en su calidad de música folklórica el rock se asume como música que representa a un determinado colectivo, en este caso los jóvenes; en su calidad de música culta se asume como resultado de una sensibilidad individual y creativa” (2001: 417).

En este proceso de creación de comunidad el rock ha seguido un camino similar al de otras comunidades de tipo identitario o religioso, construyendo algunos mitos sobre su origen. El rock, en tanto producto de la sociedad de masas, construye sus propios significados e identidades. En este caso, el rock se presentó como una música auténtica opuesta a lo comercial y masivo, planteamiento que marcó una de las polaridades más significativas: la diferencia entre el pop y el rock. Desde la perspectiva del rock, el pop es un tipo de música falsa, hecha para

manipular a los adolescentes que se encuentran en una etapa de formación de identidades.

Como decíamos, la crítica a la comercialización de la música por parte del rock no implica que esté mal visto el éxito masivo dentro de este género, más bien éste se considera como una confirmación de que una obra es buena. Para Keightley y Frith esto se explica porque el esfuerzo y el trabajo se verían recompensados con el éxito. No así el éxito inmediato, que suele levantar suspicacias. El rockero, para triunfar, debe hacerse desde abajo, tocar en salas pequeñas, ganarse cada seguidor, antes de alcanzar el reconocimiento masivo. Pero este hecho no es algo propio del rock, sino que está presente en otros campos culturales. Bourdieu señala algo parecido cuando dice, en relación a la literatura, que “estamos en efecto en un mundo económico al revés: el artista sólo puede triunfar en el ámbito simbólico perdiendo en el ámbito económico (por lo menos a corto plazo), y al contrario (por lo menos a largo plazo)” (1995: 130). Para el artista es más importante el reconocimiento de sus pares que el del público.

No hay que olvidar que el rock es una cultura amplia, que aglutina corrientes diversas y opuestas y, en consecuencia, el concepto de autenticidad ha sido entendido de diferentes formas. A pesar de que buena parte de los estudios dedicados a la idea de autenticidad en el rock se han centrado en la influencia del romanticismo, Keir Keightley (2006) analizó cómo las vanguardias culturales de principios del siglo XX también tuvieron peso en la conformación del ideal de autenticidad en el rock. Tanto el romanticismo como las vanguardias criticaron en su momento el industrialismo y la sociedad de masas, pero mientras que el romanticismo puso énfasis en lo rural y en el artista como expresión de valores comunales, las vanguardias abrazaron el caos de las ciudades aliándose con las máquinas (esto es, con la tecnología) a través de la experimentación radical en la búsqueda de nuevos espacios creativos. Desde el vanguardismo el artista debe ser alguien innovador, que no se quede anclado en el pasado. Así, para el romanticismo la autenticidad reside en la comunicación directa entre artista y público, mientras que las vanguardias se centran en el aspecto estético, en la creación de obras innovadoras basadas en la experimentación, el desarrollo y el

cambio. La verdad, para los vanguardistas, no reside en la capacidad de llegar al público sino en la propia obra, en el proceso de creación. Es el arte por el arte.

La autenticidad es un elemento fundamental en la delimitación del rock como campo cultural, así como un criterio de inclusión / exclusión sobre el que construir las reglas de este nuevo campo cultural. No obstante, hay que considerar que no deja de ser un criterio subjetivo de clasificación del gusto, determinado por los parámetros históricos y culturales de lo que el público y las instituciones culturales consideran bueno o malo. Las definiciones de lo auténtico e inauténtico, así como de lo comercial y de lo independiente, son categorías relativas que se modifican continuamente de acuerdo a las posiciones simbólicas que los agentes ocupan y a las luchas por el poder que ocurren dentro del mismo campo.

8.1 El campo de gran producción: el circuito productivo de las *Majors*

En la década de 1970, el rock se convirtió en la cultura pop por excelencia en Estados Unidos, desplazando a otras industrias de entretenimiento como el cine o el deporte en términos de ganancias económicas⁶¹. Si bien la televisión continuó siendo el medio de entretenimiento más potente a nivel comercial, con ingresos por publicidad que doblaban las cifras de ventas de discos, la música tuvo en este período más importancia como capital simbólico al permitir la identificación del público con el contenido de las canciones y los estilos subculturales. Este crecimiento sostenido de la industria fue motivado por un número de factores musicales, técnicos, publicitarios, demográficos y sociales: un aumento de la población en el sector del mercado, un menor costo de manufactura, y una actitud consumista de acelerada obsolescencia. En línea con los argumentos de Grossberg, Chappel y Garofalo también señalan el baby boom y el aumento del poder adquisitivo de la juventud como principales factores que llevaron a la consolidación de un potente mercado autónomo de bienes culturales orientados al público juvenil. Según los datos relevados por los autores, hacia 1970 solo los adolescentes estaban gastando en bienes culturales alrededor de veinte billones de

⁶¹ Según la investigación de Chapple y Garofalo, la música popular (el rock concretamente) produjo un beneficio de 2 billones de dólares en comparación con el cine con 1.6 billones y la asistencia a eventos deportivos, en tercer lugar, con ganancias de 600 millones de dólares.

dólares, el doble que en 1959. Como resultado, unas pocas y grandes empresas consiguieron desarrollar divisiones en diferentes áreas de la industria del entretenimiento (música, cine, televisión, libros y deporte), monopolizando el mercado. Hacia 1973, la CBC, por ejemplo, contaba con una división radial, otra editorial, una tercera dedicada a la música y era propietaria de los New York Yankees. De igual manera, Warner Communications contaba con divisiones editorial, televisiva, musical y cinematográfica; y MCA y RCA estaban involucradas tanto en la industria audiovisual como discográfica.

El sistema de gran producción cultural y simbólica obedece primordialmente a los imperativos de la competencia por la conquista del mercado, es decir, por la búsqueda de la rentabilidad de las inversiones y la extensión máxima del público. Los productos son el resultado de transacciones y compromisos entre las diferentes categorías de agentes involucrados en la producción. En el siguiente cuadro (Chapple y Garofalo, 1977: 173) se muestra un desglose de los costos y ganancias por la fabricación de un disco para las grandes empresas del sector, en la década del setenta:

¿Cuánto cuesta producir un disco?	
Pagos editoriales (2 céntimos por canción)	.24
Sindicato de músicos	.08
Costo de manufactura	.35
Costo de tapa	.15
Derechos de autor (incluye tasas de grabación)	.60 (variable)
Fletes y distribución	.03
Publicidad	.10
	\$1.55
Gastos administrativos	.33
Total	\$ 1.88

Los discos se venden a un distribuidor por un monto estimado de \$2.51, con una ganancia para la empresa de 63 céntimos. El precio final del disco (un promedio en el año 1974) es de \$5.98. *Fuentes: Business Week. 7/27/74. independent research.*

Tabla 6 Costo de producción de un disco

Una empresa necesita vender al menos veinticinco mil sencillos u ochenta mil álbumes para recuperar la inversión, y las ganancias varían igualmente en función de la cantidad de discos vendidos. Las cifras del cuadro están calculadas en

función de un disco exitoso, pero hay que considerar que los artistas emergentes no consiguen beneficios hasta el tercer o cuarto disco grabado por lo que muchos de ellos son directamente descartados por la discográfica tras el primer fracaso. Según Chapple y Garofalo, en el período 1970-1975 se producían cada año alrededor de cuatro mil álbumes de los cuales la mayor parte (70-80 %) no conseguía siquiera entrar en los *charts*.

Las funciones de una discográfica

Las principales funciones de una compañía discográfica son encontrar artistas y estilos, grabar y producir su música, y promocionar y vender sus discos. En consecuencia, la estructura interna de toda empresa del sector y la división del trabajo responde a estos objetivos: el departamento de artistas y repertorios (A&R) se ocupa de la producción, el departamento creativo de la publicidad, los departamentos de venta y distribución se encargan de colocar los productos en el mercado; y algunas empresas cuentan también con un departamento artístico enfocado a la creación de la imagen para los artistas y grupos.

El trabajo de encontrar a los artistas más idóneos para cumplir con los objetivos de ventas suele resolverse con la compra de “activos”⁶² de otras compañías menores, antes que con la apuesta por nuevos talentos. Por ejemplo, RCA le compró a Warner los derechos de los Everly Brothers y de los Kinks, mientras que Warner adquirió a los Beach Boys de Capitol, etc. Las empresas que optan por producir grupos propios, encuentran a las bandas asistiendo a sus conciertos y contactando con sus managers. Las productoras independientes suelen localizar nuevos artistas y presentarlos a las compañías discográficas. Así, dentro del campo de la música popular, las grandes empresas creen, de manera generalizada, que la ganancia se encuentra en la creación y manipulación de tendencias. No obstante, algunas de ellas, como Atlantic y Warner, fichan a los artistas por su talento y el potencial comercial de su música, pero sin perder contacto con la producción “callejera” de la música.

Dentro del campo de producción del rock en la década de 1970, encontramos unas pocas compañías discográficas ubicadas dentro del campo de

⁶² Utilizamos el sentido contable del término, como bien tangible o intangible, funcional y operativo, que posee una empresa o una persona.

gran producción (ABC, Warner, CBS, RCA, EMI y PolyGram⁶³) que disponen de medios de financiamiento y pueden expandirse aprovechando los vientos a favor del mercado para comprar o fusionarse con otras compañías y sectores productivos o hacer frente a las pérdidas económicas en tiempos de crisis. Contar con un amplio catálogo profundo les asegura un ingreso fijo medio que las pequeñas compañías discográficas no tienen. Asimismo, el empleo de un sistema de distribución descentralizado les permite controlar la colocación del producto en el mercado en poco tiempo y en grandes cantidades.

Uno de los principales problemas que debe afrontar una discográfica es el incremento de los costos de producción (el alquiler de estudios para la grabación, los gastos de promoción y distribución, el incremento del valor de los derechos de autor o los materiales para las tapas de los discos). La manera de resolverlo es a través del aumento del precio final del producto, con una ganancia extra “justificada” por el incremento necesario para cubrir los gastos. Gracias al valor simbólico de los bienes culturales como los discos, los productores saben muy bien que los consumidores estarán dispuestos a gastar un poco más por el producto. Otros dos problemas de considerable importancia para una discográfica son las conexiones con los medios de promoción (como las radios, en el período descripto) y hacer frente a los costos por remanente de producto. En cuanto a la relación con los artistas, las discográficas cuentan con subdivisiones que se ocupan de responder a las demandas de los músicos a nivel creativo, artístico o legal y buscan hacer frente a los posibles inconvenientes derivados de la relación para evitar pérdidas a futuro

En conclusión, Chapple y Garofalo señalan que históricamente, a lo largo del siglo veinte, unas pocas compañías fueron responsables de la mayor producción de música grabada. Su argumento principal es que esta concentración de poder y capital económico, junto con el control y acceso a los medios de grabación y reproducción, les ha permitido colonizar la industria del entretenimiento (Negus, 1996: 40). No obstante, Chapple y Garofalo consideran

⁶³ CBS era propietaria de Colgems, PolyGram de Polydor, Mercury, Smash, MGM y Verve. PolyGram compró el Sistema de distribución de United Artists a comienzos de la década.

que la música popular no deja de tener un potencial valor afirmativo como modo de expresión individual y colectiva y como generador de nuevas relaciones sociales.

8.2 La lógica comercial y la lógica creativa

Theodor Adorno y Max Horkheimer (1947) fueron los primeros en señalar la existencia y control de la industria cultural sobre los productos de la cultura. De manera similar, como hemos visto en el apartado anterior, Steve Chapple y Reebée Garofalo (1977) se ocuparon de analizar el modo en que el capitalismo y las grandes corporaciones convirtieron a la música popular en una mercancía (*commodity*). Asimismo, estos autores centran su discusión en la dinámica entre las grandes compañías discográficas (*majors*) y las independientes (*indies*) para explicar el modo en que se produce el control del mercado. Según este punto de vista, las discográficas independientes son más abiertas y receptivas a nuevas tendencias, grupos y sonidos. Cuando uno de estos “descubrimientos” comienza a ganar popularidad y un cierto grado de centralidad en el mercado, la tensión producida suele resolverse a través de la asociación o compra (absorción o simbiosis) de la pequeña industria por su competidora de mayor tamaño (Hesmondhalgh, 1999). El éxito y la popularidad del rock, su capacidad de llegar a un gran número de audiencias y generar ganancias extraordinarias, ha sido uno de los principales motivos por los que estas grandes compañías decidieron invertir capitales en la industria.

Como se ha dicho anteriormente, la oposición entre lo comercial y lo no comercial es el principio generador de la mayor parte de los juicios estéticos que establecen la frontera entre lo que es arte y lo que no lo es, es decir, definen el valor simbólico del producto. En otras palabras, esta oposición se da entre una producción que, fundada sobre la denegación de la economía y del beneficio, ignora o desafía las expectativas del público constituido y cuya única demanda es la que ella misma produce, aunque a largo plazo, y una producción que asegura el éxito y los beneficios correlativos ajustándose a una demanda preexistente. La primera se caracteriza por su relativamente algo grado de autonomía y la segunda por su dependencia de reglas externas definidas por la fluctuación del mercado y

la demanda de los consumidores. Entonces, por un lado, tenemos un ciclo de producción corto, fundado sobre la preocupación de minimizar los riesgos mediante la adaptación anticipada a la demanda reconocible y dotado de circuitos de comercialización y procedimientos de aprovechamiento destinados a asegurar el ingreso rápido de los beneficios por una circulación rápida de productos destinados a una obsolescencia rápida; por otro lado, un ciclo de producción largo, fundado sobre la aceptación del riesgo inherente a las inversiones culturales y la sumisión a las leyes específicas del comercio de arte: al no tener mercado en el presente, esta producción enteramente orientada hacia el futuro supone inversiones muy arriesgadas que tienden a constituir stocks de productos de los cuales no se puede saber si caerán en el estado de objetos materiales o si accederán al estado de objetos culturales, dotados de un valor económico desproporcionado con relación al valor de los elementos materiales que intervienen en su fabricación.

Estos dos ciclos pueden incluso estar asociados dentro de un mismo sistema de producción y, como argumentábamos más arriba, una gran compañía discográfica puede apostar por ambos en diferente proporción. El ciclo de producción largo puede traer ganancias a futuro a través de la conformación de un catálogo profundo con artistas consagrados que coticen más en el mercado por su valor simbólico y porque resulta familiar al oído del público general. Así, en cada momento del tiempo, en un mercado específico conviven artistas contemporáneos y temporalmente discordantes, que compiten por un lugar en las listas de ventas. En la década de 1970 es precisamente cuando esta realidad se hace más visible, y encontramos a artistas de la década anterior lanzando discos en paralelo a grupos emergentes. Para la industria, el valor simbólico de los primeros asegura en gran medida las ventas, por lo que éstos constituyen siempre la primera apuesta en términos de inversión. No obstante, aunque la ganancia económica esté garantizada, la reproducción de la misma fórmula una y otra vez, lleva a un estancamiento dentro del campo que dificulta la aparición de nuevas propuestas artísticas. Este es el principal argumento que desarrollará el punk y luego el post-punk en contra de la industria de la música, fomentando el desarrollo de una industria alternativa para la promoción de nuevos estilos y escuelas. La respuesta

más evidente del *punk* y la que mayor impacto tuvo en la música popular fue el llamado a la acción: “Documentar la realidad: do it yourself” (King, 2012: xxi)

8.3 La política anti-consumista de la industria independiente

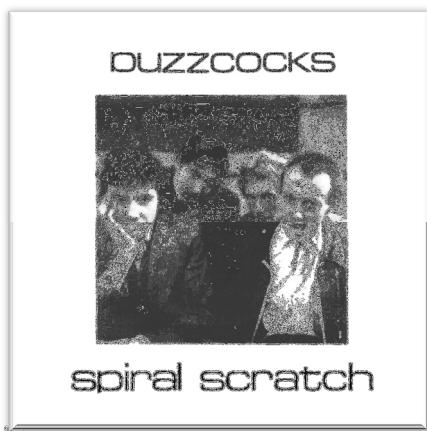
Hacia el año 1975, la industria musical británica estaba formada por un conjunto de sellos discográficos, muchos de ellos compañías internacionales con oficinas en Londres. La discográfica inglesa más importante era EMI, que también se ocupaba de la distribución de pequeños sellos independientes que habían comenzado a funcionar hacia finales de la década anterior, cada uno con una personalidad y estilo musical bien definidos, como Island Records y Virgin. Además de EMI, el mercado estaba centralizado en el conglomerado alemán PolyGram, y en las sucursales británicas de las grandes corporaciones americanas que mencionábamos anteriormente como CBS, RCA, MCA y Warner Brothers. Sus oficinas en Londres contaban con una pequeña división de Artistas y Repertorios, y con una división de management para los lanzamientos en el país de sus principales artistas.

8Fanzines Punk



Geoff Travis abrió la tienda Rough Trade en el año 1976 aunque, antes del estallido punk, la disquería se especializaba en música reggae e importaba discos americanos para el mercado nacional. Cuando las primeras bandas punk comenzaron a grabar su material, la tienda de Travis se convirtió en el centro de la escena. En el mismo lugar se difundía toda una serie de documentos relacionados a la nueva subcultura como maquetas, *fanzines* y anuncios de conciertos. Los clientes se acercaban a Rough Trade no solo para comprar discos de otros grupos, sino también para dejar su propio material grabado o escrito con la finalidad de que otros clientes pudieran comprar también sus productos. Así, el amateurismo y la transgresión creativa de la propuesta DIY promovió la creación de *fanzines* especializados en música y estética punk como *Sniffin' Glue*, *Spuno*, *Jamming* o *Killing Time* (entre otras). El autor del primero, Mark P., comenzó con el proyecto luego de asistir a un concierto de los Ramones en Londres, en el año 1976⁶⁴. En uno de sus primeros ejemplares escribió: “Lectores de SG, no se contenten con lo que escribimos. Salid a crear vuestros propios fanzines” (Savage, 1992: 279). Inspirados por la subcultura punk y las revistas *pulp* de ciencia ficción, estas revistas reflejaban las principales temáticas tratadas por la literatura punk: la crítica social, la poesía de las canciones, las noticias en la escena musical, las reseñas de discos y artículos generales sobre los grupos del momento. Esa prensa alternativa, orientada a un público especializado y con circulación reducida, se multiplicó rápidamente por todo el Reino Unido a finales de la década de 1970, al mismo tiempo que las disquerías especializadas en música punk aumentaron de 1.750 en 1978 a 2.370 en 1981. Muchas de estas nuevas tiendas, como Rough Trade o Beggars Banquet, fundaron sus propios sellos discográficos y promotoras.

⁶⁴ Ese mismo año comenzó a publicarse el fanzine neoyorquino *Punk*



9Spiral Scratch - Buzzcocks

En 1977 los Buzzcocks lanzaron el EP *Spiral Scratch*, considerado el primer disco británico “hecho en casa” (*homemade*), editado por el propio sello de la banda *New Hormones*. Fundado por Richard Boom junto a Howard Trafford (Devoto) y Peter McNeish (Shelley), con la colaboración de Martin Hannett/ Zero en la grabación, edición y producción de sonido, este sello se formó para producir discos de manera independiente. Así como los Sex Pistols demostraron que cualquiera podía formar su propia banda, con la autoedición de *Spiral Scratch* los Buzzcocks incentivaron a los grupos independientes a producir su propio material. “*Spiral Scratch* fue el primer disco independiente que la gente quiso realmente comprar. Pedimos miles de ejemplares, y eso fue lo que nos hizo pensar en ser distribuidores”, dice Travis (King, 2010: 12). Al poco tiempo se generó una cooperativa de promoción y distribución para los grupos de punk con discos autoproducidos, denominada “The Cartel”, formada en torno a la tienda de discos londinense (y luego también compañía discográfica) Rough Trade. Junto con el poderoso impacto del DIY, el hecho de que los Buzzcocks residieran fuera de Londres propició la regionalización. Además de asegurar que una banda pudiera tener el control de los medios de producción, los Buzzcocks demostraron que podía hacerse en Manchester, un hecho que no fue pasado por alto entre sus contemporáneos de la región, que tenían poco contacto con el negocio de la música en Londres.

Todas estas bandas comenzaron a formar una red de distribución nacional (King, 2010: 16) como si se tratara de trabajadores industriales que producen su material utilizando métodos propios y lo venden a un módico precio para obtener

ganancias que les permitan desarrollar una línea de productos⁶⁵. Gracias al éxito de *Spiral Scratch*, cada vez que los Buzzcocks tocaban en Londres llevaban una banda soporte de Manchester por si algún representante de la prensa musical asistía al concierto y reseñaba el evento. Geoff Travis comenta:

Siempre pensamos en la distribución como en una cuestión política. Cuando éramos estudiantes aprendimos que el control de los medios de producción otorgaba poder. Queríamos que hubiera una estructura independiente que diera acceso al mercado sin tener que ir por los caminos tradicionales. De eso se trata la independencia: de construir estructuras *por fuera* de la corriente principal pero que te ayuden a infiltrarte en ella. (King, 2010: 17)

El éxito de *Spiral Scratch* permitió a los Buzzcocks firmar su primer contrato con United Artists (aunque con Howard Devoto fuera de la banda) y así siguieron una carrera profesional con giras internacionales insertos ya definitivamente dentro del gran mercado de la música pop/rock. Al mismo tiempo, *Spiral Scratch* fue la inspiración de otros grupos de jóvenes emprendedores que vieron un potencial en el mercado de la música, no solo como artistas dentro de bandas de rock, sino como empresarios. Peter Hook comenta que, antes de formar Joy Division, tuvieron una reunión con Pete Shelley en un pub de Broughton para que les contara cómo había creado a los Buzzcocks y cómo había llegado a editar su primer EP.

Bob Last es un ejemplo de esta creciente tendencia entre universitarios que buscaban iniciar un camino en el arte y el diseño. Egresado de la carrera de Arquitectura en Edimburgo, Last se interesó por el diseño contemporáneo a través de la lectura de una serie de artículos sobre desarrollo de marca o *branding* (aunque no se conociera con ese nombre en aquel momento) de Peter York, editor de la revista *Harpers & Queen*. En estos textos, que fueron también publicados en

⁶⁵ En la edición del 5 de febrero de 1977 de la revista *NME*, Paul Morley publicó el primer artículo sobre los Buzzcocks en un medio de alcance nacional. El titular de la nota era “Teen rebel scores 250 pounds from Dad”. Según el periodista, el relato del lanzamiento del disco autogestionado del grupo era un fenómeno significativo, importante y sin precedentes, que cambiaría la historia del rock. Lo destacable de la banda era que parecían chicos communes y corrientes, lo que supuso en cierta medida una reacción contra el estilo muy marcado del punk rock de los Pistols o los Clash, una vestimenta tribal que no tardó mucho en convertirse en moda genérica.

su momento en forma de libro, York analizaba los estilos de vestimenta en la cultura inglesa contemporánea, dentro de una nueva categoría de interés comercial, los “estilos de vida” (*lifestyles*). Según el autor, productos de consumo de diferentes sectores de clase social pueden tener un valor cultural equivalente si están presentados con estilo y un precio razonable, y si se logra fundamentalmente que un usuario se identifique con ellos. Según Bob Last, las teorías de Peter York revelaron aspectos importantes sobre la idea de construir una “marca”, un concepto que fue ampliamente desarrollado en la década del ochenta.

Reflexionando sobre los textos de York, Bob Last fundó su propia marca, Fast Product, antes incluso de definir cuál sería su función comercial. Tras recibir de regalo una copia de *Spiral Scratch* e informarse sobre la incipiente revuelta punk, Last decidió que orientaría su marca hacia la industria discográfica independiente. A partir de entonces, Fast Product editó varios álbumes compilatorios de grupos como los Mekons, Gang of Four, Human League, Joy Division, los Dead Kennedys, Scars y D.A.F. Last puso especial atención al diseño y al lenguaje empleado para promover la venta de sus productos, y en pocos meses esta misma retórica se convirtió en la herramienta de promoción más utilizada por la mayoría de los grupos y sellos independientes que estaban comenzando a formarse en el Reino Unido. El autofinanciamiento, el amiguismo artístico y el deseo del fan de reproducir activamente un estilo de música y una estética subcultural determinada, fueron las tres características principales de los sellos independientes que se originaron en este período, por lo general con financiamiento cero y poca planificación.

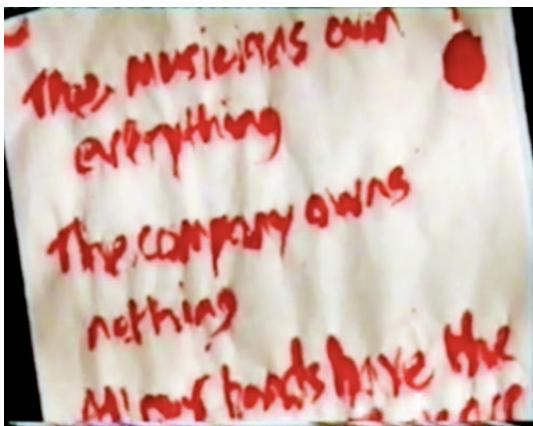
El punk y su política de independencia artística y económica establecieron un diálogo completamente nuevo entre creatividad y comercio. Al poco tiempo, surgieron las pequeñas compañías discográficas manejadas por músicos o comerciantes de tiendas de discos que procuraron reconciliar la naturaleza comercial del pop con la autonomía de los músicos. Los sellos más importantes de los ochenta comenzaron a gestarse en línea con la ideología de la independencia artística: Stiff, Mute, Factory, Fast, Rough Trade, Two Tone. El éxito de los sellos independientes de punk, y más tarde de post-punk, puede resumirse en los cuatro puntos que señala D. Hesmondhalgh (1996: 37):

- Se generó una red alternativa de distribución que trajo como consecuencia un público diferente, cada vez más numeroso, y una descentralización de la industria de la música grabada. La tecnología relativamente más económica redujo los costos de estudio y los precios de los instrumentos musicales. El punk hizo uso inmediato de estas posibilidades.
- Se generó un nuevo punto de vista sobre la dinámica de la industria cultural y de la figura del artista y se alzó el estandarte de la democratización de la industria musical.
- Se intentó expandir el público a partir de políticas de exportación y comunicación entre redes de producción y distribución de la industria independiente en Inglaterra, el resto de Europa y Estados Unidos fundamentalmente.
- Se desarrolló una estética basada en la movilidad y el acceso mediante el cual se intentó, políticamente, suprimir las diferencias raciales, de clase y de género con la idea de expresar nuevos temas y sonidos y dar énfasis a temáticas y sonidos marginales.

El sello independiente se enorgullece de su autonomía: editar, financiar y distribuir música con medios propios (King, 2010: xviii). Sin embargo, según Hesmondalgh, los sellos independientes que quieren comunicar su música a un público mayoritario deben enfrentarse tarde o temprano a la necesidad de operar dentro del sistema capitalista, y atender a las reglas del juego. Precisamente, los pequeños sellos discográficos que surgieron con el punk buscaron crear oportunidades para artistas ignorados por las grandes compañías discográficas o que no estaban dispuestos a firmar contratos con ellos. Sellos como Cherry Red, Rough Trade y Mute contaban con un soporte estructural compartido y generaron, en conjunto, su propia red de distribución y promoción.



10 Geoff Travis en Rough Trade



11 "The musicians own everything, the company owns nothing. All our bands have the freedom to fuck off". Contrato de Factory Records y Joy Division escrito y firmado por Tony Wilson con su propia sangre.

Con el tiempo, estas empresas consolidaron su propia identidad como marca y para 1980 ya contaban con su propio *top ten* de sencillos y álbumes independientes editados en el Reino Unido. La idea surgió del fundador de Cherry Red, quien sugirió al semanario *Record Business* incorporar un listado de ventas de discos independientes a su publicación. Por aquella época, se definió el circuito independiente como aquel cuyo canal de distribución no estaba emparentado con ninguna de las cuatro compañías discográficas principales: EMI, Sony Music Entertainment, Warner Music Group y Universal Music Group. Antes de la existencia de este chart independiente, revistas como *Sounds* y *New Musical Express* contaban con listados alternativos proporcionados por diferentes tiendas de discos, una disquería de Brighton una semana, una de Newcastle la otra, etc., por lo que la idea de crear un listado de ventas para el circuito de producción y distribución independiente, fue de suma importancia para medir el mercado y conocer a los agentes involucrados en el subcampo.

Tabla 7. Primer listado oficial de sencillos independientes

1 Where's Captain Kirk? - Spizzenergi
2 Daytrip to Bangor - Fiddlers Dram
3 Mind Your Own Business - Delta Five
4 White Mice - Modettes
5 California Uber Alles - Dead Kennedys
6 Transmission - Joy Division
7 EarcomTthree (EP) - Various
8 We Are All Prostitutes - The Pop Group
9 Kamikaze - Boys
10 Silent Command - Caberet Voltaire
11 Taaga (EP) - Dangerous Girls
12 Bill Grundy (EP) - TV Personalities
13 He's Frank - Monochrome Set
14 Sheep Farming in Barnet - Toyah
15 You've Never Heard... - Freshmen
16 I'm in Love with Margaret Thatcher - Not Sensibles
17 Four A-Sides - Scritti Politti
18 You Can Be You - Honey Bane
19 Sid Did It - Nazies Against Facism
20 Peel Sessions - Scritti Politti
21 Reality Asylum - Crass
22 Opening Up - Circles
23 Soldier Soldier- Spizzenergi
24 Popcorn Baby - Essential Logic
25 Confessions - Flowers
26 Kiss The Mirror -Wall
27 UK '79 - Crisis
28 First And Last - Art Attax
29 Addicts 4 Track (EP) - Addicts
30 Gabrielle - The Nips

En 1981, el seguimiento de las ventas y el listado pasó a manos de la empresa MRIB y hacia 1985 fueron varios los medios de prensa dedicados a la música que conformaron sus propios listados del campo de producción independiente. Para muchos grupos, aparecer en el listado de lanzamientos independientes era una suerte de escaparate que permitía mostrar el material a las grandes discográficas a ver si estaban interesadas en ficharlos. Todo esto derivó, hacia 1990, en la compra y fusión de los sellos independientes y sus medios de distribución por parte de las grandes discográficas para atender al nicho específico de mercado. Muchas crearon sus propias divisiones pseudo-independientes como

Hut, subsidiaria de Virgin. Así, la idea de crear un circuito propio para fomentar el trabajo de la industria independiente de la música tras el boom del DIY, el punk y el post punk, pronto terminó convirtiéndose en un subgénero del *mainstream*. Actualmente, el Official UK *Charts* continúa compilando el listado de ventas independientes aunque, a partir de 2009, cambiaron los criterios de selección ajustándose a aquellos sencillos o álbumes editados por discográficas que cuenten con el 50% de autonomía con respecto a las cuatro compañías principales del mercado, para evitar que las *majors* copen el mercado.

PARTE 3. JOY DIVISION Y FACTORY RECORDS: LA PRODUCCIÓN DE ESTILOS

9. FACTORY RECORDS Y LA CREACIÓN DEL SONIDO MANCHESTER

“Algo que me pareció muy interesante de la música pop, viniendo de un ambiente de alta cultura, es que se trata de una forma de arte genuinamente popular (sin clases), mientras que la televisión no lo es. Existe un grupo demográfico definido para los que ven *Coronation Street* pero no existe uno para los fans de los Sex Pistols. Representa el mismo contenido intelectual para un estudiante de Cambridge que para un joven en el paro”

Tony Wilson. Entrevista con Jon Savage⁶⁶

En el capítulo anterior decíamos que el punk tuvo como consecuencia inmediata un nuevo mensaje que redefinió la música popular: *Do it Yourself*. Basada en un sentimiento anárquico hacia el rol del arte popular (posicionamiento político también defendido por Mc Laren y Westwood), la performance de los Sex Pistols fue también una reflexión sobre el pasado del rock: la promesa del rock de los sesenta que pareció frustrarse en los setenta y la revitalización espontánea de la autenticidad. El panorama musical de los años setenta estaba dominado por formatos musicales poco atractivos para la juventud (AOR y country) o monopolizado por grandes artistas que publicaban álbumes monumentales con un período considerable de tiempo entre un lanzamiento y otro. El álbum clásico de rock (heredado de las dos décadas anteriores) se suma a este panorama generando una desaceleración en el ritmo del recambio de artistas y estilos y una reducción de las ventas de discos grabados (la deflación provocada en las ganancias del mercado hace que sólo quienes pueden amortiguar el riesgo sigan compitiendo y liderando).

Las discográficas independientes de finales de la década del setenta surgieron de la voluntad de reconciliar la naturaleza comercial del rock con la autonomía artística de los músicos. Durante los años sesenta y setenta la contracultura reivindicó el funcionamiento de los productores menores porque no estaban sujetos a la burocracia vertical de las grandes corporaciones y porque el artista podía estar en contacto directo con la dirección. Sin embargo, debido a la

⁶⁶ <http://www.jonsavage.com/film/tony-wilson/>

necesidad de generar rentabilidad a corto plazo, los sellos menores anteriores precisaban acelerar el recambio de artistas y estilos para ajustarse a las necesidades del mercado. Por este motivo eran también más rigurosos con sus artistas en relación al producto que necesitaban promocionar. El advenimiento del punk y su política de independencia artística y económica puso fin a esta situación dando nacimiento a un diálogo completamente nuevo entre creatividad y comercio.

La reducción de los costos en el desarrollo de la tecnología de grabación y la posibilidad de encapsular los sonidos en pequeños aparatos, que ocuparían poco espacio y reducirían los tiempos de grabación⁶⁷ revolucionó las posibilidades de experimentación en el campo de la producción musical, dando la posibilidad a los productores menores e independientes de participar del desarrollo de la industria, fuera de las limitaciones exclusivas del mercado. A mediados de los años setenta eran escasos los músicos que podían comprar sintetizadores, pero hacia finales de década, y sobre todo a comienzos de los ochenta, empezó a llegar tecnología importada de Japón (Korg y Roland) y empezaron a comercializarse productos de segunda mano o de industria nacional a precios accesibles. La estética autárquica del hazlo tú mismo fue posible por estas condiciones materiales que hicieron eclosión ideológicamente a partir del punk. El llamado a la participación (a tomar los medios de producción) y a la creación, fue uno de los slogans que motivaron la aparición de micro-sellos discográficos y productoras:

En este esquema, hazlo tú mismo (*do-it-yourself*) no consistía solamente en desencadenar la creatividad personal: independientemente de todo contenido político en el arte, fue un acto político que arrojó un desafío igualitario a la profesionalización de la cultura mediática y la jerarquía del estrellato. La existencia de los medios masivos y el *mainstream* fue lo que le dio al DIY su carga

⁶⁷ Hannett comenta en la entrevista con Savage que para la grabación y producción de Factory trabajó con el *Digital DelayLine* de AMS (Advanced Music Systems), una compañía creada hacia 1976 por Mark Crabtree y Stuart Nevison, dos ingenieros aeronáuticos que se dedicaron posteriormente al diseño de equipamiento profesional de estudio para control y manipulación del sonido. En 1978, año en el que Hannett estuvo grabando con Joy Division, AMS presenta el primer microprocesador digital de 15 bit: DMX 15-80

utópica: estabas “contestando” al monólogo de la monocultura (Reynolds, 2011)

McLaren era admirador del movimiento situacionista⁶⁸ que, siguiendo el legado de Dadá, la Comuna de París y ciertos terroristas literarios como Lautréamont y Artaud, imaginó y exigió la revolución de la vida cotidiana para el individuo alienado y oprimido en su trabajo. Para el situacionismo, la creatividad era el arma que debían empuñar contra la mercancía y la sociedad del espectáculo y su resistencia consistía en la construcción de situaciones (*happenings*, provocaciones) que quebraban la barrera entre el arte y la vida y exigían espontaneidad, improvisación y participación colectiva. Las provocaciones y bromas de McLaren junto a los Sex Pistols fueron precisamente actos diseñados para que las autoridades revelaran el aparato represivo hegemónico. La economía cultural⁶⁹ de McLaren estuvo fundada en la desmitificación del espectáculo y la autogestión, una consigna que aun tiene presencia y sobrevive en el contexto de producción musical actual. Con estos valores en mente, el manager de los Sex Pistols configuró una nueva cultura de la producción en el campo de la música, que condicionó la formación de los sellos discográficos independientes, distribuidoras y disquerías en el Reino Unido: Mute, Factory, Fast, Rough Trade, Two Tone.

Para comprender los procesos que caracterizan a la producción discográfica independiente y, en nuestro caso particularmente, Factory Records necesitamos observar más allá de los roles ocupacionales (fundadores, ingenieros de sonido, diseñadores, productores, distribuidores, músicos, etc.) y analizar también los valores asociados a la producción de la música, las creencias que fundamentan la

⁶⁸ La Internacional Situacionista (IS) era una organización de artistas e intelectuales revolucionarios cuyo principal objetivo era acabar con la sociedad de clases en tanto sistema opresivo, y combatir el sistema ideológico contemporáneo de la civilización occidental: el capitalismo. En *La sociedad del espectáculo* Guy Debord critica la sociedad moderna y la ideología de la comunicación de masas. En su teoría, la vida social ha sido sustituida por la representación de la vida en imágenes convirtiendo a la sociedad en un conjunto de agentes pasivos. Debord afirma: “Si las necesidades sociales de la época donde se desarrollan tales técnicas no pueden ser satisfechas sino por su mediación, si la administración de esta sociedad y todo contacto entre los hombres ya no pueden ejercerse si no es por intermedio de este poder de comunicación instantánea, es porque esta “comunicación” es esencialmente unilateral; de forma que su concentración vuelve a acumular en las manos de la administración del sistema existente los medios que le permiten continuar esta administración determinada” (§ 24).

⁶⁹ Para más detalles sobre este concepto, ver pp. 56 y 57

elección de un modo productivo en lugar de otro y todas las decisiones internas sobre la distribución, la organización de conciertos, la contratación de nuevos grupos, la edición de discos, etc. Dentro del análisis de la producción de Joy Division se incluye el estilo de vida, la cultura vivida dentro de la que se constituye la idea del grupo, su sonido, su estética. En este sentido, la experiencia de la Factory y de Joy Division, como comienzo, no fue sólo la experiencia de un grupo, sino la creación del sonido de una ciudad: Manchester.

A partir de 1979, comienzo de la era Thatcher, Manchester era una ciudad industrial que hacia finales de la década de 1970 sufrió de pobreza y elevados índices de desempleo por el cierre de las fábricas y de las minas de carbón. Manchester, que había sido la sede de la Revolución Industrial un siglo atrás, ahora era devuelta a la modernidad a partir de la cultura popular. Factory Records fue un reflejo de esta creciente tendencia, a partir de la distribución de circuitos y escenarios adonde pudiera gestarse una subcultura, anclada en imágenes futuristas y elementos sonoros que fueron el sonido ambiental de la ciudad. En 1978, año de fundación de Factory Records, nadie pudo prever que tres décadas más tarde serían objeto de un culto local y una parte importante de la historia del rock inglés, junto al grupo que los representó como sello, Joy Division.

Para mí, personalmente, se trata de un experimento en el campo del arte. Lo relaciono con hacer teoría del arte. Para Rob Gretton, se trata de dar oportunidades a la gente. Para Alan Erasmus, representa una salida al aburrimiento. Todos tenemos nuestros motivos. Tony Wilson (Nice, 2010)

Como lugar, como paisaje, como escena musical, la historia de Manchester se desarrolla en los años que van desde el concierto de los Pistols en el Lesser Free Trade Hall (1976), pasando por la edición de Spiral Scratch, Joy Division, los Smiths, los Stone Roses y llega hasta los noventa con Oasis. El periodista Paul Morley comenta que su interés por la música comenzó cuando vio actuar por primera vez a los Sex Pistols pero que, antes de eso, los únicos shows que se presentaban en la ciudad eran los de Led Zeppelin, Deep Purple o Wishbone Ash, grupos basados en el virtuosismo y la ornamentación instrumental. Para el público

juvenil, esta estética representaba una distancia importante con respecto a su vida cotidiana y la relación con la música. En términos de identidades culturales que se construyen entre los consumidores y los productos de la cultura, con la llegada del punk

podías sentir que eras parte de todo eso y que en poco tiempo podías tener tu banda y tocar tus canciones porque se veían posibilidades en el horizonte, podías tocar para nadie y a los seis meses juntar mil personas. Así nacieron los Negatives, con la idea de que cualquiera podía tocar en una banda sin necesidad de tocar bien. (Cummins, 2009)

Como subcultura, el punk fomentó la integración del individuo en una comunidad social que “recicló” el consumo para producir. En este sentido, podemos hablar de un consumo activo y significativo, por medio del cual no existe solo una relación de identificación con el producto, sino también de co-creación o coparticipación en el proceso productivo.

Rabid Records fue la primera fábrica de rock local, formada por Tosh Ryan, Rob Gretton, por aquel entonces manager de Slaughter and the Dogs, y Martin Hannet como productor. El concepto de este sello era producir música local y con gente de la ciudad, un antecedente directo de la Factory Records, aunque la primera duró menos y tuvo mucha menos repercusión. A partir de 1977, el paisaje de Manchester cambió, se abrieron nuevas puertas, se montaron escenarios y se construyó una escena local en torno a estos pubs, clubes y salas de concierto que no demoraron en llenarse de bandas, música y público. El año de la muerte de Marc Bolan y Elvis Presley, del jubileo de la Reina y de la revolución punk, es también el origen del rock mancuniano, el germen de lo que años más tarde será la Haçienda y el Madchester, epicentro de la moda británica a mediados de los ochenta.



12 Fanzine Punk de Manchester: Shy Talk

9.1 Los Sex Pistols en el Manchester's Lesser Free Trade Hall

En 1976, si eras un adolescente y vivías en los alrededores de Manchester, una ciudad aun cubierta del polvo de la Guerra, de calles oscuras y una economía de libras, chelines y peniques, y a) leías la *NME*; b) querías escribir para *NME*, o simplemente enviar cartas cada semana, firmadas como Steven o Morrissey; c) te iban los Stooges, la Velvet, Patti Smith y Richard Hell; d) eras pobre pero tenías algo de dinero en el bolsillo; o e) te aburría el *Dark Side of The Moon*, que no parecía tan divertido como el lado oscuro de la luna, entonces no te quedaba otra que ir a ver a los Sex Pistols en el Lesser Free Trade Hall.

(Morley, 2006)

Fue en 1976 cuando Howard Trafford (alias Howard Devoto) y Peter McNeish (alias Peter Shelley), que estudiaban humanidades e informática, respectivamente y eran seguidores de los Stooges, la Velvet Underground, David Bowie, Brian Eno y Kraftwerk, decidieron formar su propia banda, los Buzzcocks. Tras asistir a dos conciertos de los Sex Pistols en Londres, los mancunianos contactaron con McLaren y éste les pidió si podían arreglar un concierto de los Pistols en Manchester. La fecha fue pautada para el 4 de junio de 1976 en el Lesser Free Trade Hall presentando a los Buzzcocks como grupo

telonero, aunque a falta de bajo y batería, la banda no pudo tocar y fueron reemplazados por otro grupo denominado Solstice.

Como parte de la estrategia de promoción del concierto, Devoto envió una cinta demo de los Sex Pistols a Tony Wilson, periodista de Granada Television, que asistió al concierto entre un público de unas cuarenta personas. De esta mítica presentación de los Sex Pistols en Manchester, salieron diferentes propuestas musicales encabezadas por asistentes al concierto como Mark E. Smith (The Fall), Bernard Sumner y Peter Hook (Joy Division) y Steven Morris (The Smiths). Otras figuras presentes fueron Steve Diggle, futuro bajista de los Buzzcocks, Paul Morley, periodista y editor de fanzines, el fotógrafo Kevin Cummins, Eddie Garrity (conocido como Ed Banger) y Alan Hempsall, fundador del grupo Crispy Ambulance.

La grabación de aquella tarde del 4 de junio de 1976 confirma que los Sex Pistols tocaron un repertorio que incluía tanto canciones propias (“Pretty Vacant”, “Problems”, “Seventeen”, “Did You No Wrong”) como versiones de canciones de finales de los 60, de los Monkees (“Sleeping Stone”), de los Stooges (“No Fun”), de los Who (“Substitute”) y de los Small Faces (“Watcha Gonna Do ‘bout It”). La inclusión de dichos temas puede interpretarse como una actualización del material producido en otra etapa del rock (una ingenua o inocente, según la asociación romántica que hace Inglis) reconsiderando la importancia de aquellas letras y melodías para el contexto actual. Una revisita y a la vez una subversión de los parámetros comerciales y estéticos de aquel entonces.

Tony Wilson comentó sobre esta revisita al pasado:

Cuando los Pistols mataron violentamente los clásicos del pasado para luego resucitarlos, la claridad surgió de la destrucción. Solo al oír lo antiguo pudo revelarse lo nuevo. Un pasado obliteratedo y el No Futuro (Savage: 10)

En esta comparación con el pasado, el concierto de los Pistols en el Lesser Free Trade Hall puede relacionarse con la presentación de Bob Dylan en el Free Trade Hall (recinto principal) en el año 1966. Inmerso en un cambio musical entre su primera etapa folk y la conversión hacia un sonido eléctrico, Dylan obtuvo el

respaldo del público durante el set acústico y críticas y abucheos durante el segundo set. El paso de Dylan a la música eléctrica, y su aparente desconexión con la tradicional música folk, continuó generando controversia, hasta el punto de ser calificado por el público británico como “un vendido”. En la grabación del concierto, recogida en el álbum *The Bootleg Series Vol. 4: Bob Dylan Live 1966*, “The Royal Albert Hall” se escucha la voz de un seguidor que le gritó “¡Judas!” al comienzo de “Like a Rolling Stone”. Tras el grito, Dylan respondió: “No te creo, eres un mentiroso”, y dirigiéndose a la banda gritó “Tocad jodidamente alto”. El concierto de Dylan y la presentación de los Sex Pistols son semejantes entre sí en cuanto al grado de controversia generada. El relato de este histórico concierto de Bob Dylan el 17 de mayo de 1966 puede leerse en detalle en un libro escrito por un historiador mancuniano, C.P.Lee, quien curiosamente también asistió al concierto de los Pistols en el Lesser Free Trade Hall y que además era miembro de la banda local Alberto y Los Tríos Paranoias. Por aquel entonces este grupo era el único representante de la música local en un mercado despoblado.

Paul Morley dice que cualquier persona interesada en hacer música en Manchester a mediados de 1970 buscaba sonar como las bandas de Londres o de Los Angeles. Los grupos iban a tocar a Manchester, pero ninguna propuesta salía de la ciudad y, en casos como el de los Bee Gees, los Hollies o 10cc no tenían la intención de representar un sonido local, no cantaban con acento del norte, no hablaban de la vida en la ciudad y solo pudieron hacerse famosos fuera de Manchester. Por otra parte, la mejor sala de conciertos de la ciudad era el Free Trade Hall, la oferta no era mucho mayor. Recién a finales de 1976, la controvertida gira de los Pistols los trajo a Manchester dos veces porque era uno de los pocos lugares que les permitía tocar.

A pesar del escaso número de asistentes, los Pistols fueron invitados una vez más al Lesser Free Trade Hall seis semanas más tarde. En esta ocasión, Tony Wilson convenció a la producción de Granada TV para gestionar una presentación en directo del grupo en su programa musical *So It Goes*. A pesar de su creciente notoriedad mediática, los Pistols tenían mala acogida por parte de la prensa televisiva, debido a su escandalosa performance. No obstante, Granada concedió una aparición en escena a finales de Agosto de 1976. Unos días antes, los Pistols

volvieron a presentarse en el escenario del Lesser Free Trade Hall junto con los Buzzcocks y Slaughter and the Dogs.

Como resultado del creciente fenómeno punk, el Electric Circus de Manchester comenzó a organizar conciertos de rock con regularidad, apoyando la participación de grupos locales como los Slugs, los Worst, V2, los Panik, los Negatives, John The Postman, Distractions y Warsaw (futuros Joy Division). Sin embargo, hacia comienzos del mes de octubre de 1976, el local tuvo que cerrar por exceder la capacidad de asistentes. El club cerró con un festival de protesta que fue grabado por Virgin Records en un intento de reclutar bandas punk para su catálogo. Esas grabaciones fueron compiladas en un disco lanzado en 1978 con el título *Short Circuit*, y que cuenta con algunos temas de Joy Division aun conocidos como Warsaw.

9.2 *So It Goes*: Tony Wilson en Granada

Anthony Howard Wilson nació el 20 de febrero de 1950 en el seno de una familia católica de clase media oriunda de Salford. Su formación comenzó en la escuela local De la Salle y continuó en el Jesus College de Cambridge, donde estudió periodismo y literatura. Trabajó como guionista y reportero de noticias en el ITN de Londres y regresó a Manchester en 1973 para unirse al equipo de Granada como periodista y presentador televisivo. En 1976 Wilson puso al aire su propio programa sobre música y arte denominado *So It Goes* y, aunque declaraba no conocer la música pop inglesa en profundidad y desconocer el trabajo de los Ramones, los New York Dolls o Iggy Pop, su interés por los Sex Pistols (a partir de la cinta enviada por Howard Devoto) lo situó en la escena local. Su análisis de la música consistía en una transposición de las herramientas teóricas del análisis literario (de sus años de formación en Cambridge) a la escucha musical. Por otra parte, las ideas de la Internacional Situacionista pueden haber determinado la lectura cultural que acuñó Wilson sobre el movimiento punk:

La sociedad que reposa sobre la industria moderna no es fortuita o superficialmente espectacular, sino fundamentalmente espectaculista.

En el espectáculo, imagen de la economía reinante, el fin no existe, el

desarrollo lo es todo. El espectáculo no quiere llegar a nada más que a sí mismo. (Debord, 1967)

La única alternativa al espectáculo consiste en el espectáculo de lo alternativo. Discutir. Factory Newsletter #1

El punk habría sido influenciado por estas teorías que criticaban la pasividad del entretenimiento acuñando la consigna Házlo tú mismo, en respuesta al reconocido programa televisivo *Old Grey Whistle Test*⁷⁰ Tony Wilson propuso, con *So It Goes*, reflejar la escena independiente de la música mancuniana, sobre todo de los comienzos del punk y del post-punk. El show estaba formado por dos series de alrededor de diez capítulos cada una. La primera fue emitida durante el año 1976 y la segunda en 1977, terminando con la aparición en directo de Iggy Pop, un tanto inapropiada para el criterio de los productores, que puso punto final a la relación de Wilson con Granada.

En *So It Goes*, Wilson convocó a los Pistols en la que sería su primera aparición con “Anarchy in the UK”. El eclecticismo de los contenidos del episodio ayuda a comprender la complejidad del panorama del rock británico en aquellos años. La edición del programa fue emitida el 28 de agosto de 1976 y comenzaba con una aparición en vivo de Gentlemen, una banda sin contrato discográfico, que presentó el tema “My Ego’s Killing Me”. La estética del conjunto mostraba a unos muchachos vestidos al estilo setenta, con trajes acampanados, monos y melenas a la altura de los hombros, ejecutando un estilo musical emparentado con el rock progresivo y el glam rock. Es decir, era un grupo más dentro de lo que estaba sonando, sin ningún asomo de diferencia dentro de los convencionalismos musicales del período. La segunda actuación fue la del grupo de jazz-gipsy swing Bowles Brothers con la canción (melodía tradicional) “Charly’s Nuts”. Esta emisión del programa de Tony Wilson, dedicó también una parte a comentar los últimos lanzamientos discográficos (todos americanos) y las negativas críticas del último disco de los Stones (*Black and Blue*) y el último LP

⁷⁰ OGWT era uno de los programas principales de la cadena BBC2 en la década de los 70s. El nombre mismo del programa hacía alusión al costado “comercial” de la música y provenía de una expresión utilizada por los productores de Tin Pan Alley para evaluar si una canción sería o no un éxito comercial, o *bubblegum*.

de los Wings (*Wings At The Speed Of Sound*): “Bland on Bland” y “5 dead in air disaster”.

Anunciando, de alguna manera, la muerte del rock, Wilson continuó con la presentación de los Sex Pistols, tocando “Anarchy in the UK”: la consigna del futuro era ahora declarar lo que todos ya sabían: el final del rock en sus condiciones actuales, el rechazo hacia la sociedad del espectáculo y el no futuro aniquilador. “Hacia finales de 1975 nada, absolutamente nada, estaba ocurriendo”, declaraba Wilson:

Estábamos en el periodo muerto del final de una cultura. Por un lado, veías que tus héroes de los sesenta engordaban, languidecían y perdían sentido. ¿Cuántos discos de Van Morrison compramos hasta que nos dimos cuenta de que teníamos que dejarlo atrás? Y los nuevos grupos eran unos presumidos. La gente se olvida de lo malo que era todo. Dos palabras: Rick Wakeman. (Nice, 2010: 7)

La introducción del punk a la institución televisiva hacia finales de la década del setenta, momento en el cual el rock sinfónico/ progresivo era moneda común, fue un evento que pudo ser decodificado como revolucionario y transgresor. El punk impuso su propia lógica comercial a partir de la contestación y la autarquía. La producción se independizó de los principales sellos discográficos (RCA, EMI, Warner) consiguiendo, principalmente, la autonomía del mensaje y de su divulgación a partir de canales también alternativos (como el programa de Tony Wilson). Paradójicamente, al atravesar las barreras de la sociedad del espectáculo, el punk provocó a su vez, como mencionábamos en el capítulo anterior, la espectacularización de su propia autonomía.

Al finalizar su relación laboral con Granada TV, Tony Wilson decidió crear su propia empresa de management de artistas locales. Para tal fin, contó con la ayuda de Alan Erasmus, un actor ocasional de la ciudad. La propuesta se denominó El Movimiento del 24 de enero (M24J) con motivo de la fecha de gestación y en consonancia con el nombre del Movimiento Situacionista 22 de Marzo. El primer trabajo consistió en representar al grupo The Durutti Column⁷¹

⁷¹ Nombre inspirado en la figura de Buenaventura Durruti en la Guerra Civil Española y en una

dentro de la incipiente escena independiente de Manchester, conformada por la tienda Virgin de Lever Street y la llegada de las distribuidoras Rough Trade y Fast Product. El segundo grupo experimental de Wilson y Erasmus fue A Certain Ratio, nombre que tomaron del título de una canción de Brian Eno.

Gracias al éxito nacional, los integrantes del grupo mancuniano 10cc, montaron un estudio de grabación propio en la zona de Stockport (“nuevas instalaciones a la vuelta de la esquina”, en palabras de Tony Wilson) que fue de suma utilidad para Factory Records. Así pudieron grabar a las bandas en la ciudad ahorrando en costos de transporte y disponiendo de buenos equipos tecnológicos y un productor a cargo. El Strawberry Studios, nombrado así en honor a la canción de los Beatles “Strawberry Fields Forever”, abrió sus puertas en 1968 y permaneció en actividad hasta comienzos de 1990. Además de los grupos de Factory Records, por este estudio pasaron Neil Sedaka, James Harvest, los Smiths, los Stone Roses y Paul McCartney.

9.3 La invención de Joy Division

Sin estos conciertos, Sumner, Hook, Curtis y Steve Morris no hubieran formado Joy Division, no hubieran existido New Order ni la Hacienda, y se habría desarrollado un terreno musical mancuniano y angloamericano completamente diferente.

(Inglis, 2010: 104)

Los Warsaw grabaron su primer EP de cuatro temas en los estudios Pennine ubicados en Oldham. La producción ascendía a 1.000 copias de 7 pulgadas, con un coste de 400 libras esterlinas invertidos por Ian y Deborah Curtis, que solicitaron un préstamo bancario en concepto de mobiliario para la casa. Aunque *An Ideal for Living* se presentara como una promesa y una novedad en el terreno musical, las carencias del equipamiento de estudio y la mala compresión del vinilo frustraron su difusión. Poco tiempo antes de la grabación del EP, Warsaw se cambió el nombre a Joy Division, por un grupo londinense llamado Warsaw Pakt. El cambio de nombre representó también un problema mayor para dar a conocer el nuevo material ya que en los conciertos eran

tira cómica de los sesenta del Movimiento Situacionista.

conocidos como Warsaw. No fue hasta el año 1978 cuando se presentaron por primera vez como Joy Division, el mismo año que salió el single debut de Magazine (banda del ex Buzzcocks, Howard Devoto) y que Johnny Rotten se fue de los Sex Pistols para dedicarse a PIL. Estos acontecimientos señalan 1978 como el año de inicio del post-punk⁷².

Derek Brandwood, representante de RCA en Manchester, recibió una oferta de John Anderson⁷³, a través del DJ Richard Searling sobre la búsqueda de un nuevo grupo inglés para insertar en el mercado de la New Wave americana a través de RCA, partiendo de una versión de “Keep On Keepin’ On” de Richard Flowers (más conocido a través de N. F. Porter). RCA había publicado a Iggy Pop, Lou Reed y David Bowie y ofrecía un capital inicial de 1500 libras y completa disponibilidad en el mejor estudio de grabación de Manchester (Arrow Studios) al grupo que mejor se adaptara a la propuesta y que aceptara las condiciones. Brandwood había escuchado *An Ideal for Living* (Ian Curtis le había facilitado una copia) y creía que Joy Division era una buena opción.

No obstante, en el tercer show del mes de abril en el club Rafters, donde Rob Gretton trabajaba como DJ, los sellos londinenses Stiff y Chiswick habían organizado una batalla de bandas, una especie de competencia de talentos locales. Cuando Gretton escuchó a Joy Division pensó inmediatamente que podría ser su nuevo manager, reformular la imagen del grupo y hacerlos tocar. Gretton intentó disuadirlos para que dejaran RCA y se unieran a él y a Toni Wilson en Factory Records⁷⁴, uno de los primeros en incursionar en este nuevo panorama de la industria musical independiente en Manchester. Mientras tanto, Joy Division ya había comenzado a trabajar con RCA siguiendo las directivas de Searling como productor. Gretton, que ya era manager del grupo, envió una serie de demandas a RCA por ilegalidades en el contrato firmado con Joy Division. Sumados a estos

⁷² Un día después de la formación del Movimiento del 24 de enero, el grupo dio su primer show como Joy Division en el club Pips de Manchester.

⁷³ Bernie Binnick, responsable de la promoción de los discos de los Beatles en Estados Unidos había fundado junto a John Anderson una discográfica que trabajaba para RCA.

⁷⁴ La noche que Tony Wilson escuchó por primera vez a Joy Division en vivo, conoció a Rob Gretton (entonces manager de la banda) en una escena que se reproduce en el film *24 Hour Party People*. En una entrevista con Jon Savage Wilson comenta que “all these bands played all night, and at the very end they get onstage and after about twenty seconds I just thought, this is it. Everybody else has one thing in common: they aren’t like this”. Entrevista con Jon Savage: <http://www.jonsavage.com/film/tony-wilson/>

problemas contractuales, los desacuerdos con los criterios del productor y la falta de experiencia y práctica de Joy Division pusieron fin al acuerdo de colaboración hacia finales de 1978, aunque tuvieron que devolver la inversión inicial a Searling, Anderson y Bradwood⁷⁵.

Invirtiendo la herencia de 12.000 libras obtenida tras el fallecimiento de su madre, Tony Wilson decidió montar Factory Records e incorporar a una serie de grupos para que grabaran el *Factory Sample*, entre otras perspectivas de negocio. Tony Wilson comenta:

Alan y yo pensamos que lo mejor era fichar a Durutti Column y tratar de conseguir que éstos junto a Orchestral Manouevres in the Dark firmaran un contrato discográfico con Virgin. Asimismo, hice dos o tres viajes a Londres con Rob Gretton para hablar con Andrew Lauder, encargado de fichar a Joy Division por Warner Radar Genetic. Pero una noche en el Band On The Wall de Manchester, Rob me dice: “¿Por qué no grabamos nosotros el primer disco de Joy Division y luego los llevamos a Warner?” Y yo le dije, “¿Estás seguro? ¿Cuánto nos costará?”. (Entrevista de Tony Wilson con Q Magazine)

El nombre de Factory Records surgió como homenaje a la factoría de Andy Warhol, siendo Durutti Column una suerte de Velvet Underground. No obstante, Wilson siempre negó la relación sosteniendo que tanto el nombre del club y del sello como la iconografía provenían de un cartel en la calle que hacía mención a una fábrica clausurada. Erasmus habría visto la señal y habría propuesto “abrir la fábrica” como respuesta. El club Factory funcionó durante 4 viernes en los meses de mayo y junio. La última noche cerró con un concierto de Joy Division al que asistió el periodista Paul Morley que escribió que “no había mucha más gente en el público que en el escenario, pero en mi memoria ese fue el momento en el que Joy Division comenzó a sonar como el Joy Division que conocemos”. (Morley, 2007: 38)

⁷⁵ De estas sesiones queda el registro de los tres mejores temas publicados en el *box set* de 1997 *Heart and Soul*.



13 Reproducción aniversario de la cubierta de *NME* con Ian Curtis (foto Kevin Cummins)

Joy Divison participó del primer disco compilado de la Factory, *A Factory Sample* (Fac 2, 1978) junto a otros grupos del sello como The Durutti Column, John Dowie y Cabaret Voltaire. Para la ocasión, colaboraron con dos temas, “Digital” y “Glass”, ambos grabados en el estudio Rochdale, propiedad de John Brierley, en una jornada completa de trabajo. El productor de *A Factory Sample* fue Martin Zero (Martin Hannet) quien utilizó nueva tecnología a su alcance, la AMS digital delay, una unidad de efectos de sonido que marcaría luego el sonido de los futuros discos de Joy Division. Martin Hannet comentaba sobre el grupo:

Había mucho espacio en su sonido. Eran diferentes del punk. No me hubiesen gustado si los hubiera escuchado en el período de Warsaw. Steve Morris sonaba bien. Ian Curtis era gestáltico, Eran un regalo para un productor porque no tenían muchos conocimientos, no discutían.

Una semana después de esta primera grabación, la Factory reeditó *An Ideal for Living* con una nueva imagen de portada para borrar la imaginería militar nazi y potenciar el sonido post-industrial del disco.

La división del trabajo en la Factory era simple. Wilson aportaba el capital y seleccionaba los grupos, mientras que Erasmus se ocupaba de la organización general desde la oficina comercial ubicada en su propia casa. Peter Saville era el encargado del diseño gráfico, elaborando una iconografía propia para la Factory, en línea con su primer trabajo para las Factory Nights (Fac 1) con la imagen industrial y el lema *use hearing protection* (utilizar protección para los oídos). “La iconografía de la Factory siguió la línea del afiche promocional Fac 1”, comenta Saville. Fueron los mismos miembros de la Factory y los grupos musicales los que montaron las 5.000 copias en cuatro meses de trabajo.

En un punto el Fac 1 se convirtió en la identidad de la Factory, y me pareció apropiado seguir con el mismo tema para la portada del primer disco. Intenté transmitir un estado de ánimo más que reflejar un concepto musical, dar sentido a un movimiento. No había escuchado ningún tema del disco cuando hice la portada, pero el que más me gustó fue Digital de joy Division. La tapa del disco seguía la estética *do-it-yourself*. Podías imprimirla en cualquier parte, guardarla en el sobre de polietileno y cerrarlo con facilidad.
(Inglis, 2010)

El periodista Jon Savage era también parte del circuito de producción de la Factory y junto con Paul Morley ayudaron a promocionar el lanzamiento del disco en uno de los principales medios de la prensa musical, *New Musical Express*. En su reseña del álbum se lee:

Incorporando la diversidad de Rough Trade a la estrategia de marketing de New Hormones, Factory Records es el resultado de la co-dirección de Alan Erasmus y Peter Saville, junto al entusiasta Tony de *So It Goes*. Editarán un atractivo doble EP que compila el trabajo de los artistas que actuaron en el club en los últimos meses.

El lanzamiento está previsto para diciembre a un precio irresistible de 1 libra y 50 peniques.

Factory acompañó el lanzamiento del *Sample* con una serie de conciertos en Manchester y en Liverpool, presentando a Joy Division y a John Dowie en el Factory club y a Cabaret Voltaire en el Eric's de Liverpool. Joy Division comenzó a construir una carrera nacional gracias también al apoyo del DJ John Peel⁷⁶ que los convocó para una histórica sesión radial en la BBC. Este último comentaba: “Las mejores y las más interesantes bandas vienen de Manchester [...] con los grupos mancunianos uno sentía que algo nuevo estaba gestándose, algo que siempre me pareció muy valioso”. Por su parte, *New Musical Express* convocó a Ian Curtis para su portada del 13 de enero de 1979, con un completo artículo de Morley sobre el “Nuevo sonido Manchester”, representado por Joy Division, Spherical Objects y The Passage. Con esta etiqueta la prensa musical mancuniana presentó la música de los grupos de la ciudad dentro del contexto de la prensa nacional (centralizada en Londres). Este “nuevo sonido Manchester” es una marca de identidad y distinción que los intermediarios culturales (managers, diseñadores, periodistas/ comunicadores) utilizaron para representar culturalmente la producción musical local.

Al poco tiempo de la edición de *A Factory Sample*, el Factory club organizó una serie de conciertos en Manchester y Liverpool para promocionar a los grupos que participaron del disco. Ese mismo año, la M24J de Wilson y Erasmus convocó a otros grupos como los Adverts, los Distractions, los Damned, los Human League, los Undertones y Magazine para ofrecer más conciertos. Como parte de esta estrategia de difusión, Wilson y Erasmus consiguieron una actuación de Joy Division en Londres, cuando Ian Curtis experimentó los primeros síntomas de la epilepsia.

Unknown Pleasures

El primer disco editado por Factory Records fue *Unknown Pleasures*

⁷⁶ El programa radial de John Peel era la plataforma principal (fuera de la prensa musical escrita) para la promoción de la música post-punk. El show era emitido por Radio 1, todas las noches de las 22 a las 24 hs, después del deportivo o un programa sobre la banda militar. Al igual que Top of the Pops, el show de Peel hablaba de la actualidad musical e incluía sesiones grabadas especialmente para el programa de grupos novedosos.

(FACT 10, 1979) de Joy Division, grabado en el studio Strawberry en un plazo de cinco días. El costo de producción fue de unas 10.000 libras, más 8.500 libras más de costo de manufactura. Los catorce temas registrados fueron producidos por Martin Hannett, que buscó lograr un sonido con resonancias góticas, definiendo su propia firma como productor a partir de una mezcla de cierto ritmo bailable con el sonido sintético de la música electrónica. En definitiva, Hannett fue el responsable del sonido Joy Division, influenciado por el alemán Conny Plank, productor de los álbumes de Kraftwerk y Neu! y principal inspiración en la producción de la trilogía berlinesa de David Bowie, a su vez una de las principales matrices del sonido de Hannet.

Hannett había trabajado previamente en la producción del sencillo *Spiral Scratch* de los Buzzcocks y ahora era el productor general del nuevo grupo de Factory Records, tanto en la producción de estudio de los dos álbumes, *Unknown Pleasures* (1979) y *Closer* (1980), como de los directos. Técnicamente, Hannett potenció el sonido del redoblante de la batería a través de un efecto de *delay* (eco y reverberancias), utilizando la tecnología electrónica para reproducir un ambiente imaginario para el oído e intentando reproducir la espacialidad y la acústica que la banda tenía en los directos. A través del intento de reproducción (fidelidad) del vivo y de la experimentación con la materialidad del sonido, Hannett consiguió diseñar una marca propia para Factory y Joy Division.

El periodista de *New Musical Express*, Max Bell, escribió que este disco de Joy Division mostraba “una atmósfera claustrofóbica en cuanto al significado pero accesible en cuanto a las estructuras y dinámicas”. En su reseña comparó el trabajo de Joy Division con la música experimental del Krautrock alemán y destacó la importancia de la experiencia personal en la lirica de Ian Curtis. En su crítica para *Melody Maker*, Jon Savage describió *Unknown Pleasures* como la representación de una ciudad y uno de los mejores discos del año en el panorama del rock inglés.

Rough Trade se ocupó de la distribución del primer LP de Joy Division en Estados Unidos, a través de su oficina en San Francisco. De esta manera, la Factory consiguió que el album fuera reseñado por algunos punkzines locales como Slash, New York Rocker e Interzone. No obstante, a pesar de la promoción

impartida, *Unknown Pleasures* no alcanzó un volumen de ventas considerable (el 50% de las 10.000 copias editadas), quizás por las reducidas dimensiones del nicho de mercado al que apuntaba Rough Trade. “Había apenas cincuenta tiendas de discos en Inglaterra”, comentaba Wilson, “por lo que la relación con el cliente se basaba fundamentalmente en un trato personal y muchas de estas tiendas eran subsidiarias de otras”.

Afortunadamente, un leve crecimiento en el mercado a lo largo de 1979 permitió que el disco debut de Joy Division consiguiera el puesto número tres en el ranking de *New Musical Express*, detrás de *Fear of Music* de los Talking Heads, y de *Metal Box* de Public Image Limited (69-70). La publicación mensual contaba además con un top ten denominado *Major Minors* (referente a los sellos más importantes de la escena independiente), dentro del cual Factory Records consiguió hacerse un lugar. Wilson decía:

Queríamos ser los mejores y vender discos, pero tal y como estamos nos resulta un poco complicado hacerlo, por lo que nos conviene dialogar con las discográficas más grandes que son las que cuentan con una estructura, alcance y comunicación. Pero nunca otorgaríamos una licencia a estos sellos porque eso supondría renunciar al control de nuestro trabajo. Podríamos generar convenios de distribución, es decir, utilizarlos para alcanzar nuestros objetivos.

Closer

Closer (FACT 25, 1980) es el segundo disco de estudio de Joy Division. El proceso de grabación tuvo lugar durante el mes de marzo de 1980 y fue producido, al igual que su predecesor, por Martin Hannett. “*Unknown Pleasures* fue divertido”, decía Hannet:

Closer fue un poco depresivo en un clima social extraño. La grabación duró trece días y trece noches, fue un proceso agotador. Ian no estaba tomando su medicación porque pensaba que lo adormecía. A pesar de todo, el disco tiene una buena atmósfera. El

contenido tiene más cohesión, está más ajustado y es más poderoso.

El sonido es único.

Hannet trabajó en el proyecto experimentando con la tecnología a su alcance para recrear imágenes sonoras del vacío como *leitmotiv*. En canciones como “Heart and Soul” y “Means To an End” se escucha una continuidad en el sonido con respecto a *Unknown Pleasures*, incorporando cada vez más los sintetizadores en temas como “Isolation”, “Decades” y “The Eternal”. La mayoría de las canciones reflejan una atmósfera oscura, casi fúnebre, resaltada a través de la gráfica de portada, a cargo de Peter Saville. El disco fue publicado por Factory en julio de 1980, poco tiempo después del suicidio de Ian Curtis, un acontecimiento que marcó en cierta medida la imagen y popularidad del álbum, alcanzando el puesto número 6 en el UK Albums Chart.

Tras el lanzamiento del disco, el periodista de *Sounds*, Dave McCullough, definió el material como “oscuros trazos de rock gótico”, una referencia importante para la evolución de un estilo dentro del post-punk como el dark, gótico o, en futuras versiones, el indie emo. Por su parte, el periodista Alastair Mcailay de *Smash Hits* describió el álbum como “un ejercicio de controlada pasión oscura que funciona como epitafio de la banda”⁷⁷.

New Order y la Hacienda

El final de Joy Division dio lugar a una nueva formación y a una nueva propuesta musical. New Order se formó a partir de los tres miembros restantes (Sumner, Hook y Morris) con la inclusión de Gillian Gilbert, novia de Steven Morris. El álbum debut de New Order fue *Movement* (FACT 50), editado en noviembre de 1981, aun muy similar en cuanto a la estética del sonido y del grupo a lo que había sido Joy Division. El disco fue producido también por Martin Hannett con el mismo pulso electrónico y un sonido melancólico y nervioso como el de *Unknown Pleasures* y *Closer* (precisamente “Ceremony”, lado B de “Doubts

⁷⁷ La fotografía de portada muestra la tumba de la familia Appiani en el Cementerio Monumental de Staglieno (Italia). Tras la muerte de Curtis, la imagen adquirió un sentido completamente diferente al que Saville (y el fotógrafo Bernard Pierre Wolff) le habrían dado. Ver más detalles en el apartado 11.2.

Even Here” fue compuesta originalmente por Joy Division). No obstante, con *Power, Corruption and Lies* (FACT 75) New Order consiguió subirse al tren del pop de sintetizadores. “Blue Monday”, sencillo lanzado en 1983, se convirtió en record de ventas de singles editados por una compañía independiente, alcanzando el puesto número 1 en las listas indie y el número 9 en las generales dentro del Reino Unido. Hacia el año 1983, la canción sonaba en las pistas de baile de los principales circuitos de la música dance, conquistando también el mercado americano.

En respuesta al éxito del grupo mancuniano en la escena dance del mundo, Wilson, Erasmus y Gretton pensaron en crear su propio club en Manchester, para posicionar a la ciudad dentro de la escena global. Inspirado en un ensayo del teórico francés Ivan Chtcheglov denominado “Formulario para un nuevo urbanismo” (1953), Wilson decidió llamar al club Haçienda:

Nos aburrimos en la ciudad, ya no hay ningún templo del sol [...] sin música y sin geografía, sin ir ya a la hacienda donde las raíces piensan en el niño y el vino se acaba en fábulas de almanaque. Ahora se acabó. Nunca verás la hacienda. No existe. Hay que construir la hacienda⁷⁸.

Este ensayo es lo que vincula, a través de las ideas del situacionismo que inspiró a Tony Wilson a desarrollar Factory Records, el primer concierto de los Sex Pistols en junio de 1976 y la apertura de la Haçienda en mayo de 1982. Utilizando las ganancias de las ventas de discos de New Order, Factory intentó devolver a la ciudad la energía y la escena que el punk y el DIY habían permitido forjar en un primer momento. La Haçienda fue el catalizador del espíritu musical distintivo de la ciudad y creadora de la escena Madchester, centro del Acid House y una de las discotecas bailables más importante fuera de Estados Unidos. Por su escenario pasaron grupos como los Stone Roses, los Happy Mondays, Inspiral Carpets, 808 State, The Charlatans y Primal Scream.

⁷⁸ La Internacional Letrista adoptó en octubre de 1953 este informe de Gilles Ivain (pseudónimo de Ivan Chtcheglov) sobre el urbanismo que más tarde sería publicado en el N° de *Internationale Situationiste*. Traducción extraída de *Internacional situacionista, vol. 1: La realización del arte*, Madrid, Literatura Gris, 1999.

10. SEMIÓTICA DE LA MÚSICA: UN ANÁLISIS DE LA ESTÉTICA JOY DIVISION

El análisis de la estética Joy Division requiere la concurrencia de una hermenéutica del texto, de una semiótica de la forma visual y de la inmersión en una experiencia sonora. Nuestra intención, en este capítulo, es aplicar las herramientas y modelos teóricos del análisis semiótico al conjunto de signos que representan y conforman la identidad de Joy Division: el nombre de la banda, la gráfica de los discos, las letras de las canciones e, incluso, el suicidio de Ian Curtis como corolario de la trayectoria artística del grupo.

Necesitamos pensar en este proceso de construcción de significados más allá de su significación literal, a través de las metáforas y asociaciones semánticas que se generan entre los elementos analizados y su contexto de producción cultural. Por ejemplo, significados vinculados a la mitología del rock (el suicidio como signo), el punk y su relación con los símbolos del nazismo, la sonorización del paisaje urbano como decadencia industrial, etc. Todos estos elementos se articulan constituyendo mapas de significados o formaciones discursivas que determinan el significado cultural de Joy Division. Son los productores y los consumidores los que a través de estas imágenes, palabras y sonidos, crean conceptos y significados para describir y representar culturalmente su obra.

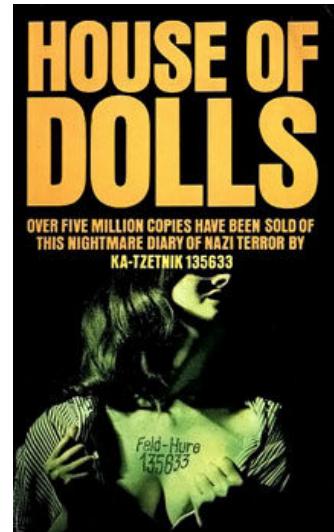
10.1 Joy Division: dar un nombre a la provocación

El 2 de octubre de 1977 los Warsaw⁷⁹ grabaron “At a later date” en el Electric Circus para el disco en vivo *Short Circuit*. En diciembre de ese año entraron al estudio a grabar los temas del que sería su primer EP: *An Ideal for Living*. En 1978 cambiaron el nombre por Joy Division, una referencia a la exclavitud sexual femenina dentro de los campos de concentración nazis⁸⁰.

⁷⁹ El nombre Warsaw hacía alusión a la canción “Warsawa” del disco *Low* de David Bowie, editado en 1977 y disponible a la venta en Inglaterra desde el mes de enero de ese año.

⁸⁰ Tema tratado en detalle en la novela *House of dolls*, publicada en 1955 y atribuida a Ka-tzenik 135633.

14 Portada del libro *house of dolls* de KA-TZETNIK 135633



El provocativo nombre y la portada de *An Ideal for Living* no tardaron en ocasionar ciertos problemas al grupo, junto con otro tipo de referencias a *The House of Dolls* también presentes en la letra de la canción “No Love Lost”⁸¹:

Through the wire screen, the eyes of those standing outside looked
in
at her as into the cage of some rare creature in a zoo.
In the hand of one of the assistants she saw the same instrument
which they had that morning inserted deep into her body. She
shuddered
Instinctively. No life at all in the house of dolls.
No love lost. No love lost⁸²

La juventud de los años setenta y ochenta, que poco había conocido de los crímenes de guerra, intentaba comprender aquel pasado proscripto a partir de la lectura y la referencia. El nacimiento del punk fue malentendido por muchos como una alegoría del nazismo y asociado posteriormente con el movimiento

⁸¹ “No Love Lost” fue parte primeramente de Warsaw Demo y luego también del EP *An Ideal for Living* con una modificación en la segunda estrofa. La que citamos en nuestro texto reemplazó a la del demo: “Two-way mirror in the hall/ They like to watch everything you do/ Transmitters hidden in the walls/ So they know everything you say is true/ Turn it on/ Don't turn it on/ Turn it on.”

⁸² A través del tejido de alambre, los ojos de los que estaban afuera la miraron como una criatura rara en la jaula de un zoológico.

En la mano de uno de los asistentes ella vio el mismo instrumento que esa misma mañana insertó en su cuerpo. Instintivamente se estremeció.

No hay vida en la casa de muñecas. Ningún amor perdido. No hay amor perdido

Skinhead. Los Sex Pistols estaban construyendo un universo simbólico que no tenía que ver con los signos específicos que utilizaban sino con una abstracción conceptual mayor: ventilar temas tabú, hablar de lo prohibido y provocar un choque cultural con las ideas de la época.



15 La imagen muestra la iconográfica chaqueta de Ian Curtis con la leyenda "Hate" (odio)

En esta época, el discurso del rock estaba haciendo uso intelectual y estético del nazismo, como por ejemplo David Bowie, quien hizo declaraciones públicas, en el año 1976, sobre su afinidad hacia el movimiento nacionalsocialista⁸³. Iconos como Siouxsie Sioux, Sid Vicious y Jordan ya habían adoptado la esvástica como accesorio de moda, y Throbbing Gristle también utilizaría la imaginería del Holocausto como parte de su estética.

Los grupos punk transmiten cierta violencia simbólica a través de los nombres que se ponen, de su actitud y de su juego escénico, como también lo hacen a través de los temas que manejan y de las palabras que utilizan públicamente. Los Stranglers (los estranguladores), los Damned (los condenados) pueden nombrarse a modo de ejemplo. La acumulación de objetos de toda clase pierden su significado original para convertirse en una especie de *ready made* a lo Duchamp, como lo denomina Patrice Bollom (1990). Entrechocan y se encabalgan en una suerte de desorden, los signos más contradictorios y los

⁸³ Bowie comparaba a Hitler con una estrella de Rock y sostenía que él mismo podría ser el nuevo primer ministro de Inglaterra y promover un resurgimiento del fascismo en Europa.

símbolos más tabúes: la esvástica roja y negra nazi y *badges* soviéticos en caracteres cirílicos; la cruz de hierro del III Reich con réplicas de la Orden de Stalin; el retrato desgarrado de la reina junto a íconos pornográficos; todo ello puntuado por interjecciones monosilábicas *No*, *Chaos* (caos), *Anarchy* (anarquía), *Boredom* (aburrimiento), *Hate* (odio), *War* (guerra), etc.

En resumen, la estética punk aúna todas las caligrafías y materiales posibles para desterrar el significado y declarar el *No Future* (no hay futuro) en la Inglaterra de finales de los setenta. Lo repugnante, perverso, sórdido y degenerado se transmite a través de la ropa desgarrada, sucia y rota, cual suerte de talismán. Todo lo que el buen gusto rechaza, lo que la moral reprueba se exhibe como espectáculo en la estética punk con un deseo de contradicción, aunque su revuelta no parece comportar, en efecto, ninguna perspectiva, ni tener ningún horizonte más que el desafío al vacío. En palabras de Bollom:

Los punks no intentan provocar siquiera [...] su estética, que, además de en su ropa, se expresa en el grafismo y en las páginas de sus fanzines, periódicos apresurados de aparición irregular, de sus tiras cómicas y de las carátulas de sus discos, es una estética catastrófica del caos, del desperdicio, del desgarramiento, del *collage*, de la recuperación y de la desviación: una estética de la negación pura y de la inversión sistemática de todos los valores. (1990: 157-158)

El movimiento se erige como una contestación a la generación optimista de los años sesenta, la del movimiento hippy, de la utopía política y social y de todas las liberaciones sexuales y de costumbres. El rock decadente ya no evoca la revuelta adolescente, o lo hace de un modo esencialmente mitológico, como tema estético o metafísico. En cuanto a la representación, el rock ya no es más que estilo, imagen y fantasma, un discurso frente al cual el punk se mostró reticente y crítico. Dentro de este contexto, descripto con mayor detalle en el apartado anterior de nuestra tesis, Joy Division se identificó con la propuesta punk y asumió el discurso de la provocación⁸⁴, dirigiendo su imagen, su sonido y el

⁸⁴ En el último concierto del Electric Circus (octubre, 1977), Bernard Sumner abre la canción “At a Later Date” con la pregunta: “You all forgot Rudolf Hess?”

mensaje hacia un nuevo campo imaginario: el nihilismo de la juventud que vive en un contexto socioeconómico difícil, heredera de un pasado industrial pero marcada por el cierre de todas las fábricas, con pocas posibilidades laborales, desinteresada por el futuro y que reivindica como modo de vida el tiempo presente.

El interés por el nazismo en el caso de Joy Division no fue más que alusivo, según comentan los mismos miembros de la banda. No se trata más que de la inversión de las jerarquías estéticas en línea con todo un movimiento social que llevó consigo una moda, una música, un modo de vida y hasta una filosofía particular: lo feo ocupa el lugar de lo bello, el mal gusto se erige en buen gusto y todos los valores se invierten y se anulan al igualarse entre medio del caos. Las canciones de Joy Division no eran críticas, ni teóricas ni conceptuales en relación al tema, no se trataba más que de una apropiación juvenil y una interpretación superficial del objeto.

El grupo no dio ninguna explicación pública hasta 1981, sosteniendo que la elección del nombre y otras referencias al nazismo en las letras de las canciones⁸⁵ o las imágenes de los discos no tenía que ver con el intelecto, sino más bien con el instinto: “No leí el libro pero pensé que se trataba de un tema de mal gusto y sonaba bastante punk [...] es muy difícil saber cuándo dejar intervenir al intelecto y abandonar el instinto. Si no se puede ser estúpido a los veintidós años, ¿entonces cuándo?” (Sumner, 2007). En otro momento, el mismo Sumner comentaba:

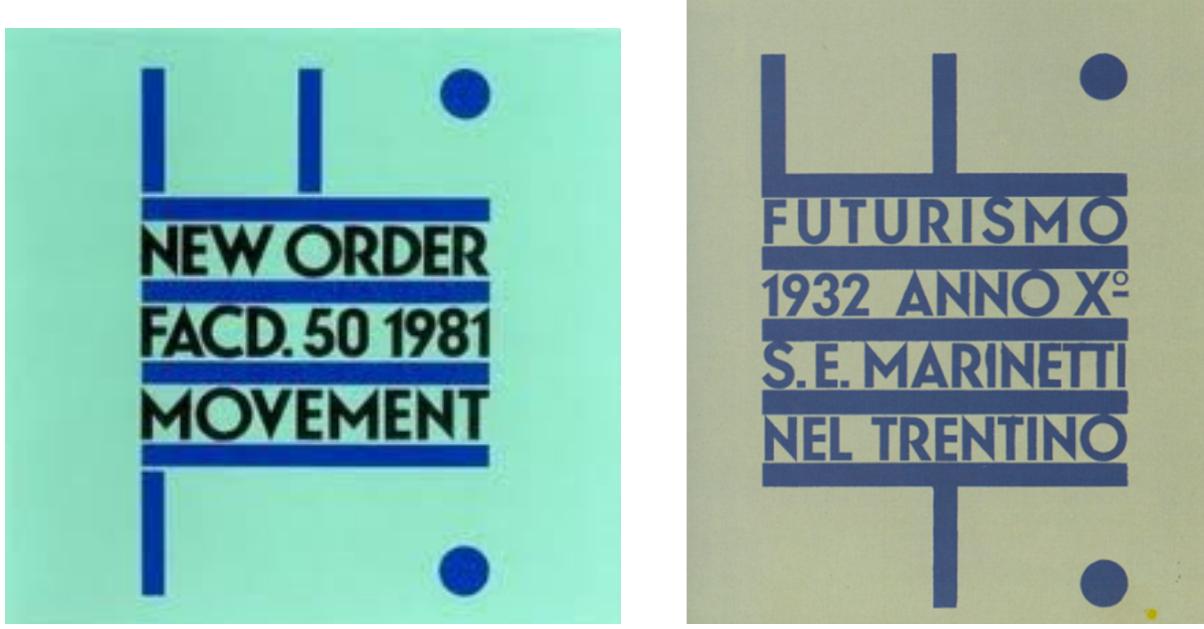
Había un refugio antibomba en el patio de mi casa. Había refugios subterráneos al final de la calle en los que solía jugar cuando era chico. Todas las películas en la tele trataban de la guerra. Cuando uno crece dentro de este contexto discursivo, es natural interesarse por el tema. Todo había sucedido apenas una década antes de que yo naciera. (Ott, 2004: 22).

⁸⁵ “Warsaw” (*An Ideal for Living*) comienza con la voz de Curtis marcando la entrada de manera irónica y en lugar de decir “1-2-3-4” dice “3-5-0-1-2-5 Go!” utilizando un número de identificación de los campos nazis.

10.2 Arte de tapa: retórica de la imagen

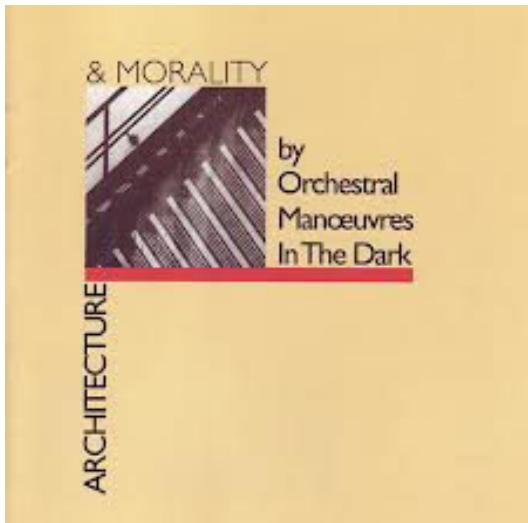
El icónico poster de la primera Factory Night fue diseñado por Peter Saville, estudiante de diseño gráfico en el Politécnico de Manchester, compañero de Malcolm Garrett, autor de las carátulas de los Buzzcocks. “Malcolm tenía una copia de la obra de Herbert Spencer *Pioneros de la Tipografía Moderna*”, comenta Saville. “El único capítulo que no había utilizado para sus propios diseños era “Nueva Tipografía” de Jan Tschichold (1928), que finalmente utilicé yo. Encontré un paralelo entre el ensayo de Tschichold y el punk. En ese oscuro camino paralelo en la historia del diseño gráfico, tal y como se lo veía en la época, encontré un nuevo estilo para los años 1977-78”. Buscando seguir la misma dirección que su colega Malcolm, Saville se ofreció como diseñador gráfico para promocionar el Factory club.

“El principal objetivo del diseño gráfico es impartir un mensaje, información”, dice Saville. Partiendo de Tschichold, sus diseños se basaron en la apropiación posmoderna de todo tipo de símbolos. La nueva tipografía sugería un cambio revolucionario de la tipografía victoriana -y el ornamento- a la simplicidad clásica, reivindicando la función por sobre el decorado. En la búsqueda de la simplicidad (un estilo más claro y legible) la nueva tipografía sugería adaptarse a la velocidad de la vida moderna. Influenciado por Kraftwerk y la portada de *Autobahn* (1974), Saville compuso el poster promocional del



16 Portada del disco *Movement* de New Order (1981) y del Manifiesto Futurista

Factory club: la señal industrial de protección auditiva (*use hearing protection*). Wilson y Erasmus invirtieron 20 libras en el cartel, aunque Saville lo entregara una semana después del show (Nice, 2010: 39-40). Peter Saville fue también el responsable de la gráfica de los discos de Joy Division y de otras bandas de Factory Records (New Order y OMD) y, basado en los movimientos de vanguardia histórica, creó una imagen para el sello y los grupos representados.



17 Portada de Autobahn de Kraftwerk

18 Portada del álbum With the Beatles

19 Portada de Architecture & Morality de OMD

Jon Savage (1983) comenta que en los años ochenta la figura del diseñador gráfico tuvo mayor protagonismo en el mundo del rock, incluso tanta importancia como los artistas mismos. Era la “era del saqueo” (*the age of plunder*) con el sentido postmoderno de apropiación o “robo lícito” (Deleuze/ Guattari), de pastiche y de parodia de la autenticidad de otras épocas, según Savage. Pero la apropiación que hace Saville del pasado tiene que ver no con una parodia del

discurso vanguardista sino con el encuentro directo con una retórica que puede “actualizar” y trasladar a su terreno de trabajo. Así, su incursión en el diseño de portadas de discos y el diseño publicitario dentro de la estética DIY, fue un cambio radical con todo lo que venía produciéndose anteriormente.

Por ejemplo, si pensamos en las portadas de los discos de los Beatles (antes de *Revolver* o *Rubber Soul*), la figura del artista, del conjunto musical, era indispensable. El consumidor debía asociar inmediatamente el producto de consumo con un rostro. Luego, la imaginería psicodélica produjo un cambio en esta estética, reproduciendo el mundo de la fantasía y la animación (como referencia a la alucinación y la droga), llegando al extremo del detalle y el ornamento. Estamos en la época de los álbumes conceptuales de las grandes obras de artistas monumentales.

En cambio, en las carátulas de Saville, el artista queda desplazado o completamente borrado de la presentación material del producto. Su presencia es fantasmática: el medio lo es todo, la voz, el instrumento, el sonido. El diseño se vuelve así funcional y se acomoda a las condiciones de producción discográfica del momento: una gran proliferación de nuevos artistas y sellos discográficos de nombre desconocido que se abren camino como pequeñas instituciones independientes. Frente a los paisajes psicodélicos, superpoblados de símbolos, imágenes, colores y contornos, aparecen las portadas de Saville monocromáticas, continuas e industriales, comparables con las portadas que Emil Schult estaba diseñando en Alemania para Kraftwerk. La creación de una imagen institucional y una marca para Factory Records aúna los esfuerzos por ser representativos de una comunidad y establecer, a la vez, márgenes de diferencia.

Tomemos como ejemplo la primera tapa que realiza Joy Division de su álbum *An Ideal For Living* y contrastémosla con la primera tapa oficial del LP *Unknown Pleasures* (1978)⁸⁶. La imagen del joven militante nazi diseñada y dibujada a mano por Bernard Sumner (quien había cambiado su apellido a Albrecht) no puede sino condicionar la lectura y la escucha de la música a un

⁸⁶ Apoyaremos la interpretación de las imágenes partiendo de la teoría de los tres según Roland Barthes. En “Rhétorique de l’image” (1964) R. Barthes distingue tres tipos de mensaje en la lectura de la imagen: a) sustancia lingüística, b) connotación (simbólico/ codificado) y c) denotación (literal).

campo semántico controvertido: la recuperación provocativa de las juventudes nacionalsocialistas del 40. Un segundo nivel de lectura nos acerca al mensaje lingüístico que acompaña la imagen: la marca del grupo, el nombre Joy Division, enfatizado con un signo de admiración al final.

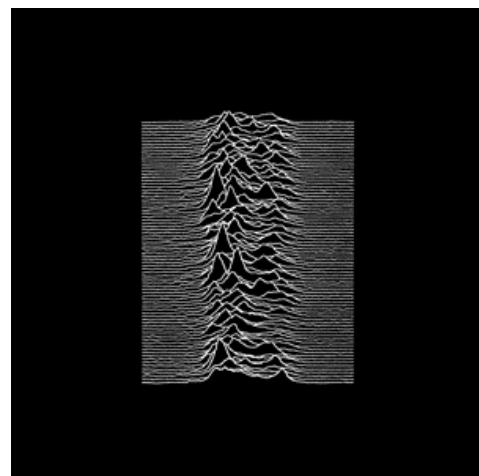
20 Portadas de *An Ideal for Living*



An Ideal For Living

Si consideramos el significado literal del nombre, obviando la carga ideológica derivada de su asociación con el nazismo, notamos que “Joy” (traducido al español como “alegría”, “goce” o “sentimiento de felicidad y placer”, y como “éxito” o “satisfacción”) apunta a un campo simbólico asociado a valores positivos. “Division”, como sustantivo, puede referirse a la acción de separar o dividir (división como separación o como distribución tanto en su valor positivo, “compartir en la diversidad”, como en su valor negativo, en el sentido de “conflicto o discordia”) pero también puede hacer alusión a una organización

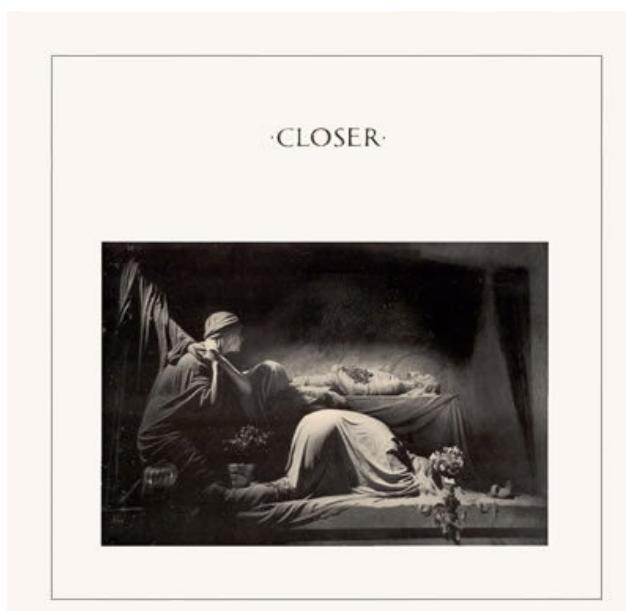
21 Portada de *Unknown Pleasures*



militar o deportiva. La unión de las dos palabras resulta en varias posibles lecturas: “divididos por la felicidad”⁸⁷, o “la división del goce” (los seguidores o los promotores del placer) y/o como “distribución o repartición del placer”.

Pero, en el proceso de descodificación cultural (ya no literal sino metafórica) del nombre, las palabras se transforman en eufemismo del horror. El significado queda así desprendido de su valor original y pronto se asocia con este nuevo territorio simbólico.

Más aún, la unión del texto a la imagen, en el caso de la primera tapa de Joy Division tiene su anclaje⁸⁸ en la interpretación cultural del nombre. En cambio, no ocurre lo mismo en el segundo ejemplo. Aquí el significado del nombre queda neutralizado de toda asociación y la simplificación (de los elementos icónicos que acompañan al nombre y sobre todo de la tipografía empleada) vacía al signo de su historia y crea una nueva plataforma de



22 Portada de Closer

significado, crea la marca. El pasaje de *An Ideal for Living a Unknown Pleasures* representa un cambio de actitud y de estética que va del placer por la provocación

⁸⁷ Esta es la lectura que hace el grupo argentino de rock Sumo y que da nombre al primer disco.

⁸⁸ Del mensaje lingüístico Barthes distingue además dos funciones principales, la función de anclaje (*ancrage*) y la de relevo (*relais*). La primera participa del proceso de comunicación de la imagen, al reducir el universo de significados posibles a determinados esquemas de moral e ideología. La segunda, menos frecuente, acompaña a la imagen de manera complementaria y en ella el texto adquiere una función diegética.

a una reflexión sobre el placer (joy) hacia lo desconocido⁸⁹, inaugurando un campo de experimentación que nos conduce a la imagen del sonido y representa en un macro nivel, el pasaje del punk al post-punk.

La discontinuidad de las unidades léxicas provoca también una discontinuidad en la lectura y produce la explosión del significado. De una misma unidad deriva no una lectura fija, sino lecturas múltiples que tienen relación con el código cultural que maneja cada receptor del mensaje.⁹⁰ La imagen puede ser leída, de esta manera, a partir de discursos diferentes. Por ejemplo, la gráfica de la portada de *Unknown Pleasures* refiere al campo “científico”, y es un diagrama que representa los últimos espasmos de luz emitidos por una estrella antes de desaparecer y hundirse en la oscuridad del cosmos. En la composición, las crestas sinuosas y los declives cortantes dibujados por las líneas del diagrama destacan sobre un fondo totalmente negro y vacío. El estilo no figurativo de la composición supone un desplazamiento de las estrategias expresivas involucradas en el diseño de *An Ideal for Living* y la opción por una semiosis de dirección más oblicua y de lectura más sutil. La imagen crea así una atmósfera posible para que la música suene (Esteras y Fanego, 2008: 15-16). Peter Saville trabaja con la imagen para darle dimensionalidad (el original es en una dimensión y él explora esta ampliación a partir de prototipos tridimensionales que luego se convierten en la imagen bidimensional que percibimos). La idea de “dimensión” se enlaza de esta manera con la idea de “espacialidad” que el productor Martin Hannett intentó desarrollar en el sonido del disco.

Por otro lado, en el arte de tapa del segundo disco de Joy Division Saville decide utilizar una imagen fotográfica cuyo estilo remite por un lado al neoclasicismo y por otro lado al expresionismo. La imagen de un santuario (fotografía de Bernard Pierre Wolff) en el Cementerio de Staglieno representa el lamento y el luto por la muerte. La interpretación de la gráfica utilizada para *Closer* está determinada por un corte histórico específico que fue el suicidio del cantante y letrista de Joy Division, Ian Curtis. El álbum salió a la venta dos meses después de su muerte y, aunque el diseño de la cubierta ya estaba planteado con

⁸⁹ Podríamos pensar que *Unknown Pleasures* dialoga con el título del álbum de Roxy Music *For Your Pleasures* (1973).

⁹⁰ “un même lexie mobilise des lexiques différents” (Barthes : 1964)

anterioridad, el suceso produjo un cambio de perspectiva sobre la lectura del objeto. Dice Saville:

Visto en retrospectiva, lo que estaba escribiendo, lo que estaba pensando y sintiendo Ian Curtis en aquel momento influyó en su elección de la portada. Quizás, si hubiese tenido a mi alcance las letras hubiese pensado en otro motivo para el arte de tapa". (Nice, 2010: 90)

En el imaginario de Peter Saville, Manchester era una ciudad de túneles de hormigón y catedrales góticas y fue esta la idea que quiso representar a través de *Unknown Pleasures* y *Closer*. "Hay clasicismo en la tipografía, neoclasicismo en la imagen y en la calidad del papel, que parece más un grabado que una fotografía. Son gráficas históricas pero que, puestas en contexto, forman un diseño contemporáneo que representa, para el autor, el sonido y el lenguaje gráfico del rock en los años ochenta", precisa Saville.



23 Escena de la película Control (Corbijn, 2007)

Hemos visto ya la evolución de *An Ideal for Living* a *Unknown Pleasures* y ahora con *Closer* damos un paso más allá. Si en la primera tapa se daba importancia al nombre del grupo y se lo asociaba a un conjunto de significados preconcebidos, en el segundo el nombre disminuye en jerarquía (por disposición en el cuadro y por tamaño y especie de tipografía) y ya en el tercer caso queda desplazado por completo. A primera vista, no sabemos a quién pertenece el objeto, de quién es la firma. Cuando nos enteramos, y asociamos directamente la imagen con su referente, no podemos dejar de hacer foco sobre la muerte como objeto. Vemos la tumba y pensamos inmediatamente en el suicidio de Ian Curtis,

seguimos con la vista el otro foco de luz destacado en la imagen y vemos tres manos entrelazadas que parecieran simbolizar piedad, fortaleza, consuelo y homenaje. La imagen podría ser colocada en relación con otra imagen - cinematográfica- presente en el film de Anton Corbijn (2007) en la que el director, luego de mostrar la escena del suicidio, resume los momentos inmediatos posteriores a la toma de conocimiento por parte de los otros miembros del grupo, reunidos en un bar. Vemos a Rob Gretton, Peter Hook, Bernard Sumner, Stephen Morris y Gillian Gilbert y pronto la cámara se desplaza intencionalmente para darnos un plano de los cuatro futuros miembros de New Order. Suena de fondo el tema “Atmosphere” y la imagen de los cuatro devastados por la noticia se vuelve a la vez un guiño hacia el devenir futuro de los acontecimientos. Paralelamente, la cubierta de *Closer* opera al nivel de la interpretación mediante un mecanismo de lectura similar: una muerte recibida con dolor y, a la vez, una esperanza puesta sobre el futuro, un compromiso con los vivos.

Una de las fotografías más iconográficas del grupo es aquella que muestra a los cuatro integrantes puestos en perspectiva sobre el Puente de la Princesa en Hulme (Manchester). La foto fue tomada por Kevin Cummins cuando la banda era aun relativamente desconocida para la prensa nacional. “Realmente no me gustaba la imaginería del rock que se utilizaba en aquel momento. Esta fotografía es confrontativa. Intenté capturar la espacialidad del sonido a través del espacio fotográfico”, comenta Cummins. “Manchester era una ciudad totalmente distinta. Parecía Europa del Este. Con el tiempo muchos estudiantes y turistas que llegan a la ciudad van a sacarse una foto en el puente como souvenir. Es un honor que la gente sienta que esta imagen define a la ciudad y a la banda”.



24 Joy Division por Kevin Cummins (Princess Parkway, Hulme, Manchester, 1979)

10.3 Recursos semióticos en el sonido de Joy Division: melodía, fraseo, arreglos y ritmo

En el estudio de la música popular algunos autores del campo de la musicología como Hibbett (2005), Cooke (1959) y Tagg (1982) han investigado una serie de discursos que se relacionan con un estilo particular de música. Este conjunto de convenciones semióticas se vinculan con el discurso de la autenticidad, de la pureza musical y de los ideales del rock independiente. Hibbett, por ejemplo, describió el modo en que el público de un determinado género define lo que considera bueno o malo en función de los rasgos o cualidades que utilizan para su reconocimiento. Por su parte, Cooke y Tagg señalan que desde el siglo XIX la música se ha entendido como un discurso que connota estados de ánimo, paisajes y personajes. Tagg hace referencia a un sistema musical-semiótico utilizado y aprendido (resultado de la repetición) por el público occidental: “El oyente promedio repite la escucha de determinado tipo de música en relación a un particular discurso visual” (Tagg, 1982: 4). Según el autor, a lo largo de los siglos XVIII y XIX la música ha sido utilizada muchas veces como un recurso narrativo para representar personajes, lugares y humores,

primero a través del teatro, la ópera y la música programática, y luego, entrado el siglo XX en el cine, la televisión y la publicidad.

Cooke ha sostenido un argumento similar al de Tagg considerando que en la música contemporánea podemos encontrar diferentes tipos de melodías, armonías, estilos vocales y sonidos instrumentales que portan significados (sentimientos) tales como la tristeza, la ira, el amor o el peligro. Estos códigos estarían construidos en función de otras asociaciones metafóricas, como sonidos estruendosos para anticipar el peligro o melodías dulces y suaves para describir la calma y la quietud⁹¹.

El primer movimiento, *allegro con brio*, se presenta en la tonalidad de mi bemol mayor y, por el carácter de dicha tonalidad (utilizada habitualmente para el desarrollo de temas “heroicos” e ideal para los instrumentos de viento) es aquel que adopta justamente un tono “épico-heroico”. En este primer movimiento es necesario destacar la magnitud de los procesos expansivos que realiza Beethoven en relación al esquema de la sonata: los momentos de transición y de desarrollo⁹² se amplían considerablemente. Beethoven presenta incluso un segundo desarrollo luego de la recapitulación e incorpora una extensa coda al final del movimiento pues la necesita para el equilibrio de las partes (y sobre todo porque en ella el tema heroico se expone en su perfil más definido). Los medios utilizados para expandir la forma son a la vez temáticos y tonales: la ampliación del plan armónico y el alejamiento progresivo de la tonalidad principal en los desarrollos precisan de bloques de tiempo mayores para poder restablecer la armonía principal. A su vez, los cambios de tonalidad y de modo (en los gestos dramáticos) van acompañados de la exposición de nuevos temas que refuerzan los cambios de sección en la arquitectura del movimiento. Esto supone mayor complejidad del discurso y la disposición de mayor cantidad de medios para lograr una cohesión formal. El lenguaje de la tonalidad no se fundamenta en la

⁹¹ Un ejemplo que he desarrollado en mi artículo “La retórica del romanticismo y la Revolución Francesa en el análisis del discurso musical” (Abeillé, 2008) establece el vínculo de la filosofía heroica y los ideales libertarios de la Revolución con la música de Beethoven, concretamente en la composición de la Sinfonía Eroica.

⁹² Adorno sostiene que el lugar de la “invención” dentro del esquema de la forma –dialéctica sujeto-objeto- Beethoven podía realizarla en el desarrollo: es a la vez una parte obligatoria de la forma y una parte “libre”, que no se atiene a reglas sobre formas, modulaciones, progresiones, etc. Theodor W. Adorno. *Beethoven filosofía de la música*. Ediciones Akal, Madrid, 2003 (pág. 63)

yuxtaposición sino en la “subordinación” (tomando prestadas categorías gramaticales). Un ejemplo señalado por Adorno de estos medios de cohesión utilizados por Beethoven se encuentra en el compás 65 (el tema de las semicorcheas), un gesto dramático –que lleva el discurso a la tonalidad de sol menor- que vincula la exposición del primer tema en mi bemol mayor (I) con la exposición del segundo tema en si bemol mayor (V). Según Adorno estos medios de cohesionamiento especiales “cumplen una doble función: en contraste con las partes propiamente hablando temáticas, forman campos de resolución, pero al mismo tiempo, por acento y contracento, prolongan la tensión o la llevan, en el centro del desarrollo, a su cima” (2003: 97).

Ya en el siglo XIX la admiración de Richard Wagner por Beethoven encontraba su justificativo en los aportes fundamentales para la “filosofía de la música” que la obra de dicho compositor representaba; en este sentido la obra de Beethoven era ejemplar y significativa porque justamente liberaba al tematismo de la tonalidad. En la obra de Wagner esta relación dialéctica entre tematismo y tonalidad que Beethoven comienza a explorar termina privilegiando el lenguaje musical de la melodía en tanto lenguaje absoluto (tematismo) en detrimento del lenguaje tonal. R. Wagner adopta una perspectiva romántica para teorizar sobre la historia de la música, considerando que la música absoluta no es más que la segunda parte de un proceso incompleto que culmina con el gran Drama musical, la síntesis del tematismo y la tonalidad, del que considera precursor a Beethoven.

Fue el romanticismo de Jena el que revalorizó desde el punto de vista filosófico el estatuto artístico de la música:

quien tenga sentido para las asombrosas afinidades de todas las artes y las ciencias, por lo menos no ha de considerar el asunto desde el punto de vista plano de la pretendida naturalidad, según la cual la música no sería más que el lenguaje de los sentimientos, y no ha de encontrar tampoco imposible una cierta tendencia a la filosofía en toda música instrumental pura (Fragmento 444, *Athenäum*).

Esta operación, que coincide con la pretensión *química* de Schlegel (Schlegel, 1996) de mezclar las formas para disolverlas en productos epocales, registra la información genérica de cada elemento –música, filosofía y poesía– y la conserva en el elemento nuevo, de manera que la formulación del sentido pasará a ser crítica y ya no preceptiva ni normativa. Esto dio origen a un nuevo fenómeno dentro del ámbito de los músicos y compositores: ya no compete sólo a la filosofía el ejercer una crítica sobre las obras de arte, sino que el momento de creación estética es ahora un momento de deliberación filosófica. Y los artistas organizan la crítica estética moderna desde su propia participación en el arte.

Con la vista puesta en el pasado y con la pretensión de orientar la forma artística hacia el futuro, surge una nueva crítica romántica de la que participan las esferas del arte que hasta entonces estaban desligadas en formas puras o subordinadas a los principios formales de otras. Señalaremos, como nueva forma crítica, la recreación musical de poemas: una traducción de un tipo de lenguaje verbal a otro tipo de lenguaje no verbal, regidos ambos por principios autónomos que buscan la manera de construir puentes entre sí y señalar maneras diversas para la expresión de un mismo *afecto poético*⁹³.

Dentro de la bibliografía de las últimas décadas podemos distinguir el trabajo de Van Leeuwen (1999) quien ha propuesto una sistematización de las asociaciones semióticas entre sonidos e imágenes, no en términos de representaciones o “traducciones” del lenguaje verbal sino como signos en sí mismos, del sonido como significante con el concepto significado. En función de los sonidos que escuchamos en nuestro día a día, creamos diferentes asociaciones de los mismos con conceptos o ideas que puedan representar: por ejemplo, el sonido de un objeto pesado al caer sonará grave y profundo y este tipo de sonidos también característico de los truenos suele estar asociado con la sensación de peligro y oscuridad. En cambio, los sonidos agudos suelen estar asociados con sensaciones de luminosidad, trascendencia, lo etéreo. Así, podemos comenzar a

⁹³ En otro artículo de mi autoría (Abeillé, 2009) ponía como ejemplo de esta afinidad entre música y poesía a partir del análisis del Op. 48 de Robert Schumann, el ciclo *Dichterliebe*, compuesto a partir de los *Lyrisches Intermezzo* de Henrich Heine. Hacia 1830, Robert Schumann dirá que la música y la poesía no son un mismo lenguaje, sino lenguajes autónomos que pueden relacionarse a través de “correspondencias”. Contrario a Schopenhauer, que creía que la música por ser un tipo de expresión sin conceptos sólo podía explicarse a través de metáforas, Schumann sostiene que cada expresión musical se corresponde con una expresión literaria adecuada.

hablar de uno de los parámetros que define la cualidad de un sonido, la altura o *pitch*.

Cooke (1959: 102) sostiene que las voces agudas pueden transmitir optimismo, esfuerzo, agitación, mientras que las voces graves, por el contrario, dan sensación de tristeza, desesperanza o de inmovilidad. No obstante, tiene más importancia el movimiento del *pitch* (melodías ascendentes o descendentes) dentro de la estructura de la canción para definir expresiones y emociones representadas. Por ejemplo, los himnos nacionales suelen utilizar movimientos melódicos ascendentes, para generar motivación, y, en cambio, las marchas fúnebres, utilizan el recurso contrario para transmitir aflicción y duelo espiritual. Por ejemplo, la melodía de “New Dawn Fades”, construida sobre cuatro acordes (mi menor, re mayor, do mayor y la menor), en la primera estrofa es interpretada por la voz principal del cantante en un registro grave (la voz abaritonada de Ian Curtis es uno de los sellos del sonido Joy Division) que sube una octava más arriba en la siguiente estrofa para dar un giro dramático a la canción. Este ejercicio musical suma fuerza dinámica al estar acompañado por arreglos superpuestos (todos ellos en la escala) que generan un clima orquestal.

New Dawn Fades



Otra característica del sonido en términos de comunicación, es la elección o combinación de notas que puede traducirse de acuerdo a convenciones históricamente establecidas por la música tonal occidental. Por ejemplo, las melodías que forman acordes mayores (1º mayor, 3º mayor, 5º mayor) generan sentimientos positivos y transmiten alegría, mientras que las que siguen acordes menores (1º mayor, 3º menor, 5º mayor) se relacionan con la tristeza o la tragedia. Estos son los dos grandes polos emocionales que pueden estar acentuados o presentados por otras notas de la escala que cumplen una función de transición

(2º), como cadencia para la resolución en la tónica (1º) o en la dominante (5º) como la 4º nota de la escala.

Como mencionábamos anteriormente, el registro de voz de Ian Curtis es una característica destacable de la música de Joy Division puesto que la mayoría de las voces del rock y del pop se sitúan en zonas medias del registro, principalmente tenores y contraltos. Al parecer, esta característica la habría tomado de voces como la de Frank Sinatra o Jim Morrison. Con respecto a la instrumentación, Joy Division empezaba a incluir sonidos sintetizados en sus temas, algo que explotará en profundidad más adelante New Order. Pero es concretamente en la armonía de “Love Will Tear Us Apart” está el secreto de la canción que caracteriza al grupo. Si nos fijamos con detalle, el bajo va repitiendo en un registro más bien agudo (para ser un bajo la melodía del estribillo, incluso en las estrofas, acercándose al sonido de la guitarra barítono presente especialmente en grupos de estilo dark pop como The Cure. El teclado, por su parte, se dedica a tocar notas graves más propias de un bajo, como si fueran las fundamentales de los acordes (que no lo son, por cierto). De esta manera, resulta muy complejo saber cuál es la armonía que acompaña la canción. No hablemos de las intervenciones de la guitarra en los interludios instrumentales: un acorde cargado de notas extrañas. Y cuando llega el estribillo, se produce un hecho bastante insólito en la música pop: todos los instrumentos interpretan la misma melodía vocal, en una suerte de monodia acompañada de batería. Un unísono que carga las tintas emocionales en el momento más dramático de la canción.

Love Will Tear Us Apart

The musical score shows a single melodic line on a staff, labeled 'Chorus'. The lyrics are: Love will tear us apart again. The score is divided into four measures, numbered 1 through 4. Measure 1 starts with a whole note 'o'. Measure 2 starts with a half note '#'. Measure 3 starts with a half note. Measure 4 starts with a half note and ends with a small square box containing a note. The dynamic 'f' is indicated at the beginning of the first measure.

En cuanto al fraseo, el ataque y la caída (*attack, decay*) de cada nota son el modo en que el sonido aparece y desaparece. Estos parámetros permiten pensar en las subidas y bajadas de intensidad en los fraseos de la melodía según el acento

que se ponga en las notas que componen la frase (y si incluimos la letra, en las palabras o sílabas que corresponden a esas notas). Por ejemplo, si la caída es prolongada da una idea de relajación o una emoción persistente. Si esa caída es además un acorde menor, provoca tristeza, da sensación de pérdida o de falta de energía. Por otra parte, si el ataque de una melodía es abrupto, se asocia con otros conceptos como la excitación, la inquietud o un temperamento enérgico. Otros parámetros que se pueden analizar en el fraseo y en la calidad de la voz que marca la melodía principal, son el grado de tensión en la garganta (si está más abierta saldrá más aire y el sonido tendrá más cuerpo, si está más cerrada sonará más gritado y seco), el grado de aspereza (si el sonido de la voz es más sucio o más limpio), el nivel de nasalidad (lo opuesto a una voz relajada que fluye y resuena), el registro (alto o bajo), el nivel de aire que acompaña al sonido (si tiene mucho aire, que está casi susurrando o si el sonido es más apretado, por falta de aire), la presencia o ausencia de vibrato y de eco. Podríamos caracterizar la voz de Curtis como una voz de ultratumba, cargada de eco de a ratos casi susurrada y en otros momentos al borde del desgarro, un cambio de intensidad que acompañado de la variación de una octava en el registro que describíamos párrafos más arriba, acentúa los momentos épicos de la canción que rompen con la monotonía de las bases instrumentales en *loop* y la falta de cromatismos melódicos.

Otro aspecto a considerar en el análisis semiótico de una grabación musical es la perspectiva o planos del sonido. En el proceso de mezcla de una canción se recrea una espacialidad auditiva a través de los planos de los sonidos, con el balanceo, la reverb y la ecualización se puede generar un espacio sonoro en el que algunos elementos se escuchan más cercanos o más lejanos que otros. En la música pop la perspectiva se crea a partir de diferentes instrumentos o grupos de instrumentos que se escuchan a diferentes niveles, cobrando más o menos protagonismo. Esta perspectiva de planos no es siempre igual sino que puede variar a lo largo de la canción de acuerdo a la función que cumpla determinado instrumento o timbre dentro de la estructura para intensificar emociones o conceptos.

En “She’s Lost Control” la melodía, sostenida por la línea del bajo, se oscurece mucho por el eco de la voz y adquiere mucha mucha especialidad por el

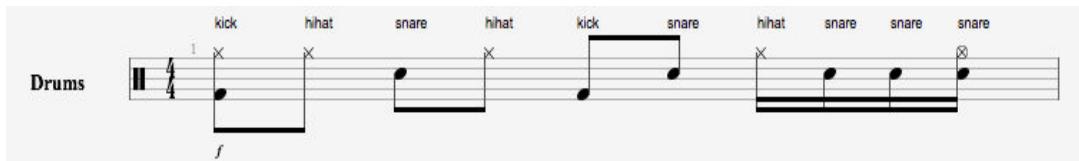
movimiento del delay en el espectro estéreo. La estructura es característica de los grupos post punk (y luego góticos) ingleses, repitiendo frases y remarcándolas con más instrumentación levemente diferente, armonizando. Esto es herencia del movimiento krautrock, que está basado en la música clásica y pastoral. La armonía es siempre igual, con un *riff* en el bajo en primer plano junto con la voz (también en registro grave), cumpliendo el rol que era habitual de la guitarra, (esos cambios de roles dieron al post punk su característica), las baterías compuestas por patrones complejos pero siempre iguales, repetidos hasta el hartazgo, y las guitarras (emblema del rock) en plan decorado junto con los sintetizadores Arp, característicos de esa época.

Finalmente, otro de los parámetros del sonido que podemos analizar es el ritmo, la forma en que el sonido está ordenado siguiendo patrones estructurados (Cooper y Meyer, 1960). El ritmo o *beat* afecta a todos los instrumentos en una canción, a la voz y a las melodías que ejecutan juntos o en contratiempo. El pulso (el ritmo continuado, como el tic tac de un reloj), el acento (el énfasis puesto sobre el continuo del ritmo para subdividirlo) y la métrica (número de pulsos entre acentos) son los tres aspectos que definen al ritmo. Podemos identificar estos elementos con algunos sonidos de una batería como el bombo, el redoblante y el hi-hat. Según como se haga la subdivisión del pulso con el acento y la métrica, se definirá un estilo musical u otro. En el caso del post-punk, podríamos encontrar referencias rítmicas paradigmáticas en “Colony” y “Heart and Soul”: un beat acelerado, repetitivo, siempre igual. Las variaciones son más bien dinámicas, de intensidad y de tiempo, desacelerando en las estrofas y apretando en las partes más dramáticas, de acuerdo al movimiento de la voz de Ian.

Colony

The image shows a musical score for the drums from the song "Colony". The score is in 4/4 time. It features three main drums: kick, snare, and tom. The first two measures are labeled '1' and the third measure is labeled '2'. The score ends with a final snare hit. The drums are represented by vertical stems on a grid, with horizontal bars indicating the duration of each note. The labels 'kick', 'snare', and 'tom' are placed above the corresponding notes.

Heart and Soul



Una manera que sugiere Cooke (1959) para crear metáforas a partir del ritmo es en función del ritmo de la caminata. Nuestra forma de caminar suele ser suave y lenta. El ritmo de una canción bailable será superior al de la caminata mientras que el ritmo de una balada es generalmente inferior. Hay que considerar también que dentro de una misma pieza musical, puede haber variaciones de ritmo que pueden indicar más o menos estabilidad, más impersonalidad o más individualidad. Tagg (1994) sostiene que la música moderna, afectada por la era industrial y las máquinas, suele ajustarse más a un ritmo constante y metronómico que en épocas anteriores, como en las composiciones religiosas de la edad media. Así, lo cuantificable estaría asociado a la sociedad capitalista, mientras que lo que no está sujeto a una lógica temporal estática y continua, se relacionaría con la eternidad, la suspensión del tiempo y del espacio.

A continuación presentamos un esquema resumido de los parámetros que hemos analizado anteriormente, con algunas relaciones que podemos entablar entre diferentes elementos musicales y su posible asociación con un concepto (una descripción de un paisaje, de un estado de ánimo o del temperamento de un personaje).

Tabla 8: Relaciones semióticas sonido-concepto

ELEMENTOS MUSICALES	CONCEPTOS	EJEMPLOS
Beat desacelerado, eco, reverb	Melancolía/ vacío/ atmósfera opresiva	“Dead Souls”, “The Eternal”
Timbre estridente en la instrumentación del sintetizador. Bajo barítono. Melodía de la voz en primer	Amor/ desamor	“Love Will Tear Us Apart”, “Insight”, “Isolation”, “Atmosphere”

plano junto con la melodía casi idéntica del bajo.		
Rítmica monótona y repetitiva. Beat acelerado, riffs superpuestos, voces dobladas con un registro e intensidad similar a las voces del punk.	Paisaje industrial/ violencia/ distopía	“Shadowplay”, “Transmission”, “She’s Lost Control”, “Digital”

10.4 Nihilismo y claustrofobia. El mensaje de las canciones de Joy Division.

El problema de la identidad personal, podríamos decir, surge del juego de roles y de la adopción de voces artificiales; los orígenes de las distintas personalidades están en los actos de personificación y de despersonalización (Frith, 1996:122)

En nuestra opinión, la música aislada del texto es un medio resistente al análisis, por lo que consideramos necesario valernos del lenguaje para interpretar una interacción más compleja de los diferentes niveles semióticos interdependientes (melodía, ritmo, armonía, timbre, textura, etc) que intervienen simultáneamente en la canción popular y que se añaden al lenguaje de las letras. En el apartado anterior, nos hemos detenido en el estudio de los elementos formales de la música de Joy Division tomando algunos ejemplos de sus canciones. A continuación trabajaremos sobre las letras de Ian Curtis siguiendo el modelo de análisis presentado en la introducción (p. 87 y ss.).

Como punto de partida, utilizaremos dos conceptos que Roland Barthes recupera de Julia Kristeva (1981) para caracterizar dos tipologías de textos musicales: el “pheno-texto” o *pheno-song* por el cual la performance de un artista se coloca al servicio de la comunicación, representación y expresión de los valores culturales vigentes (tanto para afirmarlos como para rechazarlos); y el “geno-texto” o *geno-song* que tiene que ver con la materialidad de la voz (el cuerpo *en* la música) y con la identificación completa entre melodía y lenguaje, música y texto (la *dicción* del lenguaje):

La *pheno-song* cubre todos los fenómenos, todos los rasgos de una estructura del lenguaje en el canto, las reglas del género, la forma codificada del melisma, el ideolecto del compositor, el estilo de la interpretación: en definitiva, todo lo que en el ejercicio del canto se pone al servicio de la comunicación, de la representación, de la expresión, de todo lo que se acostumbra a hablar y que forma el tejido de los valores culturales (gustos reconocidos, modas, comentarios críticos), que se sostiene en la ideología de una época (subjetividad, expresividad, dramatismo, personalidad del artista). La *geno-song* es el volumen de la voz cantada y hablada, el espacio donde germinan las significaciones desde dentro del lenguaje y en su propia materialidad, una teatralidad que no tiene nada que ver con la comunicación, la representación (de los sentimientos) o la expresión, sino que es el ápice (o profundidad) de la producción, en la que la melodía realmente funciona a través del lenguaje –no por lo que dice, sino por la voluptuosidad de sus sonidos significantes, de sus letras– donde la melodía explora cómo funciona el idioma y se identifica con la obra. Es, en una palabra muy simple, pero que debe ser tomada seriamente, la dicción del lenguaje (Barthes, 1981).

Estos conceptos, originalmente aplicados por Barthes a la música vocal lírica (culto) pueden ser resignificados y utilizados para la música popular⁹⁴. Lo que observamos en la evolución de las canciones (letra, música y performance en vivo) de Joy Division, es un *viaje* del puro estilo (*pheno-texto*) a la pura voz (*geno-texto*). Se trata de un recorrido que, en conjunto con otros elementos semióticos (como la imagen o arte de tapa), es determinante para la consolidación de la identidad a partir de la representación y la comunicación de significados. Paradójicamente, será la muerte del artista como uno de los sacrificios simbólicos de la mitología del rock, la última manifestación identitaria: la muerte del sujeto y la permanencia de la pura voz.

⁹⁴ Barthes mismo lo sugiere en su texto y Simon Frith junto a Andrew Goodman lo propondrán en *On the record: Rock, pop and the written Word* (1998). Quizás Barthes piense en la *chanson* francesa al hablar de música popular y no en el rock, pero Frith y Goodman sugieren que la aplicación de los conceptos sería también válida en el último caso.

En la primera etapa de actividad del grupo, cuando aún llevaban el nombre Warsaw, el sonido, el texto y la performance (en directo o grabada) responden a las pautas estéticas derivadas del punk. Desde los efectos empleados en las guitarras eléctricas hasta el timbre de voz de Ian Curtis, Warsaw era otro grupo punk dentro de la escena independiente que comenzaba a gestarse en Manchester en la segunda mitad de la década del setenta. La estructura de una de las canciones de aquel primer momento refleja las convenciones del estilo:

Life can be for you, good things are nice.
Trusting on you, really no threats.
The way to get through, deciphering the scars.
Just a far glow, sit still in their cars.
It's another, 'nother, 'nother, 'nother kill.
It's another, 'nother, 'nother, 'nother kill.
It's another, 'nother, 'nother, 'nother kill.
(“The Kill”)⁹⁵

La canción está organizada en tres estrofas y un puente. El contenido es muy sencillo y repite constantemente la misma idea, además de sumar un “coro” o *hook* al final de cada estrofa, reforzando el mensaje de destrucción total y mal endémico de la sociedad a partir de la frase “Es otra muerte” (“*It's another kill*”). En términos comunicativos, el mensaje transmitido por la letra de esta canción (y por el acto performativo rudo, despojado e irritado en el plano sonoro) es acomodaticio. Refleja lo que denominábamos –a partir de Barthes y Julia Kristeva- el *pheno-texto*: es anti-burgués, es anti-convencional, pero en el mismo acto de destrucción y ruptura crea su propio convencionalismo y sus propias reglas de estilo. Es una primera etapa especular, de imitación. La identidad del grupo se construye así en función de lo establecido previamente (la contestación que “otros” hicieron):

⁹⁵ La vida puede ser para ti, las cosas buenas son agradables. Confiado en ti, sin amenazas. La forma de entrar es descifrando las cicatrices. Sólo un resplandor lejano, sentados en sus coches. Es otra muerte.

Someone told me being in the now is the main thing.
We all need the security that belonging brings.
Can't stand on your own in these times,
Against all the odds,
You all must fall behind like all the other sods
(“Novelty”)⁹⁶

The leaders of men,
Born out of your frustration.
The leaders of men,
Just a strange infatuation.
The leaders of men,
Made a promise for a new life.
No saviour for our sakes,
To twist the internees of hate,
Self induced manipulation,
To crash all thoughts of mass salvation.
Living in the ice age
(“Leaders of Men”)⁹⁷

En “Failures”, otra canción incluida en el primer EP de Joy Division, el registro del mensaje es similar a los que describíamos en los dos ejemplos anteriores. Curtis utiliza la tercera persona singular masculino (él) para referirse a un estereotipo de sujeto moderno que describe como “fracasado”. En una línea de la canción llega incluso a utilizar la primera persona en plural (“Tell the story of our history”/ “Narra el relato de nuestra historia) y en la segunda y tercera estrofa

⁹⁶ Alguien me dijo que vivir el ahora era lo más importante. Todos necesitamos la seguridad de pertenecer a algo. No puedes depender de tí en estos tiempos, contra todas las dificultades, todos deben quedarse atrás como todos estos cabrones.

⁹⁷ Líderes de la humanidad, nacidos de tu frustración, líderes de la humanidad, una extraña pretensión. Líderes de la humanidad, promesa de una nueva vida. No hay defensores de nuestra causa, que tuerzan los internados de odio, manipulación autoinducida, para destruir los pensamientos de masiva salvación. Viviendo en la era de hielo.

se refiere a él en plural, como ejemplo de un grupo social descripto como “failures of the modern man” (fracasos del Hombre Moderno). Este sujeto moderno dislocado (“In his time he was a total man”/ “En otra época fue un hombre completo”) se presenta también como una máscara social (“Wise words and sympathy”/ “Sabias palabras y carisma”) que oculta la fatalidad de su ser, la imposibilidad de llegar a ser un hombre a imagen de su padre (“Break the image of your father’s son”/ “Rompe la imagen de ser hijo de tu padre”), centrado emocionalmente (“Love in a hollow field”/ “Ama en el vacío”) y decidido (“he can’t pick sides”/ “no puede tomar partido”).

Don’t speak of safe Messiahs
A failure of the modern man,
To the centre of all life’s desires,
As a whole not an also ran.
Love in a hollow field,
Break the image of your father’s son,
Drawn to an inner feel,
He was thought of as the only one,
He was thought of as the only one.

He no longer denies,
All the failures of the Modern Man,
No, no, no, he can’t pick sides,
Sees the failures of the Modern Man.
Wise words and sympathy,
Tell the story of our history.
New strength gives a real touch,
Sense and reason make it all too much.
With a strange fatality.
Broke the spirits of a lesser man,
Some other race can see,
In his way he was the only one,

In his way he was the only one.

He no longer denies,
All the failures of the Modern Man,
No, no, no, he can't pick sides,
Sees the failures of the Modern Man.
Now that it's right to decide,
In his time he was a total man,
Taken from Caesar's side,
Kept in silence just to prove who's wrong.
("Failures")⁹⁸

En términos de Roland Barthes, el amateur es aquel que encuentra en la música que oye el deseo de *hacer*, percibe la música como arte performativo y no meramente contemplativo. Y este deseo de participar, decodificado del mensaje musical, es la condición de posibilidad de moverse hacia otro espacio, encontrarse con el deseo de la diferencia. Se constituye un doble movimiento: la apropiación y la distinción:

Como en la lectura del texto moderno, que no consiste en recibir, en saber o en sentir el texto, sino en escribirlo de nuevo, en cruzar su escritura con una fresca inscripción, tal es la lectura que hacemos de la música [...] transformarla (si se deja transformar) en una *praxis* desconocida. (Barthes, 1981:153)

Así también opera la música y la letra en las canciones de Joy Division: el mensaje se vuelve cada vez más introspectivo, se desplaza de la simple pose o

⁹⁸ No hablemos del Mesías, fracaso de Hombre Moderno, en el centro de los deseos de la vida, como totalidad y no como uno más del montón. Amar en el vacío, romper la imagen de hijo de su padre, atraído por un sentimiento interior, se suponía que fuera el único. Ya no niega, todos los fracasos del Hombre Moderno, no, no puede tomar partido, mira los fracasos del Hombre Moderno. Sabias palabras y simpatía, narra el relato de nuestra Historia. La nueva fortaleza le otorga un toque de distinción, sensatez y razón en demasía. Con una extraña fatalidad, quebró el espíritu del hombre inferior, alguna otra raza puede ver, a su manera, era el único. Ya no niega nada, todos los fracasos del Hombre Moderno, no toma partido, mira los fracasos del Hombre Moderno. Ahora es momento de decidir, en su tiempo era un hombre completo, del lado del César, se mantuvo en silencio para demostrar quién estaba equivocado.

máscara de estilo a la consolidación de la voz personal. Ian Curtis encuentra el registro adecuado de voz y consigue hacer del cuerpo y de la materialidad de su voz un canal de comunicación. Joy Division es la música de *la era de la muerte del afecto*, categoría acuñada por J. G. Ballard para designar no solo abandono del sentimiento y la emoción, sino también el modo en el que en este mundo desafectado el dolor, el miedo y la perversión constituyen la vía para recuperar la intensidad perdida. “Líderes de la humanidad” es una referencia directa a la obra de Ballard, particularmente a *Crash* (1973), una indagación en la imaginación sexual de un grupo de personas que tiene al accidente automovilístico como centro de excitación. En *Crash* los cuerpos que más excitan son aquellos en los que pueden leerse las huellas de un accidente pasado (cicatrices, prótesis), los que se empalman con los metales cromados o el nylon vinílico de un auto a punto de estrellarse. Este devenir abyecto del deseo en la era de la muerte del afecto permite reformular la supuesta negatividad atribuida a Joy Division.

Pondremos otro ejemplo de análisis a partir de la canción “Decades”. La primera interpretación –y la más generalizada⁹⁹- es la de la juventud de guerra. El campo semántico de la canción se puede leer entonces en relación con el nombre de la banda y presentar un cuestionamiento más profundo (ya no como acto provocativo por el uso del signo –tabú- como insignia). En “Decades” la lectura de la guerra se convierte en oscuridad, en pecado, en “retrato de la degeneración y el trauma”. Ian Curtis canta a la juventud, a un colectivo de soldados que participaron de la guerra. Hay una doble temporalidad en la canción: el tiempo pasado (del recuerdo) y el tiempo presente. También hay un cambio de voces o una suerte de diálogo entre el coro¹⁰⁰ que observa y pregunta, y las dos estrofas adonde la primera persona del plural cobra protagonismo. Son los jóvenes los que reflexionan sobre la experiencia pasada y sobre el futuro perdido:

We knocked on the doors of Hell's darker chamber,
Pushed to the limit, we dragged ourselves in,

⁹⁹ Afirmación que hacemos a partir de la consulta del foro web *songmeaning*, que también se lee en el libro de Deborah Curtis sobre la vida de Ian Curtis.

¹⁰⁰ “Here are the young men, the weight on their shoulders, Here are the young men, Well where have they been?” (Aquí están los jóvenes, con el peso en sus hombros/ Aquí están los jóvenes, ¿dónde han estado?)

Watched from the wings as the scenes were replaying,

We saw ourselves now as we never had seen.

Portrayal of the trauma and degeneration,

The sorrows we suffered and never were free.

(...)

Weary inside, now our heart's lost forever,

Can't replace the fear, or the thrill of the chase,

Each ritual showed up the door for our wanderings,

Open then shut, then slammed in our face.¹⁰¹

Lo interesante de la letra de “Decades” es que la lectura del objeto (los jóvenes de la guerra) es introspectiva y asimilada como experiencia propia. No es sólo un grupo, es una generación -una generación histórica además- que tiene continuidad en el futuro. Lo que cambia no es sólo la historia individual de cada uno de los soldados retratados, sino la experiencia histórica colectiva que condena el futuro, de acuerdo a la canción. Como resultado de este modo de transformación del objeto históricamente determinado en símbolo transhistórico¹⁰² -y de la apropiación de la voz a partir de la primera persona del plural-, la juventud perdida puede leerse a partir de las coordenadas espacio-temporales de la vida de Curtis. Esto se debe, además, a la forma en que él mismo comienza a trabajar las letras a partir de una percepción interna de la realidad, exteriorizando el “yo” y haciendo una lectura de sí mismo a partir de un objeto externo. Otro ejemplo de este procedimiento es “She’s Lost Control”:

And she turned around and took me by the hand

And said I've lost control again.

And how I'll never know just why or understand

She said I've lost control again.

¹⁰¹ Tocamos la puerta de la más oscura habitación del infierno, puestos al límite, nos arrastramos dentro, vimos desde las alas como se repetían las escenas, nos vimos a nosotros mismos como nunca antes. Retrato del trauma y la degeneración, las penas que sufrimos, nunca redimidas (...) Cansados por dentro, hemos perdido el corazón para siempre, no se puede suplir el miedo, o el estremecimiento de la persecución, cada ritual corrió el velo de nuestras quimeras, abrió la puerta, para luego cerrarla en nuestra cara.

¹⁰² Y de allí que sea utilizado el término “década” con la forma del plural “décadas”.

And she screamed out kicking on her side
And said I've lost control again.
And seized up on the floor, I thought she'd die.
(“She's Lost Control”)¹⁰³

El objeto (o el sujeto que padece la enfermedad) es en este caso femenino. Curtis habría escrito la letra luego de presenciar el ataque de epilepsia de una mujer a la que atendía en su oficina de trabajo. Al impacto del ataque en sí, se sumó la muerte de la protagonista, ocurrida poco tiempo después. La canción es una reflexión sobre las condiciones degenerativas de la epilepsia y un reflejo del temor, que utiliza la consigna del “no futuro” como metáfora de un fantasma propio, la muerte como consecuencia de la enfermedad. Si su música ofrece una exhibición de dolor, depresión y crueldad es para alcanzar una nueva intensidad de un cuerpo atormentado y enfermo (Esteras y Fanego, 2008: 20-21). La epilepsia, desorden nervioso que afectó a Ian Curtis durante sus últimos años, fue simultáneamente su huella en el escenario, su *geno-texto*.

Como la mayoría de las letras de *Unknown Pleasures*, “Day of the Lords” tematiza el fin del romanticismo juvenil y la llegada de la adultez. En la primera estrofa se describe la habitación juvenil (“This is the room, the start of it all”/ “Esta es la habitación, el comienzo de todo”) que más adelante se completa con la frase “through childhood, through youth, I remember it all”, en la segunda, las amistades (“These are your Friends from childhood”/ “Estos son tus amigos de la infancia”). Se percibe un sentimiento de ansiedad y temor al futuro en el coro de la canción (“Where will it end?”/ “¿Dónde terminará?”), en función de la imagen descripta en la primer estrofa y repetida en la última (“I've seen the nights, filled with bloodsport and pain”/ “He visto las noches llenas de sangre y dolor”).

This is the room, the start of it all,
No portrait so fine, only sheets on the wall,
I've seen the nights, filled with bloodsport and pain,

¹⁰³ Y volvió a mí y me sujetó la mano para decir: “otra vez perdí el control”. Y nunca supe ni comprendí cómo ni por qué ella dijo que perdió el control otra vez. Y gritando y pataleando, puesta de lado dijo: “perdí el control otra vez”. Paralizada en el piso, pensé que se moría.

And the bodies obtained, the bodies obtained.

Where will it end? Where will it end?

Where will it end? Where will it end?

These are your friends from childhood, through youth,
Who goaded you on, demanded more proof,
Withdrawal pain is hard, it can do you right in,
So distorted and thin, distorted and thin.

Where will it end? Where will it end?

Where will it end? Where will it end?

This is the car at the edge of the road,
There's nothing disturbed, all the windows are closed,
I guess you were right, when we talked in the heat,
There's no room for the weak, no room for the weak,

Where will it end? Where will it end?

Where will it end? Where will it end?

This is the room, the start of it all,
Through childhood, thorough youth, I remember it all,
Oh, I've seen the nights filled with bloodsport and pain.
And the bodies obtained, the bodies obtained, the bodies obtained.

Where will it end? Where will it end?

Where will it end? Where will it end?

(“Day of the Lords”)¹⁰⁴

¹⁰⁴ Este es el cuarto, el comienzo de todo, no hay retratos, sólo posters en la pared, He visto las noche, llenas de sangre y dolor, Y los cuerpos obtenidos. ¿Dónde terminará?
Estos son tus amigos de la infancia, a través de la juventud, que te pusieron a prueba, el dolor de la indiferencia es duro, se te mete por dentro, tan distorsionado y delgado, ¿Dónde terminará?

Por su parte, la letra de “Insight” es quizás el retrato más fiel del pensamiento de Curtis:

Guess the dreams always end
They don't rise up just descend
But I don't care anymore
I've lost the will to want more
I'm not afraid not at all
I watch them all as they fall
But I remember when we were Young
 (“Insight”)¹⁰⁵

El nombre del disco hace referencia a la obra de Marcel Proust *En busca del tiempo perdido* en la que el autor reflexiona sobre la memoria del pasado y su propia biografía. Por otra parte, la admiración que sentía Ian Curtis por Jim Morrison desarrolló en él un instinto romántico que se impregnó en la mitología del rock: “live fast, die young” (vive rápido y muere joven)¹⁰⁶. En “New Dawn Fades” y en “Shadowplay” se lee también esta problemática del *rock star* que supone la pérdida de ambiciones y la soledad del éxito:

[...]
I was me, waiting for me
Hoping for something more,
Me, seeing me this time,

Este es el coche en el borde de la carretera, no hay nada alterado, todas las ventanas están cerradas,

Supongo que tenías razón, cuando discutimos acaloradamente, No hay lugar para los débiles, ¿Dónde terminará? Este es el cuarto, el comienzo de todo, A través de la infancia, la juventud, lo recuerdo todo, he visto las noches llenas de sangre y dolor. Y los cuerpos resultantes.¿Dónde terminará?

¹⁰⁵ “Supongo tus sueños siempre terminan, no se alzan, sólo descienden. Pero ya no importa nada, perdí voluntad para querer algo más. No tengo miedo para nada. Los miro mientras caen pero recuerdo cuando éramos jóvenes”.

¹⁰⁶ También presente en la letrística de David Bowie: “Rock and Roll Suicide” y “All The Young Dudes”

Hoping for something else

(“New Dawn Fades”)¹⁰⁷

To the centre of the city where all roads meet, waiting for you,
To the depths of the ocean where all hopes sank, searching for you,
I was moving through the silence without motion, waiting for you,
In a room with a window in the corner I found truth.

[...]

In the shadowplay, acting out your own death, knowing no more.

[...]

I did everything, everything I wanted to,
I let them use you for their own ends.

(“Shadowplay”)¹⁰⁸

Algunas referencias de la letra de “Insight” (“I’ve lost the will to want more”/ “He perdido las ganas de desear más”) se repiten también en otras canciones como “Disorder” (“I’ve got the spirit, lose the feeling, take the shock away”/ “Tengo el espíritu pero perdí el sentimiento, la emoción”). La idea de que los sueños se terminan, de que los deseos tienen un límite se asocia en Curtis con la abrupta llegada de la adultez a su vida, aunque solo tuviera veinte años. Son numerosas las ocasiones en las que menciona la juventud en tiempo pasado (“I remember when we were young”/ “recuerdo cuando éramos jóvenes”) y podría entenderse esta referencia a la adultez como un cambio abrupto en su estilo de vida. En “Disorder”, por ejemplo, se contrasta el segundo verso de la primera estrofa (“Could these sensations make me feel the pleasures of a normal man?”/ “Estas sensaciones podrían hacerme sentir los placeres de un hombre normal?”), con el segundo verso de la segunda estrofa (“On the tenth floor, down the back

¹⁰⁷ Aquel era yo, esperando por lo que ahora soy, deseando tener más. Yo, que ahora me veo, deseo algo distinto.

¹⁰⁸ Hasta el centro de la ciudad donde las carreteras se unen, te esperé. Hasta las profundidades del océano donde todas las esperanzas se hunden, te busqué. Atravesé el silencio inmóvil, esperándote. En una habitación con una ventana en la esquina encontré la verdad.

En las sombras interpretaste tu propia muerte, sin saber nada más.

Hice todo lo que quise y dejé que te usaran para sus propios fines.

stairs, it's a no man's land"/ "En el décimo piso, debajo de las escaleras traseras, es tierra de nadie").

I've been waiting for a guide to come and take me by the hand,
Could these sensations make me feel the pleasures of a normal man?
These sensations barely interest me for another day,
I've got the spirit, lose the feeling, take the shock away.

It's getting faster, moving faster now, it's getting out of hand,
On the tenth floor, down the back stairs, it's a no man's land,
Lights are flashing, cars are crashing, getting frequent now,
I've got the spirit, lose the feeling, let it out somehow.

What means to you, what means to me, and we will meet again,
I'm watching you, I'm watching her, I'll take no pity from you friends,
Who is right, who can tell, and who gives a damn right now,
Until the spirit new sensation takes hold, then you know,
Until the spirit new sensation takes hold, then you know,
Until the spirit new sensation takes hold, then you know,
I've got the spirit, but lose the feeling,
I've got the spirit, but lose the feeling,
Feeling, feeling, feeling, feeling, feeling, feeling.
("Disorder")¹⁰⁹

¹⁰⁹ He estado esperando un guía que me lleve de la mano, ¿Podrían estas sensaciones hacerme sentir los placeres de un hombre normal? Estas sensaciones apenas me interesan ya, tengo el espíritu, pero perdí el sentimiento, se ha ido la emoción.
Se vuelve cada vez más rápido, se mueve más rápido ahora, se va de las manos, en el décimo piso, bajo la escalera trasera, es tierra de nadie, las luces parpadean, los coches chocan, se vuelve cada vez más frecuente, tengo el espíritu, pero he perdido la sensibilidad, la dejo salir de algún modo. Lo que signifique para tí, lo que significa para mí, nos volveremos a encontrar, te estoy mirando, estoy mirándola, me quedo sin la piedad de mis amigos, ¿Quién tiene razón?, ¿quién decide?, ¿a quién le importa ahora?
Hasta que la sensación del nuevo espíritu se apodere, entonces tú sabrás, tengo el espíritu, pero perdí el sentimiento.

Una parte de la canción nos hace pensar en un conflicto moral que inquieta al yo poético (“Who is right, who can tell, and who gives a damn right now”/ “¿Quién tiene la razón?, ¿quién decide?, ¿a quién le importa ahora?”) que también está presente en la letra de “Candidate” (“I don’t know what made me, what gave me the right, to mess with your values, and change wrong to right”/ “No sé qué me motivó, qué me dio derecho, a meterme con tus valores, y hacer de lo malo algo bueno”) y en “Passover” (“This is a crisis I knew had to come, destroying the balance I’d kept”/ “Esta es una crisis que sabía que iba a ocurrir, destruyendo el equilibrio que tenía”). Esta sensación trágica que antes relacionábamos con la ansiedad, el miedo al porvenir, se hace más fuerte en estos ejemplos al complementarse con el sentimiento paradójico en “Heart and Soul” (“heart and soul, one will burn”/ “corazón y alma, uno de los dos arderá”, “a struggle between right and wrong”/ “una lucha entre el bien y el mal”) y la bipolaridad, como en el caso de “Digital”:

Feel it closing in,
Feel it closing in,
The fear of whom I call,
Every time I call,
I feel it closing in,
I feel it closing in,
Day in, day out,
Day in, day out.

I feel it closing in,

I feel it cold and warm.
The shadows start to fall.

I feel it closing in,
I feel it closing in,
Day in, day out,
Day in, day out,
Day in, day out,
Day in, day out,
Day in, day out.

I'd have the world around,
To see just whatever happens,
Stood by the door alone,
And then it's fade away.
I see you fade away.
Don't ever fade away.
I need you here today.
Don't ever fade away.
Don't ever fade away.
Don't ever fade away.
Don't ever fade away.
Fade away. fade away.
Fade away. fade away.
Fade away. fade away.
Fade away.
(“Digital”)¹¹⁰

Los textos de Joy Division para la etapa de *Closer* se muestran aún más depresivos y claustrofóbicos que en *Unknown Pleasures*. Se tematiza la confrontación entre vida privada y vida pública, a la vez que ambas tienden a fusionarse. Ya para la gira europea los miembros de Joy Division debieron dejar

¹¹⁰ Siento cerca el miedo del que llamo, cada vez que llamo, lo siento cerca. Día tras día. Lo siento cerca, como se forman los patrones, siento frío y calor, las sombras empiezan a caer. Lo siento cerca, día tras día (un día dentro, un día fuera). Tendría el mundo alrededor, para ver todo lo que sucede, parado junto a la puerta, solo, y que luego se desvanezca. Lo veo desaparecer. Te necesito aquí hoy.

sus trabajos regulares para dedicarse de lleno al grupo. A sus 22 años, Ian Curtis estaba casado, tenía una hija y había establecido una residencia, un hogar familiar. En “The Eternal” Curtis hace eco de esta problemática personal cuando dice “Cry like a child, though these years make me older, with children my time is so wastefully spent” (“Lloro como un niño aunque estos años me hayan hecho más viejo, con los niños mi tiempo se desperdicia”). Cuando en “Heart and Soul” escribe “the past is now part of my future, the present is well out of hand” (“El pasado es ahora parte de mi futuro, el presente está fuera de mi alcance”) quizás esté refiriéndose a su situación familiar, en contraste con su presente de líder de una banda de rock.

La nueva realidad de los viajes, la vida nocturna y sus implicaciones, y una relación amorosa extramatrimonial, produjeron una escisión y un conflicto en su personalidad que se ve reflejado en las letras de las canciones. El sentimiento de culpabilidad y el pedido de perdón son dos cuestiones recurrentes en toda la obra de Curtis, pero se hacen más claros en esta última etapa, en “Heart and Soul” (“I exist on the best terms I can”)/ “Vivo de la mejor manera que puedo”) y especialmente en “Isolation”:

[...]

Mother I tried please believe me,
I'm doing the best that I can.
I'm ashamed of the things I've been put through,
I'm ashamed of the person I am.

Isolation, isolation, isolation.

(“Isolation”)¹¹¹

Ya no se culpa a una tercera persona por los fracasos de su vida (un sujeto que es víctima de su tiempo). Ahora el fracaso, el miedo y la culpa son autosugestivos (“Your hopes, your dreams, your Paradise. Heroes, idols, cracked

¹¹¹ Madre lo he intentado, por favor créeme, lo hago lo mejor que puedo. Me avergüenzo de todo lo que te hice pasar, me avergüenzo de la persona que soy. Aislamiento.

like ice”/ “Tus esperanzas, tus sueños, tu paraíso. Héroes, ídolos, se rompen como el hielo”). Ya no se trata de describir problemas ajenos, relecturas de otras voces, sino de construir una voz individual.

Now that I've realised how it's all gone wrong,
Gotta find some therapy, this treatment takes too long.
Deep in the heart of where sympathy held sway,
Gotta find my destiny, before it gets too late.
(“Twenty Four Hours”)¹¹²

Las canciones de Joy Division muchas veces son oraciones fúnebres que documentan un estado de pérdida, o insisten en el recuerdo de momentos de plenitud e intensidad de los que ya no queda nada. El presente es vivido con anestesia, sin afecto y con una evidente pérdida de la pasión. En la escritura de Curtis se lee también un fuerte componente de extrañamiento y distancia de los sujetos entre sí como en “I Remember Nothing” (“we were strangers for way too long”/ “fuimos extraños por mucho tiempo”) o en “Atrocity Exhibition” (“the eyes of those standing outside looked in at her as into the cage of some rare creature in a zoo”/ “los ojos de quienes están del otro lado del cristal, la miran como si fuera una criatura extraña del zoológico”).

Pero si la música de Joy Division ofrece una exhibición de dolor (*Atrocity exhibition*), existe también una fuerza afirmativa que se esconde detrás del éxtasis de la muerte.

Procession moves on, the shouting is over,
Praise to the glory of loved ones now gone.
Talking aloud as they sit round their tables,
Scattering flowers washed down by the rain.
Stood by the gate at the foot of the garden,
Watching them pass like clouds in the sky,

¹¹² Ahora que me hago cargo de todo lo que salió mal/ Debo encontrar otra terapia, este tratamiento tarda demasiado/ En lo hondo del corazón donde la simpatía triunfaba/ Debo encontrar mi destino antes que él me encuentre a mí.

Try to cry out in the heat of the moment,
Possessed by a fury that burns from inside.
("The Eternal")¹¹³

This is the crisis I knew had to come,
Destroying the balance I'd kept,
Turning around to the next set of lives,
Wondering what will come next.
("Passover")¹¹⁴

La importancia atribuida a la pertenencia a un tiempo y lugar, ahora se convierte en el problema de perdurar. El gran logro lírico de Ian Curtis fue capturar la realidad de una sociedad en crisis, con una perspectiva a la vez universal y personal. Sus canciones oscilan entre la desesperanza y la posibilidad de algún tipo de solidaridad humana, y en el centro se tematiza el miedo a perder la capacidad de sentir (Savage, 2008)¹¹⁵. En este rito de pasaje percibimos el distanciamiento de aquella primera etapa mimética hacia el encuentro de un lenguaje propio, el *geno texto* o la unificación de cuerpo, voz y lenguaje.

10.5 El suicidio como signo

Your confusion/ My illusion
Worn like a mask of self hate
Confronts and then dies.
"Atmosphere" (*Closer*, 1980)

En el lenguaje poético de Ian Curtis ya se observan signos de una personalidad depresiva. Como poníamos de manifiesto en los ejemplos citados, el

¹¹³ La procesión avanza, el criterio termina/ Elogiemos la gloria de amados que se fueron/
Hablando en voz alta alrededor de la mesa/ Esparcindo flores lavadas por la lluvia/ Me paré junto a
la verja del fondo del jardín/ Mirándolos pasar como nubes que pasan/ Ansioso traté de llamarlos/
poseído por la ira que me quema por dentro.

¹¹⁴ Esta es la crisis que sabía tenía que venir/ y destruir el equilibrio que mantenía/ un giro hacia
nuevas vidas/ esperando lo que vendrá después.

¹¹⁵ <http://www.guardian.co.uk/books/2008/may/10/popandrock.joydivision>

yo poético se desplaza de una imaginería de posguerra simplificada, fruto de la curiosidad juvenil, a una inseguridad sobre el propio ego, y un temor existencial quizás sin precedentes en la lírica de las canciones del rock, que suelen estar gobernadas por la exaltación del ego y/o el deseo puro en el terreno de lo dionisíaco. La representación escénica de ese yo poético es una clara evidencia del padecimiento que contribuyó enormemente al colapso físico y emocional de Curtis: la epilepsia. Los bailes eran precisos y mecánicos, como convulsiones que seguían el beat de la canción tratando de controlar el cuerpo a través del ritmo de la música, aunque podrían tratarse de estados pre-convulsivos.

En enero de 1979 Curtis comenzó a tomar barbitúricos para controlar las convulsiones, entre ellos Phenobarbital y Phenytoin Sodium. Estas drogas le podrían haber predisposto un estado anímico depresivo pero lo cierto es que su gran conflicto era la imposibilidad de compatibilizar las prácticas de la profesión (la bebida, los cigarrillos, la vida nocturna) con su enfermedad y sus responsabilidades hogareñas (el matrimonio y la paternidad), lo que derivó en estados depresivos y malestares físicos cada vez más frecuentes y violentos¹¹⁶. Cansada de las mentiras y engaños de su marido, Deborah Curtis pidió el divorcio en abril de 1980.

Ian Curtis se suicidó en las primeras horas del domingo 18 de mayo de 1980, a la edad de 23 años, precisamente cuando Joy Division estaba a punto de iniciar su primera gira por Estados Unidos y preparaba el lanzamiento de *Closer*, su segundo álbum de estudio. Los detalles sobre el hecho pueden leerse en la biografía de Deborah Curtis, *Touching from a Distance* (1995). El sábado por la tarde, Curtis regresó solo a su casa en Barton Street, Macclesfield, y llamó a su amante Honoré para hablar de las posibilidades del divorcio y de unas vacaciones juntos. Alrededor de las 9 de la noche, Curtis vio la película *Stroszek*, de Werner Herzog que trata de la vida de un cantante callejero que viaja a Estados Unidos donde comete algunos actos delictivos, su novia se vuelve prostituta y le embargan la casa. Tras el infortunio, el protagonista del filme se decide por el

¹¹⁶ Chris Ott (2004: 95) relaciona esta situación de Ian Curtis con la figura literaria del joven Werther de Goethe. Creemos que una asociación entre los temas de la literatura pre-romántica, romántica del XVIII y XIX y de los poetas malditos de finales del siglo XIX podría ser una interesante línea de investigación para futuros trabajos sobre la retórica del rock.

suicidio. Al finalizar el visionado, alrededor de las 10.45 de la noche, Curtis escuchó el álbum *The Idiot* de Iggy Pop, afectado quizás por la letra de “Tiny Girls” que dice “Well the day begins, You don’t want to live, ‘cause you can’t believe in the one you’re with” (El día empieza, no quieres vivir, porque no confías en la persona que tienes a tu lado). Bebió y escribió una nota a su esposa. Luego se ahorcó en el tendedero de ropa que la pareja tenía sujeto al techo de la cocina. Al día siguiente, Deborah Curtis encontró su cuerpo sin vida.

La muerte de Ian Curtis no fue sólo un acontecimiento particular que marcó un antes y un después en la identidad del grupo; pudo ser leído también como extensión de un rito y de una mitología con marca propia en el universo semiótico del rock. La significación de la muerte de un artista es ambigua: tiene valor dentro del conjunto de signos de la subcultura (se inscribe dentro de una serie de eventos similares) pero también tiene un valor único como hecho excepcional. En primer lugar, los conceptos de rock y juventud van unidos por lo que la idea de la muerte prematura (muerte en la juventud) potencia esta unión conceptual y la traslada a un nivel superior de significación, convirtiéndola en una muerte ritual. La vida del rockstar se convierte en un rito en sí misma: *sexo, drogas y rock and roll*.

El segundo aspecto de dicha mitología tiene que ver con el vínculo de la música con lo dionisíaco. La leyenda del *Fausto* ha sido trasladada a la cultura popular a partir del bluesman Robert Johnson. Cuenta la leyenda que Robert Johnson vendió su alma al diablo en el cruce de la autopista 61 con la 49 en Clarksdale (Misisipi), a cambio de interpretar el blues mejor que nadie. La historia perdió su literalidad (la representación del encuentro nocturno con el diablo y el pacto de virtuosismo a cambio del alma) para convertirse en una metáfora general: el artista de rock entrega la vida a la consagración de su obra, resigna la vida doméstica y privada por la fama y la publicidad, entrega su alma al público, despersonaliza las canciones. La muerte es consagración: no hay lugar a réplicas futuras (y con esto queremos decir que no habrá futuros fracasos) y no habrá *revivals* o reencuentros, la nostalgia será legítima.

La muerte de Ian Curtis se convierte así en mito, en función de una serie de significantes en los que se re-presenta el significado. Estos elementos

significantes son a su vez signos primarios que el mito, en tanto metalenguaje, *deforma* para su propia significación, que nunca es completamente arbitraria sino parcialmente motivada. Volvamos a las secuencias narradas la noche previa al suicidio:

- a) Escena 1: La noche del sábado, Ian Curtis enciende la TV y ve la película *Stroszek*. Dirigida por el alemán Werner Herzog en 1977, el film narra parte de la vida de Bruno S. (personaje interpretado por el actor del mismo nombre, y parcialmente autobiográfico) que, tras sus problemas con el alcohol y tras pasar por una serie de reformatorios, intenta reencauzar su vida junto a una ex prostituta de Berlín. En compañía de un anciano vecino suyo, deciden ir a buscar un mejor futuro a América, pero allí tendrán que afrontar la imposibilidad de rehabilitarse, ni siquiera en esa tierra prometida.
- b) Escena 2: Luego de mirar la película de Herzog, el cantante de Joy Division escucha el álbum *The Idiot* de Iggy Pop (1977). El disco debut de Iggy Pop como solista es un ícono de todos los tiempos. Lo grabó en Berlín con David Bowie como productor (y con Tony Visconti como colaborador), en línea con su trilogía berlinesa (*Low*, *Heroes* y *Lodger*). El nombre del disco está inspirado en la novela de Dostoyevsky cuyo protagonista, el príncipe Lev Nikolayevich Myshkin, es internado en una clínica psiquiátrica para someterse a un tratamiento por su “idiotismo” y su epilepsia. La referencia que hacen Iggy Pop, Bowie y Visconti a la novela es meramente alusiva pero algunas referencias, como la mencionada cita de “Tiny Girls”, pueden emparentarse con el suicidio de Curtis.

También hemos de analizar los signos que han marcado esta muerte como significante:

- c) Epitafio: En la tumba de Ian Curtis, su esposa decide colocar la inscripción “Love Will Tear Us Apart” -título del hit de Joy Division cuya letra refiere a la infidelidad de Curtis y a la desintegración de su matrimonio.

- d) Orbituario: John Peel, locutor de Radio 1, programa una pieza emblemática del grupo como homenaje: “Atmosphere”. Desde ese momento, la canción se convierte en metáfora de la muerte (con la misma función en *Joy Division A Documentary* y en *Control*).
- e) New Order: Despues de la muerte de Ian Curtis, los miembros restantes deciden continuar tocando juntos pero con un cambio de nombre. “New Order” fue sugerido por Rob Gretton a partir de un titular que leyó en el diario *The Guardian*. Al igual que “Joy Division”, la nueva denominación fue interpretada de diferentes maneras, en relación al nazismo¹¹⁷, como contestación a la canción de Joy Division “Disorder”, o luego bajo la etiqueta de la *New Wave*. El primer simple editado como New Order fue “Ceremony”, con “In a Lonely Place” como cara B, dos canciones inéditas compuestas dos semanas antes de la muerte de Ian Curtis. Será recién a partir de 1983, con el lanzamiento del LP *Power, Corruption and Lies* que New Order mostrará un cambio significativo en el sonido y en la consigna musical.

Todos estos elementos, integrados y funcionando en un mismo sistema, generan el campo de significación en torno a la muerte de Ian Curtis y le otorgan su carácter simbólico. La muerte se convierte así en relato, en especial cuando promueve la reescritura a partir de nuevas luces puestas sobre el objeto. A través de la metáfora y de la metonimia pueden resignificarse todos los elementos que hemos planteado anteriormente e introducirlos al relato de la muerte: todo se convierte en habla, en lenguaje.

Los últimos meses de Ian Curtis fueron tan melodramáticos como sus canciones. En “Twenty Four Hours”, quizás la letra más brutal y mórbida de Joy Division, el tercer verso parece indicar el deseo suicida:

I never realized the lengths I'd have to go
All the darkest corners of a sense I didn't know
Just for one moment I Heard somebody call

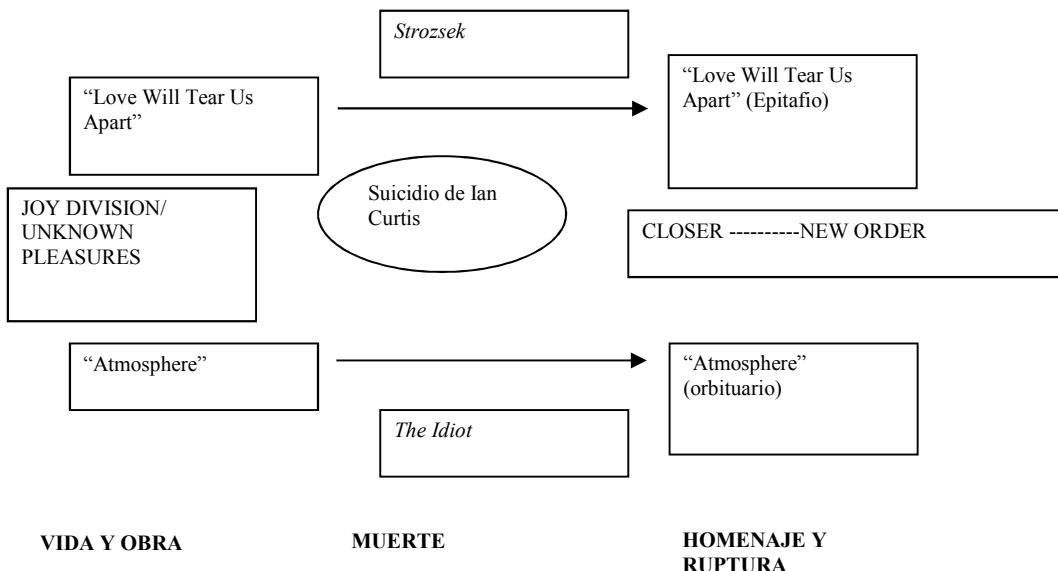
¹¹⁷ Hitler, en su libro *Mein Kamph* se refiere al Tercer Reich como el “nuevo orden”.

Looked beyond the day in hand –there's nothing there at all
Looked beyond the day in hand –there's nothing there at all¹¹⁸.

En “Passover” y “A Means to an End” Curtis parece aceptar la muerte como destino.

Estructuralmente el suicidio de Ian Curtis marca un antes y un después en la historia de Joy Division pero también en la concepción de su obra; separa la edición del primer disco (*Unknown Pleasures*) del segundo (*Closer*) en el plano diacrónico, y delimita espacialmente un territorio (marcado por un tiempo real y uno imposible, a nivel histórico), la gira por Europa y la gira frustrada por Estados Unidos. Pero además pone punto final a la formación del grupo, de manera que toda manifestación futura bajo el nombre Joy Division se percibe como *residual*. El círculo se cierra con una lápida y con un orbituario, creados a partir de signos-jirones dentro de la misma obra de Curtis. La nueva posición de dichos signos marcan ahora una diferencia: dirigen la atención hacia una lectura de la experiencia (única e irrepetible) de Curtis. El público ya no se apropiaba de la obra adaptándola a su vivencia cotidiana, sino que la interpretaba como presencia del sujeto ausente, buscando quizás comprender el modo de pensamiento que motivó el suicidio. En 1980 poco se supo de las circunstancias del hecho fuera del círculo familiar, los miembros del grupo y de la Factory, por lo que los discursos periodísticos de la época se sostenían en un vacío de información y recreaban historias puramente especulativas. Quince años más tarde, Deborah Curtis rompió el silencio publicando las memorias de su matrimonio y recién en el año 2006 salieron a la luz las cartas de Curtis a Honoré. Tuvieron que pasar treinta años para que Joy Division consiguiera ocupar una posición central en el campo del rock.

¹¹⁸ Nunca me di cuenta de lo lejos que llegaría/ No conocía todos los rincones oscuros del sentimiento/ Por un momento me pareció que alguien llamaba/ Más allá del tiempo presente que vivimos no hay nada.



25 El suicidio de Ian Curtis, un esquema 1

La historia de Joy Division es una narración que se construye a partir de diversos textos-jirones que dan coherencia al discurso¹¹⁹. Joan Elies Adell (1998) adhiere a la teoría discursiva bajtiniana y del Círculo de Praga (Medvedev, Voloshinov) planteando la necesidad de analizar la música en tanto formas de organización de enunciados concretos, con funciones sociales e ideológicas propias que permitan explicar el sentido o el significado de los fenómenos (grupos, escenas, movimientos subculturales) como parte de una realidad cultural más amplia. En función de lo que ya hemos planteado con anterioridad, la historia de Joy Division no deja de ser un breve período de tiempo (poco significativo si pensamos en la carrera de otros artistas de pop/ rock); no obstante, la Factory y los medios siguieron reescribiendo su historia durante más de treinta años. Son ellos los responsables de otorgar un significado y una relevancia cultural a la obra de Joy Division , en tanto pioneros de una escena local dentro del circuito de la música independiente en Manchester, de un estilo subcultural que muchos consideran como precursor del *Goth* (rock gótico), y de una retórica sobre el tedio de la

¹¹⁹ M. Bajtín fue uno de los primeros teóricos literarios que plantearon el dialogismo como una característica de los discursos, seguido por Julia Kristeva con el término de intertextualidad o también presente en la obra de Gérard Genette (transtextualidad), Derrida (diseminación) y Bloom (influencia).

modernidad y los hijos del aburrimiento reflejo de las condiciones de vida de la juventud mancuniana de finales de 1970.

Esas resonancias dan al texto una densidad especial, incorporan otras voces, otras perspectivas, otras posibilidades y, al mismo tiempo, proponen una distancia crítica del objeto, como narrativa y como metanarrativa de sí mismo. La historia de Joy Division es una narración inconclusa que se sostiene en el misterio de la muerte premeditada, del suicidio, secreto indescifrable que el sujeto se lleva a la tumba pero que deambula como un fantasma que necesita de cierta clausura del relato. Y este proceso introspectivo, reflexivo, de duelo, se toma su tiempo. Deborah Curtis, la viuda de Ian Curtis, publicó *Touching from a Distance* (1995) quince años después de su muerte; en *Joy Division: Piece by Piece* (2007) Paul Morley transmite el sentimiento de la pérdida a partir de la experiencia del suicidio de su propio padre; en *Manchester: Looking for the light through the Pouring Rain* Peter Hook comenta

Nunca pude librarme de Ian y tampoco quiero hacerlo. Me gusta que mi vida esté marcada por la memoria de Ian y que su imagen icónica me rodee todo el tiempo. Cuando trabajo de DJ paso música de Joy Division, cuando me siento en mi oficina estoy rodeado de fotos de Ian y Joy Division. Aunque no esté físicamente sí que lo está -y mucho- metafísicamente. (Cummins, 2009: 156)

Y es precisamente esta acción de los jirones de la memoria la que construye el mito detrás de Joy Division, un mito que no oculta nada aunque quiera sino que *deforma* (Barthes, 1957: 127), conecta elementos por relaciones de proximidad, por asociación¹²⁰. Lo ejemplificábamos en el apartado anterior cuando comentábamos la escena del suicidio, pero éste también se ha intentado justificar a través del análisis de las letras de las canciones como si la muerte hubiera sido anunciada por síntomas como la bipolaridad (“Digital”), la depresión (“Isolation”), el miedo a la enfermedad (“She’s Lost Control”), etc.

¹²⁰ Cada vez que en una entrevista el periodista le preguntaba a Tony Wilson por qué se había suicidado Ian Curtis, él insistía en responder “es un secreto”

Uno de los mecanismos utilizados por la industria de la música, en conjunto con el cine y la televisión, para la recuperación de la memoria es la construcción narrativa histórica a partir de la forma del teledocumental y la ficción documental. El rockumental como objeto de estudio es una unidad heterosemiótica cuyo sentido textual “viene definido como la resultante de una relación dialéctica establecida en la suma y la interacción de *efectos* de sentido esencialmente diversos” (Gonzalez Martínez, 1999: 71). En este sistema de relaciones podríamos denominar *hipotexto* a la música y a la performance de un artista e *hipertexto* al documental que registra y codifica una serie de valores y prácticas culturales.

El rockumental es, en primer lugar, una unidad de discurso y un sistema textual filmico con una estructura y un código propio. Según Matt Stahl el rockumental “es una forma de documental que se centra en la experiencia subjetiva de una obra particular dentro y fuera de las industrias culturales capitalistas contemporáneas” (2008: 237). En tanto representación, a partir de la música de un espacio y de un tiempo en la imagen (su naturaleza es de orden narrativo) construye un discurso diegético que combina a la vez una relación con el referente objetivo (la realidad expuesta) y una construcción ficticia fundada en la subjetividad de quien emite el discurso y cuenta la historia, a partir de la adopción de un modo particular de narrar construido en base a enunciados ideológicos, culturales y simbólicos (Abeillé, 2012: 56).

En *Joy Division, The Documentary* (Grant Gree, 2007) se agrupa material de archivo tomado de la televisión, fotografías de Manchester y de Joy Division de finales de los setenta, complementando esta información visual con el sonido del grupo y entrevistas a quienes estuvieron involucrados directamente en la historia de la banda: Tony Wilson, Peter Saville, Pete Shelley (Buzzcocks), Paul Morley, Kevin Cummins, Anton Corbijn e incluso con la participación de la periodista Annik Honoré, con quien Ian Curtis estableció una relación sentimental fuera de su matrimonio con Deborah Curtis. Este tipo de documental interactivo desarrolla la trayectoria del grupo en un recorrido diacrónico por su carrera artística y abre el abanico de interpretaciones al introducir las voces de otras figuras relacionadas con el fenómeno narrado (productores, managers, miembros

de un grupo, mujeres, críticos y periodistas y en menor medida, fans). El discurso se centra en la fatalidad del protagonista y en el destino que lo lleva a la muerte en función de los signos que anunciaron el final y las reacciones del resto de los personajes involucrados en la historia. La muerte se convierte también aquí, a través del modo narrativo del documental, en sacrificio ritual que pervive en la memoria de los fans como legado del artista. El film utiliza las letras de las canciones para sostener la argumentación y presenta un esquema audiovisual complejo entre las imágenes, la voz y los textos como símbolos de una ausencia.

Algo similar ocurre en la película *Control* (Anton Corbijn, 2007), aunque se trata de una ficción documental basada exclusivamente en las memorias de Deborah Curtis. El protagonista, en este caso, es Ian Curtis antes que Joy Division, recuperado a través de la imagen en blanco y negro de Corbijn, fotógrafo del grupo en los setenta. Este tipo de narración escapa un poco a la pseudo objetividad de la historia incorporando más elementos de la ficción melodramática, un triángulo amoroso y una tragedia de amor. El título mismo del documental supone este núcleo conflictivo de la narración, el desorden psicológico y los motivos que conducen al desenlace de la historia. La música de la película, a diferencia del registro del documental, está recreada por los propios actores, inclinándose por una interpretación más realista del objeto representado.

Volviendo a la bibliografía escrita sobre el grupo, podemos mencionar el libro *Unknown Pleasures: Inside Joy Division*, de Peter Hook (2013), quien recopila esta suerte de memoria del grupo, comenzando desde los días del colegio junto a Bernard Sumner, pasando por el concierto de los Pistols en 1976, la formación del grupo y la grabación de los dos discos oficiales, hasta la muerte de Ian Curtis. El libro intenta escapar al oscurantismo que con el tiempo fue adquiriendo la historia de Joy Division a través de las imágenes y la música; y a cambio ofrece momentos de distensión, de humor y anécdotas divertidas de la gira que hicieron junto a los Buzzcocks. Dice Hook en una entrevista con la revista *Rolling Stone*:

Mi problema con la bibliografía escrita sobre Joy Division es que me da la sensación de que no representa los hechos de manera completa. Desde mi punto de vista, hay algo que falta, la

humanidad y el humor. Siempre sentí que la imagen de genio oscuro que le daban a Ian era la misma representación que le daban a los dinosaurios de la música, cuando el punk intentó precisamente desmitificar este aura y mostrar que cualquiera podía ser artista.
(2013)

Saliendo del cliché de la historia y el periodismo del rock, Hook intenta darle la vuelta al relato.

Finalmente, podemos citar también como ejemplo de discurso y representación de Joy Division y Ian Curtis, la antología poética que reúne las letras de las canciones del grupo (2008) reversionadas por cinco escritores argentinos (Walter Cassara, Mariano Dupont, Roberto Echavarren, Andi Nachon y Violeta Percia) que se propone realizar una doble traducción de las letras al castellano sostenida simultáneamente por la traducción de la experiencia de la música a la escritura poética. Se trata, no de un cancionero, sino de un proyecto que busca recrear la unidad expresiva que componen el sentido y la forma, el significado poético en el contexto de la canción, a partir de la experiencia que los cinco traductores hicieron de la música de Joy Division, expresadas en el estilo con el que cada uno interviene el original en su traducción. Con este ejemplo nos anticipamos al comentario del próximo apartado sobre las versiones de las canciones y el modo en el que se actualiza la presencia e importancia de Joy Division a partir del homenaje; asimismo, daremos un paso más en el análisis de lo que plantearemos más adelante como la formación de un canon de obras del pop/rock, al cual Joy Division ha accedido en los últimos años mediante un proceso de legitimación interno a lo que denominamos la institución del pop/rock.

11. LAS INSTITUCIONES DEL ROCK Y EL PROCESO DE LEGITIMACIÓN

El campo intelectual, en tanto espacio social relativamente autónomo de producción de bienes simbólicos, no es un espacio neutro de relaciones interindividuales sino que está estructurado como un sistema de lucha entre grupos y toma de posiciones intelectuales y artísticas. Su autonomía es el producto de un proceso histórico de diferenciación externa, respecto de otros campos, e interna, en el establecimiento de sus reglas y una estructura propia. El estudio de las condiciones históricas y sociales que hace posible la existencia del campo intelectual permite captar las relaciones entre quienes integran el sistema y las interacciones entre una pluralidad de instancias y agentes que se definen por su función y por su posición de autoridad más o menos reconocida en esta estructura. Estos agentes ejercen una influencia sobre el público y operan de árbitros de la competencia por la consagración y la legitimidad de las obras intelectuales y los artistas.

Motti Regev ha insistido en que la definición del rock como forma de arte ha sido el producto de la labor de periodistas musicales como Greil Marcus, David Laing o Dave Marsh y de un discurso centrado en la ideología de la autenticidad y el rock como forma de resistencia. Esta crítica nació a mediados de los sesenta, cuando el rock ‘n’ roll dejó de ser simplemente música bailable para adolescentes y adquirió la conciencia de que era un arte. Tras la estela de Bob Dylan, músicos como los Beatles, los Stones o los Byrds comenzaron a escribir letras susceptibles de interpretación. La crítica de rock surgió con un sesgo bastante literario: los primeros críticos de revistas como *Crawdaddy* y *Rolling Stone* tenían la tendencia de tratar a cantantes como John Lennon o Jim Morrison como si fueran visionarios o sabios, poseedores de un poder oracular capaz de capturar el *Zeitgeist* en sus composiciones. Esa tendencia de mediados de los sesenta se materializó en la sustitución del término “rock ‘n’ roll” por el de “rock” (Reynolds, 2010: 219). La esencia de la crítica de rock radica en la atribución que le hace a la música popular de una plusvalía (el “grano de la voz” en Barthes, el “factor X” en Reynolds, el “exceso” en Grossberg), que la lleva más allá de su

función de entretenimiento y le añade un componente político: resistencia, diferencia, sentido de comunidad, oposición al *mainstream*.

Un número amplio de críticos, académicos y fans de la música popular que sostienen la idea de que la música de los Beatles, los Rolling Stones y Jimy Hendrix –por citar los ejemplos más obvios– son arte verdadero, o al menos tan verdadero como cualquier forma musical sería pudiera serlo. En los últimos 25 años esta *intelligentsia* del rock ha defendido la idea de que el rock debe ser reconocido como una forma artística. (Regev, 1994: 86)

La hipótesis de Regev es que el rock, a pesar de haber sido defendido por críticos y académicos a partir de su autenticidad o su compromiso con una ideología subversiva, ha ido construyendo distinciones y jerarquías a partir de la aplicación de discursos sobre el arte autónomo. Aplicando las teorías de Bourdieu sobre la formación y el funcionamiento de los campos artísticos, Regev defiende la idea de que el rock ha conseguido la legitimación y la posibilidad de ser reconocido artísticamente. El estilo profético o los manifiestos de la crítica del rock, con componentes de denuncia y celebración, se construye así como una suerte de escritura evangélica (Reynolds, 2010: 222); siendo la defensa de una particular instancia del rock (una banda, un género, una escena) y también un modo de revitalizar la creencia en el rock causa o un proyecto compartido.

La adopción del concepto tradicional de arte aplicado a la estética del rock se basa en el continuo reconocimiento de los “grandes artistas y obras”. No obstante, la producción de valor en el rock no se relaciona con una teoría del arte puro, sino con el componente social de los significados producidos artísticamente y su grado de cuestionamiento de la cultura dominante, aunque la obra no se conecta de modo directo a la sociedad sino a través de la estructura de este campo intelectual, que funciona como mediador entre ella y la sociedad.

En los setenta y ochenta, el grupo de escritores que había planteado el carácter artístico del rock, delimitando sus parámetros de valor y significación social, comenzó a publicar recapitulaciones, biografías, enciclopedias, historias, guías de mejores discos y otros géneros de escritura periodística. De esta forma, y

a través de las categorizaciones, periodizaciones, y de la elección de un cuerpo de obras y artistas, fueron construyendo un relato específico sobre el rock. Asimismo, estos críticos fueron construyendo una jerarquía de obras (el álbum clásico de rock se convierte en la unidad principal) y artistas, basada en el prestigio y estatuto cultural de la música, según los criterios de valor que mencionábamos anteriormente, la autenticidad y la resistencia.

El reconocimiento de una forma cultural como forma artística dentro del campo de producción de la cultura es llevado a cabo por un cuerpo de instituciones y academias. En el caso del rock, podemos mencionar, además de los que hemos enumerado anteriormente (British Experience, Public Library y Hall of Fame), a la cadena de cafés “Hard Rock” o las muestras temporales sobre fotografía del rock, indumentaria, o instrumentos utilizados por los músicos, cartas, documentos, anecdotarios. Construir historias es una forma de editar la realidad, de establecer un filtro sobre los acontecimientos para organizar la información a través de una estructura narrativa. Por ejemplo, la serie de documentales de la BBC titulados *Britannia* (*Folk Britannia*, *Blues Britannia*, *Prog Britannia*, *Synth Britannia*, *Punk Britannia*, etc.) organizan su narrativa histórica a partir de la subdivisión de género desde mediados de la década del cincuenta hasta la actualidad.

Otro ejemplo de estos documentales revisionistas es *Seven Ages of Rock*, también emitido por la BBC y organizado según una narrativa de siete capítulos: el nacimiento del rock, Art Rock, Punk Rock, Heavy Metal, Rock de Estadio, Rock Alternativo y Brit Rock. Estos documentales tratan de contar una historia en oposición a la idea enciclopédica de acumulación de conocimientos, procurando marcar los principales rasgos identitarios y las diferencias subculturales entre los diferentes estilos musicales de acuerdo a su contexto histórico de desarrollo, aunque los ejemplos mencionados lo hagan desde la perspectiva del rock británico en oposición al punto de vista norteamericano, que suele considerarse el hegemónico para la industria y el campo de producción.

Una de las operaciones que realizan estos documentales es la de distinguir lo que es importante por oposición a lo que visto en perspectiva temporal pierde importancia. Así, cada campo produce lo que Bourdieu llama “su forma específica

de *illusio*" (1992: 337), la creencia en el valor "sagrado" o fetiche de las obras y los artistas que constituye la base de funcionamiento del juego dentro del campo y también su producto: "la *illusio* es el origen del poder de consagración que permite a los artistas consagrados constituir determinados productos, mediante el milagro de la firma (o del sello), en objetos sagrados" (1992: 341). Como resultado de este proceso se entiende que el productor del valor de la obra de arte no es el artista en sí mismo, sino el campo de producción que engendra la creencia que produce en última instancia dicho valor. En este sentido, la obra de arte solo existe y persiste como objeto simbólico si es conocida y si está reconocida como tal por el cuerpo de instituciones que hacen al campo y por quienes disponen de las competencias necesarias para conocerla y reconocerla como tal, críticos, historiadores, editores, profesores, directores de museos, curadores, coleccionistas, academias, etc.

Motti Regev (2002) describe las tres características principales que delimitan el concepto de rock-pop como estética particular de un período de la música popular, comprendido entre los años 50 y la actualidad. Estas son:

- a) un conjunto de prácticas creativas típicas (estética del rock)¹²¹;
- b) un cuerpo de obras canónicas; y
- c) dos lógicas de dinámica cultural.

Desde la década de 1980, los estilos de la música popular posterior a 1945 (que podríamos englobar en la metacategoría de rock/pop) han comenzado un proceso de institucionalización que con el tiempo, y sobre todo en la actualidad, se ha ido consolidando. Según Regev éste es un reflejo de otro proceso, el de autonomización del arte tradicional en la modernidad¹²² y la formación de un canon de obras maestras (Regev, 2002). Dos elementos entran en juego en esta lógica: la capacidad o el talento artístico "genuino" y la presencia de la autoridad

¹²¹ Uso de instrumentos eléctricos y electrónicos, técnicas de estudio y manipulación del sonido, estructuras típicas de canción (y secuencias rítmicas similares), ciertas técnicas vocales, la mayoría de ellas tendientes a reivindicar el sentido de la música como comunicación inmediata y espontánea.

¹²² "El proceso de autonomización de la producción intelectual y artística es correlativo con la aparición de una categoría socialmente distinta de artistas o de intelectuales profesionales cada vez más inclinados a reconocer exclusivamente las reglas de la tradición intelectual o artística recibida de sus predecesores" (Bourdieu, 1994: 88).

que, en el caso del rock está constituida por un grupo de fans “profesionalizados”, es decir, por aficionados que se convierten en críticos profesionales para las principales publicaciones del campo simbólico (prensa escrita, televisiva, radial y hoy en día online)¹²³.

Ya hemos desarrollado la primera de estas características a lo largo de nuestro trabajo, las que constituirían la estética o el conjunto de prácticas creativas¹²⁴. De esta manera, hemos planteado la consolidación de una retórica particular (que determina a su vez una identidad artística) a partir del análisis semiótico del corpus de Joy Division. Nos queda por abordar los otros dos aspectos, de los que nos ocuparemos en el presente apartado: la canonización de la obra de Joy Division y su institucionalización y las dos lógicas de dinámica cultural que rigen el funcionamiento del campo (Regev, 2002: 256).

La lógica del “comercialismo”, según Regev, refiere al isomorfismo institucional y a los intereses del mercado. Esto quiere decir que en determinados momentos quienes dominan los medios de producción del rock emplean (copian) estrategias de mercado que les otorgaron éxito económico o artístico con anterioridad. Esto ocurrió, por ejemplo, a comienzos de los años ochenta, cuando el mercado radial vuelve a potenciar el Hit parade y los 40 principales, provocando una aceleración en el recambio de artistas por parte de las discográficas buscando también reproducir la frescura de la novedad (en sonido y en convenciones) como técnicas probadas de captación de la audiencia. Por su lado, el “vanguardismo” como lógica de cambio en el rock tiene que ver con la innovación sonora conceptos que puede estar relacionada con la hibridación de culturas que dan nacimiento a nuevos subgéneros musicales, y con la representación de nuevos imaginarios sociales e identitarios.

Para ello entraremos en la discusión de diferentes variables que creemos intervienen en el proceso de legitimación de Joy Division como obra canónica del rock. La primera de ellas es la medición estadística de las ventas y su comparativa

¹²³ Utilizamos la terminología de Pierre Bourdieu que define al campo simbólico como “espacios de juego históricamente constituidos con sus instituciones específicas y sus leyes de funcionamiento propias” (1988:108). Motti Regev en su artículo propone una aproximación al rock como institución simbólica a partir de las premisas teóricas de Bourdieu.

¹²⁴ Regev las menciona de manera general, aplicándolas a su conceptualización del rock/pop pero nosotros hemos trabajado en función de la identidad artística de Joy Division, que podría funcionar como un ejemplo de la caracterización de conjunto que hace el autor.

(el puesto en los rankings desde que entran en circulación hasta la actualidad). Surgen entonces tres nuevos parámetros: los discos originales, los compilados/vivos/rarezas y las reediciones (cambios de formato o remasterizaciones). La segunda variable que tendremos en cuenta será la reapropiación de las canciones del grupo por parte de otros artistas, entrando en el sistema intertextual del rock a partir de la versión (*cover versión*). La tercera variable tendrá que ver con la inserción del grupo en un circuito de museificación y archivo que se vuelve cada día más común en los principales centros de producción y difusión del rock (EEUU/ Europa).

11.1 Hacer época: la lógica del cambio y la repetición

Toda elección artística está siempre orientada por la cultura y por los parámetros de gusto, que resultan ser interiorizaciones de la cultura objetiva de una sociedad, de una época o de una clase. Asimismo, toda producción artística está situada histórica y socialmente dentro de un campo intelectual conformado por el conjunto de productores contemporáneos que comparten determinados códigos en común: temas y problemáticas de su tiempo, formas de pensamiento y formas de percepción, etc. Por lo tanto, las canciones y la performance de un grupo son siempre manifestaciones de la cultura de su época, de los postulados y los axiomas que asume implícitamente como participante de su sociedad. Son los credos, las etiquetas, los giros estilísticos, los tópicos y la retórica, los que parecen tan naturales pero que son sin duda una recreación del inconsciente cultural de una época, del sentido común que hace posibles los sentidos específicos en los cuales se expresa y que define la tradición cultural de una sociedad.

En el caso de la cultura de masas, si bien ha puesto en circulación un lenguaje propio con exigencias particulares, sus modelos culturales siguen imitando los de la cultura burguesa (en el sentido de la cultura “superior”), adaptando sus matrices de gusto y sus definiciones de lo auténtico e inauténtico a ciertos valores del campo de la “alta” cultura. Esta realidad se traduce, por ejemplo, en la concepción moderna del tiempo como una constante línea evolutiva en la que el cambio y la novedad se imponen como tendencia. En contraste, la repetición y los ciclos de las modas siguen una temporalidad circular y repetitiva,

cercana a la idea mitológica del tiempo que reproduce y recupera estilos y escenas de otras épocas para adaptarlas a su contemporaneidad. Más aún, en el panorama actual del rock parece ser que la innovación y la mirada puesta en el futuro han sido sustituidas por el homenaje y la renovación de estilos ya establecidos. Ante la vorágine de contenidos que circulan por los medios digitales, la mayoría de las propuestas musicales se sienten como una variación de lo familiar.

En la historiografía general del rock, se distinguen generalmente tres momentos que definen la periodización hasta 1980. El primero reúne todas las obras, grupos y músicos que definieron el rock ‘n’ roll entre los años 1955 y 1958. El segundo describe los años sesenta (1964-1972), que agrupa principalmente a los grupos británicos después de los Beatles y a la escena psicodélica del sur de Los Angeles (California). El tercer momento se asocia con el punk y la new wave y comprende los años 1976 y 1979. Para muchos críticos e historiadores del rock, lo que sigue puede ser denominado como “post-rock”. Para otros, el rock continúa evolucionando hacia nuevos estilos inaugurando nuevos discursos y géneros¹²⁵.

Simon Reynolds (2011) destaca 1963 como el año de nacimiento del rock, el año de los Beatles, Dylan y los Stones, del rock como revolución artística, como bohemia y como forma progresiva y autoconsciente. Esta idea refleja la conciencia de una época particular cuando la revolución del arte pop llevó a la cultura de masas al centro del debate en el campo de producción artística. Basado en la idea de progreso del modelo positivista y en el concepto de innovación de las vanguardias artísticas, el arte pop (la música pop/ rock incluida) planteó como credo la necesidad constante de descubrir nuevos territorios y de reaccionar contra los predecesores inmediatos.

No resulta extraño, si se tienen en cuenta estos criterios, que teóricos como Lawrence Grossberg señalaran el final del rock como formación social cuando este modelo se agotó, después de la revolución del punk a finales de los setenta. Argumenta el autor:

¹²⁵ En general, las diferencias en la periodización están asociadas a la perspectiva de análisis y a la escuela del periodismo (americana o británica, los dos ejes de producción de la industria del rock anglosajón).

Objetivamente, el rock es una cultura musical de posguerra, producida por una industria de la música reconfigurada, para una audiencia autodefinida (por la industria, por los oyentes y por otras instituciones sociales) por un sistema de diferencias sociales y generacionales. Según este modelo, el rock es música producida expresamente para la juventud, aunque no quede claro si la juventud está definida por la aparición constante y repetitiva de nuevas generaciones de jóvenes o por la aparición histórica de una generación juvenil específica. En cualquiera de los dos casos, el campo sociocultural, estratificado por la edad, también se divide por las estructuras de clase, raza y género. Dentro de esta diversidad se construyen las culturas del rock. (1993: 199)

En la historia de la música pop/rock, las oleadas de los sesenta y de los noventa fueron seguidas, ambas, por períodos de desaceleración en el recambio de artistas y géneros. En estas fases de estancamiento en la escena musical lo primero que se cuestiona es la originalidad del artista con la premisa de que no hay nada nuevo en el horizonte y que todo es repetición de lo mismo. Will Straw emparenta precisamente estos períodos con las crisis estructurales de la industria del disco, con la programación de las emisoras radiales en los setenta o con la reproducción digital en el 2000. La adaptación a estos cambios y la búsqueda de nuevos productos como el video musical en los ochenta o las plataformas de *streaming* en el 2010 pareciera resolver estos problemas para adaptarse al cambio.

Dos cuestiones más justifican esta necesidad de adaptación: una es el recambio generacional y los cambios en las costumbres (sea por la aparición de nuevas modas juveniles como por la llegada a la adultez de las generaciones previas del rock y los cambios de intereses que esto supone); otra es la institucionalización de los discursos de resistencia subcultural y su consolidación como práctica ya no subversiva sino normalizada, con sus reglas, su retórica, sus instituciones, su historia, tradición y canon de obras. Al comparar los dos períodos señalados (la década de los setenta y la primera década del 2000) podemos notar una cierta lógica repetida en cuanto a cambios socioculturales en la música popular angloamericana.

Hacia finales de 1970, muchos de los mecanismos de producción de la industria del rock se habían ralentizado. La cultura del álbum de rock de los setenta se basa en la permanencia y acumulación de discos y canciones de la década anterior que, en lugar de funcionar como *oldies*, siguen registrando ventas y compitiendo con los nuevos lanzamientos. Esta pérdida de la novedad estuvo acompañada por el envejecimiento del público del rock, principal objetivo de ventas de discos y productos asociados al consumo de la música.

Como planteábamos en los capítulos anteriores, el desarrollo del punk y el post-punk en el Reino Unido impulsó desde los márgenes de la industria independiente un nuevo circuito de innovación estilística y musical. Así, la vanguardia postpunk consideró que el rock había llegado a un agotamiento y definió el imperativo de cambio explorando nuevas posibilidades a través de la incorporación de otros estilos como la electrónica, el jazz y la música contemporánea, el reggae, el dub y la música disco. Reynolds (2005) afirma que “el postpunk suscitó un vibrante sentimiento de urgencia. Los discos nuevos eran sustanciosos, rápidos, un éxito detrás de otro”. Muchos grupos nacidos durante este período siguieron gozando de enorme fama en el *mainstream*, como New Order, Depeche Mode, The Human League, U2, Talking Heads o Simple Minds.

El objetivo de las grandes compañías discográficas americanas de 1970 fue compaginar la alta tasa de rotación y los bajos costos de producción de la música disco con el prestigio profesional y la longevidad del álbum clásico de rock (una combinación del campo de producción masivo y el campo de producción restringida, en términos de Bourdieu). El nuevo *mainstream* del rock desarrollado entre 1982-3 tuvo su origen en dos procesos desarrollados en los márgenes: la combinación de la música de baile y el rock en un nuevo estilo a través del new wave americano (derivado del postpunk británico) y el desarrollo de la programación televisiva musical (MTV y otros canales similares) y el videoclip. Al mismo tiempo, se dio un proceso de estabilización genérica marcada por el hit de 3 minutos, el ritmo de baile y la combinación del lenguaje musical del rock de raíces blancas con otros estilos de la música negra. La homogeneidad en el campo de producción masiva del rock reactivó los mecanismos de la industria musical a partir de la cooptación de los gestos críticos e innovadores del punk hacia los

mecanismos de celebridad del pop. Como señala Jason Toynbee (2000), todos los estilos tienen una tendencia centrípeta. La búsqueda del placer a través de lo conocido conduce a la repetición y al retorno obsesivo a las principales características del género. Sin embargo, la atracción gravitacional del centro desaparece con el tiempo, cuando la forma llega a un agotamiento o cuando se imponen otros estilos en los márgenes del campo.

Repasando el período 2000-2010 puede observarse una rápida rotación de nombres y micro-tendencias que, no obstante, no representan un movimiento en particular que defina la época como una etapa musicalmente diferente a lo sucedido anteriormente, lo que produce un efecto meseta. Y esto pasa, según Reynolds, tanto en el *mainstream pop* (Lady Gaga, Britney Spears, Madonna, The Black Eyed Peas, etc.) como en la periferia del campo (en la música experimental, el dance alternativo y el *indie*). La música popular ha igualado su ritmo de recambio al diseño de moda y a sus ciclos de activación y desactivación, algo que ya destacaba Dick Hebdige al hablar de los movimientos subculturales de los años sesenta, solo que, a diferencia de aquellos que eran novedad en su momento, los actuales constituyen una revisita descontextualizada y despolitizada del pasado.

Una de las manifestaciones de este sentido de desaceleración, sostiene Reynolds, es que el 2010 no marca una diferencia significativa con el 2009 o con el 2004 cuando, en el pasado, estas distancias estilísticas de año a año eran abismales (del 67 al 68, del 78 al 79, del 91 al 92). Y esto se debe, en gran medida, a que el panorama musical se ha saturado de propuestas. La mayoría de los estilos musicales y subculturas que han existido aún persisten en la actualidad a modo de homenaje, retrospectiva o reactualización de moda.

A principios del nuevo milenio la cultura independiente de la música tuvo un importante crecimiento por su capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías digitales y el desarrollo de la web. Por un lado, los sellos independientes tradicionales (lo que se entiende comúnmente como *indie*), como Rough Trade o Domino Records pasaron a ocupar un lugar central dentro del circuito *mainstream*, ayudados en gran medida por la crisis del mercado discográfico, aunque apuntando a nichos específicos. Por otro lado, los sellos autogestionados encontraron su lugar mediante el desarrollo de *netlabels* o

plataformas online creadas para la distribución y promoción de discos editados de manera gratuita y abierta bajo la licencia de Creative Commons (o similares). Esta nueva modalidad de producción musical independiente favorece a artistas y grupos minoritarios y, por lo general, se centra en géneros o estilos muy específicos.

La descarga ilegal y el *filesharing* se convirtieron en prácticas comunes y una forma de consumo legitimada para las audiencias más jóvenes. Para los músicos y las bandas, las plataformas como MySpace (ahora también Bandcamp o Soundcloud) permitieron establecer un contacto directo con el público por fuera de los circuitos de comunicación tradicionales. Una de las consecuencias de la diversificación de los contenidos y la información en la era digital es precisamente la consolidación de economías de nicho que responden a intereses de públicos específicos, una situación que también puede ser considerada un elemento de diferenciación que se ofrece como alternativa al gusto mayoritario. Como respuesta a este fenómeno, la industria discográfica adopta una doble direccionalidad: hacia un público mayoritario, que prefiere un consumo genérico sin distinciones específicas de género, y hacia un público segmentado por preferencias de estilos que busca la diferenciación.

Siguiendo esta línea de desarrollo, los cambios en las tendencias de consumo también permiten pensar de qué manera y en qué direcciones se está moviendo la industria discográfica y los debates sobre la música popular en este momento. Si en un comienzo se pensó en mantener las viejas estructuras atacando la piratería con acciones legales, hace un tiempo que se ha cambiado de estrategia hacia el marketing online y la distribución de música en canales digitales (para la venta o para la reproducción). Se produjo una transformación en el concepto de la música como bien de consumo que dejó de ser un producto, materializado a través del soporte físico y con sus rituales, a ser un servicio con otro tipo de funciones relacionadas como el motor de búsqueda, la reproducción en múltiples dispositivos, la organización de los contenidos en listas propias o compartidas y la apertura social conectando las plataformas de reproducción a las redes sociales como Facebook y Twitter, etc. Como señala Héctor Fouce (2010: 71), aun coexisten prácticas de hacer generadas por la digitalización y viejas prácticas

heredadas de la música analógica y esta coexistencia no solo se da en la generación que ha vivido la transformación de la música analógica a la digital, sino también entre los nativos digitales, quizás por influencia de sus padres y hermanos mayores.

Una de las diferencias más notorias entre las generaciones de “nativos digitales” y los “inmigrantes digitales” en cuanto al consumo de música popular, es que la accesibilidad de la música (su disponibilidad en todo momento y en cualquier lugar) ha desplazado a un plano secundario el ritual de la compra de discos y otras prácticas puntuales como la escucha de la radio y la lectura de revistas especializadas. Además, los gustos musicales suelen ser más eclécticos entre las nuevas generaciones, en detrimento de la fidelidad a ciertos estilos o subestilos (aunque sigan existiendo estas diferencias entre algunos grupos minoritarios). ¿La música ha dejado de tener importancia para las nuevas generaciones? Al parecer, no. La música sigue siendo un aspecto central de la comunicación interpersonal y una fuente de inspiración o recreación para uno mismo. Más aun, lo que sigue sorprendiendo en la actualidad es la fuerte presencia del debate mediático y social sobre la legalidad y la regulación del consumo digital de la música, una cuestión política y ética que se ofrece como una reflexión más amplia sobre la cultura contemporánea y los cambios en las industrias culturales.

11.2 Reversiones: la recuperación de Joy Division como intertexto.

En los años sesenta, los grupos hacían versiones de canciones contemporáneas con la finalidad de completar un álbum. En Inglaterra, bandas como The Beatles, The Animals o The Rolling Stones hacían covers de R ‘N’ B que circulaban muy poco y eran difíciles de conseguir grabadas por el autor original. Esta práctica se convirtió entonces en una forma preliminar de trazar un mapa del circuito contemporáneo y de la breve historia del rock y sus raíces, con la finalidad de difundir aún más el conocimiento. En la década anterior, los covers eran versiones antagónicas de un mismo hit (un reciente lanzamiento del tema original) hecho por otros artistas para competir en los rankings. Previo a eso, en

Estados Unidos, en época de segregación racial, las compañías tomaban canciones de artistas negros y las ponían en la voz de artistas blancos para poder distribuirlas por los principales medios radiales y televisivos.

En los años setenta, David Bowie convierte en moda el álbum de versiones al editar *Pin Up's*, una colección de sus canciones favoritas que fue sobre todo una necesidad de RCA de un lanzamiento al corto plazo. La tendencia se esparció y se convirtió en modalidad también practicada por otros artistas contemporáneos, como Brian Ferry con la serie *These Foolish Things Collection*. Con el punk (y más tarde con el post-punk) la recuperación de una canción del pasado se convierte en una forma de expresar la sensibilidad propia de una banda o en un comentario sobre la historia del rock. Los Sex Pistols hicieron muchos covers de grupos de los años 60 (“Substitute” de The Who, “Whatcha Gonna Do About It” de Small Faces, por ejemplo) y también de contemporáneos, como la versión de “No Fun” de los Stooges. Richard Hell con The Voidoids hicieron en el primer disco *Blank Generation* una versión de “All The Way”, el clásico de jazz cantado por Frank Sinatra y Billie Holliday.

Hacia finales de los años ochenta, los álbumes de covers, versiones en diferentes estilos, remixes y tributos fueron cada vez más populares. A menudo resultaron una vía para los grupos que pasaban por un momento bajo de su popularidad, como forma para volver a insertarse en el circuito. Económicamente, se trata de una estrategia para potenciar las ventas de artistas del catálogo profundo y a la vez potenciar las ventas de los artistas recientes. Es un doble movimiento hacia dos segmentos distintos de consumidores unidos por el mismo producto: los conocedores de la banda que se tributa (que ahora querrán conocer más sobre los grupos que hacen el tributo) y los conocedores de uno o varios de los artistas que participan del tributo (que querrán seguir la genealogía y conocer la fuente).

En segundo lugar, la conformación de las *boy & girl bands* en los 90 promovió la recuperación de hits de otro tiempo encubierto en un sonido actual, demostrando que la fórmula básica de la canción pop está hecha con fines comerciales. En tercer lugar, también se hacen cada vez más frecuentes las bandas de homenaje o tributo, dedicadas exclusivamente a repasar una y otra vez la

carrera de un artista. Y por último, está el fenómeno de los discos tributos en los que diferentes bandas de actualidad hacen un homenaje (interpretan una canción) a un artista del pasado como conmemoración de su muerte, o el aniversario del lanzamiento de un disco, o aniversario de formación de la banda.

Las versiones podrían ser un ejemplo de la “ideología de la obra de arte inagotable”, tal y como la describe Pierre Bourdieu:

La obra está bien hecha no dos veces, sino cien veces, mil veces, por todos los que se interesan en ella, que encuentran un beneficio material o simbólico en leerla, clasificarla, descifrarla, comentarla, reproducirla, criticarla, combatirla, conocerla, poseerla. El enriquecimiento acompaña al envejecimiento cuando la obra misma entra en el juego, deviene apuesta y se incorpora así una parte de la energía producida por la lucha de la que es objeto. (Bourdieu, 1999: 229)

Este es el sentido que creemos tienen los discos tributos más famosos. Simbólicamente, se entienden como una lectura contemporánea de un objeto del pasado y una puerta abierta a la siguiente lectura futura del mismo objeto, a partir de los círculos de lectura que le preceden. Además, se suma el plus de valor que permite la progresiva canonización de la obra-objeto y la conformación de su mitología (si entendemos al *cover* como sistema semiótico segundo).

Pongamos como primer ejemplo el disco tributo *A Means To And End: The Music of Joy Division* (Virgin, 1995) y las versiones que hacen Moby de “New Dawn Fades”, Codeine de “Atmosphere” y Low de “Transmission”. Tres grupos importantes en la escena *indie* de comienzos y mediados de la década del 90 imponen un nuevo sonido a las canciones de Joy Division a partir del subgénero definido como *slowcore*. Las melodías se vuelven lánguidas, se genera un clima instrumental largo, profundo y experimental que predomina por sobre las partes cantadas y la melancolía transmitida a través de las palabras es intensificada a partir de la música. Al ser trasladado a un nuevo sonido, Joy Division muestra su maleabilidad, la posibilidad de trascender un género particular (para el cual fue determinante) dejando su legado a futuras

generaciones, que ahora actualizan una de sus influencias, cargándola de nuevo sentido y trazando una línea de continuidad en el mapa de géneros y subgéneros del rock. Creemos necesario destacar que este proceso de “comentario/autodefinition” que describimos en el párrafo anterior, guarda estrecha relación con el proceso similar en el campo simbólico de la literatura, también caracterizado por Pierre Bourdieu:

Los nuevos ingresantes *remiten continuamente al pasado*¹²⁶ en el movimiento mismo por el cual acceden a la existencia, es decir, a la diferencia legítima o incluso, por un tiempo más o menos prolongado, a la legitimidad exclusiva, a los productores consagrados con los cuales se miden y, en consecuencia, sus productos y el gusto de los que permanecen ligados a ellos.

(Bourdieu, 1999: 221)

Otro disco tributo que destacaremos es el de bandas españolas, titulado *Warsaw: Un homenaje a Joy Division* (El colectivo Karma, 1998), del que participan grupos como Los Planetas, Sr. Chinarro, Mercromina, Automatics y Niño Gusano. Este disco fue producto de la unión de varios sellos independientes españoles de finales de los 90 (Elefant Records, Subterfuge, Acuarela, Grabaciones en el mar). No es sólo la distancia temporal la que separa este lanzamiento tributo de las grabaciones originales de Joy Division, sino también la distancia espacial, cultural e idiomática: tiene que enlazar la tradición propia del rock en España, con el objeto al que rinde homenaje.

En el mismo año (1998) el grupo español de synth pop Aviador Dro lanza el álbum *Materia Oscura*, que contenía una versión de “She’s Lost Control” en español (“Ella perdió el control”) y además un cover de “Anarchy in the UK” de los Sex Pistols (también en español, traducida como “Anarquía en el planeta”). La versión de Aviador Dro es mucho más cercana a Joy Division y más aun de New Order. Esto se debe a que la evolución del grupo español fue paralela al desarrollo de la corriente post-punk, industrial y synth pop inglesa en toda la década del 80 (de hecho se acerca al sonido y la estética de los alemanes Neu y Kraftwerk). Esta

¹²⁶Cursiva en el original

transformación del original contrasta con la elegida por los otros grupos españoles en el tributo Warsaw que, desde el título mismo, optan por homenajear el origen punk de Joy Division y se centran más en la canción que en la experimentación con el sonido. Aviador Dro hace el movimiento inverso e incluye el aspecto fonético de la lengua (alterado por el proceso de traducción) en la experimentación.

A lo largo de la década del 2000 otros grupos hicieron covers de Joy Division. La mayoría de ellos a partir del 2005 y concentrados en el año 2007, año de publicación del documental y de la película sobre Ian Curtis: *The Horrors*, Hot Chip, The Killers, U2 con Arcade Fire y Radiohead. Esta reivindicación es otro escalón conmemorativo más. Pero también sugiere una nueva implicación de los artistas en el trabajo de archivo, también como curadores de objetos pasados. Señala Simon Reynolds que este auge del *cover version* y de los *cover albums* es un índice de la (cada vez más evidente) naturaleza auto-referencial del rock (2010: 137).

11.3 La producción de la creencia y el proceso de canonización

La estructura del campo intelectual presenta un sistema de jerarquización de las obras y productos de la cultura en un momento dado del tiempo de acuerdo al grado de legitimidad de que se haya dotado. Cada campo establece sus propios mecanismos de consagración y legitimidad, fundando normas objetivas, ceremonias y rituales específicos de sacralización. En campos culturales que se encuentran ellos mismos en vías de legitimación cultural, los modelos de comportamiento que utilizan siguen el ejemplo del campo de la cultura tradicional. En el campo de la música popular, los álbumes y los grupos se organizan según una jerarquía independiente de las opiniones individuales y de los parámetros que determinan las instituciones para definir su valor cultural. Cada vez son más las instituciones encargadas de enseñar metódica y sistemáticamente las obras de la música popular, del rock y el pop, y de consagrados por ello como partes constitutivas de la cultura legítima, realizando un esfuerzo por adquirir, conservar y transformar este campo de conocimientos.

Las principales condiciones que toda obra debe cumplir para su candidatura son: 1. La sofisticación formal o autenticidad estética, 2. La representación de significados filosóficos, sociales, psicológicos o emocionales de una época, 3. Un compromiso con el espíritu y la sinceridad en la transmisión de un sentimiento interior (Regev, 1992: 87). Dentro de este esquema, la posición que detenta la autoridad cultural máxima es aquella que se ocupa de la producción de significados y que implica tanto el análisis y la interpretación del valor artístico de una forma cultural, como la creencia en la validez de estas interpretaciones (Bourdieu, 1980). Los grupos e individuos que ocupan esta posición consagran determinados productos como “obras maestras” y a sus productores como “grandes maestros o genios” del género. El conocimiento, las habilidades o las disposiciones o habitus que emplean estas personas para la decodificación y clasificación de dichas obras, son una manifestación del capital cultural dominante y de la estratificación y reproducción del campo (Bourdieu, 1984; Lamont and Lareau, 1988).

La dinámica en el campo de la música popular en los últimos veinticinco años está determinada por esta lógica artística. El corpus de obras musicales forma un repertorio de códigos musicales, patrones de sonido y conocimientos específicos que conforman las disposiciones estéticas o la retórica del rock como campo cultural autónomo. Estos habitus o el conjunto de prácticas e imperativos estilísticos al que nos referimos se ha ido formando desde 1950 y ha alcanzado su primer nivel de institucionalización en la década de 1970 (Regev, 1992: 88).

La misma construcción de una historia común se ofrece ya como una narración organizada de obras canónicas del rock. Las periodizaciones, los recortes del discurso histórico son en sí mismos un sistema de orden y dictamen que determina lo que es importante de lo secundario. Esta práctica atraviesa un constante proceso de ampliación y continua actualización que redefine las posiciones de los productores y sus obras en el campo. Hay músicos y grupos que entran a la historia del campo después de haber permanecido durante mucho tiempo en posiciones marginales, como en el caso de Joy Division, cuyo ingreso en el canon de obras fue recién a finales de la primera década del 2000, cuando se publicaron varios relatos metatextuales que ayudaron a conformar el mito y la

creencia en la importancia cultural del fenómeno. Cuando un grupo o artista de la música popular consigue un capítulo propio en el relato histórico del campo cultural, podría decirse que se constituye como clásico, acompañado por un corpus de canciones y circunscripto en una escena referente.

El proceso de selección es una operación necesaria para la organización de las obras y la transmisión de la cultura del campo. La sistematización de estos conocimientos a través de la historia y las disposiciones estéticas o los criterios de valor que operan estos actores en la organización del pasado a partir del presente, contribuye a la definición de la cultura y a la identificación sociocultural con la misma. Hay que precisar que el carácter de clásico de una obra no constituye parte de su esencia si no que se trata de un mérito que viene de afuera, de la comunidad que la valora como tal (Bourdieu, 1992; Sullà, 2009)

El proceso de canonización de un autor o una obra puede describirse como una primera etapa de legitimación ante el público, ante sus pares y las figuras de autoridad del campo; una segunda etapa de distinción que supone un reconocimiento superior dentro del canon de obras legitimadas; una tercera etapa de consagración que supone la excelencia en el reconocimiento y la aceptación de la obra en la historia institucional y la cuarta etapa que supone la perpetuación de la obra como clásico y su integración en el patrimonio cultural del campo a nivel nacional e internacional. Este último proceso es decisivo para la conservación y transmisión de la obra a largo plazo (Sullà, 2010).

La conformación de un canon cultural es el producto de la ideología dominante dentro del campo y propiedad de la clase que detenta el poder dentro del mismo, de aquí el problema por la batalla del sentido, la significación y el valor de un producto determinado de la cultura popular. Asimismo, esta lucha incluye la definición de los géneros, de las etiquetas y de las tendencias de consumo de los objetos culturales a partir de una cierta ideología de la producción y de la recepción de las obras según determinados criterios estéticos, habitus y creencias.

Por ejemplo, podemos mencionar la diferencia entre rock ‘n’ roll y rock. El rock ‘n’ roll funciona como un mito fundacional para la crítica de rock: representa un universo de inocencia y autenticidad que muchos críticos y bandas

han invocado y al que han intentado regresar, como en el caso del punk. En este caso, ese mito fundacional representa una especie de pureza primitiva, ingenua que también aparece dentro de otras corrientes dentro de la crítica de rock. Para este esquema interpretativo, el rock se volvió algo refinado, sobre-racionalizado y sofisticado, dotado de un cierto intelectualmente pretencioso y burgués contra lo que el rock ‘n’ roll se había rebelado originalmente. Pero esta creencia definitivamente expresa una tendencia dentro de la crítica de rock que no podría existir sin el discurso del rock (Reynolds, 2010).

Las clases medias de jóvenes universitarios de Europa y Estados Unidos descubrieron y reclamaron el rock como el estilo musical que definía sus identidades. En términos de Chambers (1985: 84), el rock ‘n’ roll estuvo inicialmente asociado a actividades recreativas de los adolescentes de clase obrera. No obstante, a partir de 1970, el rock, articulado con un cambio en la dinámica de la constitución de la clase social, fue apropiado y rebautizado como música progresiva por parte de los estudiantes de las *grammar schools* y el público juvenil de clase media. Graham Vulliamy (1977) opina, de manera similar, que los adolescentes de clase media adoptaron en ese momento la estética y el vocabulario de la cultura alta para describir y celebrar el rock. Los periodistas, los músicos y el público influenciado por ellos comenzaron a defender la música rock en contra de los intereses comerciales del pop a partir de la ideología de la creación artística proveniente de la cultura consagrada (1977: 193). El rock pasó a representar la cultura letrada, a emparentarse con la poesía y las escuelas de poetas románticos, simbolistas y de vanguardia; y a definirse en contraste con la música de la clase obrera centrada en temáticas cotidianas como el sexo, el amor, el romanticismo, el trabajo o la escuela. Los gustos del nuevo público educado del rock se definen entonces “en función de los términos y los criterios de excelencia utilizados por otros miembros del mismo grupo de estatus” (Vulliamy, 1977: 193). Estas interpretaciones fueron codificadas y comunicadas por los críticos de rock profesionales que promulgaron esta ideología de la calidad, a través del virtuosismo o la autenticidad, a través de las publicaciones de la prensa musical (Frith, 1978, 1983).

Otra de las luchas de valor dentro del campo y para la constitución del canon de obras tiene que ver con la raza, el género y la clase social. Simon Frith sostiene que a lo largo de la historia del rock ha habido una continua asimilación de las formas musicales negras por parte de la industria y las audiencias blancas (Frith, 1983: 16). Según este argumento, la música negra es corporal y sensual, relacionada con el baile, mientras que su reutilización por parte de la industria masiva lo convierte en un producto exclusivamente comercial. Otro debate relacionado con la formación del canon es la cuestión de género. Angela McRobbie (1978) relaciona el rock con la masculinidad y su modo de expresión como una forma de control sexual. A nivel de producción, dice McRobbie, la industria está controlada fundamentalmente por hombres mientras que el número de mujeres participantes en el proceso es mínimo. Robert Walser (1993) sostiene que algunas formas del rock como el Heavy Metal construyen su narrativa identitaria en función de una representación de la masculinidad como una estrategia deliberada por parte de los músicos y productores. En contraposición, el Riot Grrrl analizado por Joanne Gottlieb y Gayle Wald (1994) se propone como un género que desafía esta masculinidad asociada al rock. El estilo surgió en Estados Unidos por el año 1991 como una forma musical alternativa, entre un grupo de jóvenes feministas que buscaban responder a ciertos guiños estéticos asociados con la masculinidad como el uso de la guitarra eléctrica o el registro de la voz, e incluyeron temáticas femeninas tabú como la menstruación, el incesto, el abuso sexual, el parto, la maternidad y el lesbianismo.

El rock no solo ha vivido diferentes experiencias generacionales desde 1976, sino que también ha crecido y ha dejado su morada angloamericana para conocer nuevos rincones del mundo. Dentro de este contexto, el imperialismo mediático ha pasado a ser una parte central de la teoría general del imperialismo cultural. En líneas generales, este tipo de intervención mediática analiza las formas y las prácticas de los medios de comunicación en todo el mundo (programación televisiva, películas, series, anuncios publicitarios o música grabada) que presentan características similares o derivadas de la industria norteamericana o europea, sea a través de los valores que transmite, el vehículo de la comunicación, los acuerdos internacionales de mercado o el contenido que

muestran. Iain Chambers (1994) y Reebbee Garofalo (1993) argumentan que los modelos de análisis unidireccionales, centro-periferia, no son de utilidad para comprender el desarrollo de la música popular, porque el consumo activo que el público hace de la música que viene de los centros de producción, es siempre una reinterpretación en función de valores estrictamente locales (políticos, estéticos, morales). De esta manera, la música ha sido activamente transformada en muchos contextos particulares en forma de discurso de disidencia como en Brasil y Argentina (Vila, 1992), como medio alternativo de comunicación en Uruguay (Martins, 1987) o como oposición política ante el gobierno estalinista en los países de Europa del Este (Szemere, 1992; Ramet, 1994). En la década de 1980 en la República Democrática de Alemania (Alemania del Este), el rock estuvo directamente relacionado con los cambios sociales y las revoluciones que llevaron, entre otras cosas, a la caída del muro de Berlín.

11.4 Joy Division en las *chart lists*

Proponemos hacer una lectura de la posición histórica que ocupó Joy Division en las listas de la prensa musical. Tomaremos como parámetro tres publicaciones: *Melody Maker*, *New Musical Express* y John Peel. Para el año 1979, cuando *Unknown Pleasures* se publica, Joy Division aun permanece al margen de los rankings principales¹²⁷. Sin embargo, acompañando el surgimiento del punk y de las discográficas independientes, nace también un ranking de posiciones dentro del nuevo subcampo de circulación de la música rock: el Indie chart. *Unknown Pleasures* sí entra en este listado.

De las tres voces de autoridad que hemos mencionado anteriormente, será sólo *New Musical Express* la que considere *Unknown Pleasures* y lo ubique en la posición número tres de los mejores lanzamientos discográficos del año. Joy Division tendrá que esperar un año más para dar el primer gran golpe con el sencillo “Love Will Tear Us Apart” (1980) ubicado en el puesto número 1 del listado de *New Musical Express* y en el puesto 13 del “Official UK Charts”. El año 1980 -de fuerte presencia en lanzamientos discográficos acompañados por

¹²⁷ Según la información de la Official UK Charts Company.

una gira promocional por Europa y otra programada en EEUU- fue testigo del comienzo del éxito y la afirmación identitaria del grupo, pero también fue testigo de su rápida disolución. El suicidio de Ian Curtis, como ya hemos señalado en el apartado anterior, fue el límite que separó la publicación -y recepción- de *Unknown Pleasures* y de *Closer*. Este último, publicado *post-mortem* fue el mayor suceso comercial y potenció la venta de su predecesor. Alcanzó el primer puesto en las listas de *New Musical Express* y *Melody Maker*. Ese mismo año ocho canciones de Joy Division entran al John Peel Festive 50:

Tabla 9 John Peel Festive 50

Atmosphere	2
Love Will Tear Us Apart	3
Transmission	10
Decades	14
New Dawn Fades	20
She's Lost Control	22
Twenty-Four Hours	41
Dead Souls	64

Fuente: rocklist.net

Al año siguiente se publicó *Still*, un compilado con material de estudio inédito y la grabación en vivo del último concierto en Birmingham University. Joy Division continúa en el listado del año 1981 esta vez con nueve canciones. “Atmosphere”, tema que John Peel elegiría como homenaje a la muerte de Ian Curtis, pasa al puesto número 1. “Love Will Tear Us Apart” se mueve al número 3 e ingresa “Isolation” en el puesto 44 y “She’s Lost Control” en el 51. De las publicaciones posteriores destacaremos el compilado *Substance* (1988), que reúne los cuatro singles principales del grupo y sus lados B; y el compilado *Permanent* (1995). Estas dos recopilaciones consiguieron reingresar el nombre de Joy Division a las listas de álbumes y a las listas de sencillos. El primero en el puesto número 7 y el segundo en el puesto 16. Ambos conseguirán que “Love Will Tear Us Apart” y “Atmosphere” vuelvan a posicionarse.

La recurrencia de Joy Division en las listas no fue solo efecto de las recopilaciones (no sólo los citados, incluimos también en esta categoría a los inéditos y a los directos) sino de los sucesivos cambios de formato, comenzando por el pasaje de la tecnología analógica a la tecnología digital. *Unknown Pleasures* fue relanzado en formato de disco compacto en 1986 y más tarde en 1990 y 1993. Será además remasterizado junto con *Closer* y *Still* y vuelto a editar en 2007. Esta última manipulación tecnológica fue acompañada además por la realización del film sobre Ian Curtis, *Control*, y el documental *Joy Division* del mismo año. Transcurrida más de una década de ausencia en los *charts*, Joy Division reingresa con “Love Will Tear Us Apart” en el puesto 46. Al año siguiente el sello Rhino (uno de los tantos de la firma Warner) publica *The Best Of Joy Division*, que ingresa al listado en el puesto 63, y en 2011 agrega *Total: New Order/Joy Division* (puesto 52) a su catálogo.

La evolución histórica de las posiciones de Joy Division en las listas oficiales puede observarse en el siguiente cuadro:

Tabla 10: Posiciones de Joy Division en los charts



Fuente: The Official Charts Company

El fenómeno de las remasterizaciones es de suma actualidad en la industria discográfica. Simon Reynolds (2010) hace un análisis de esta situación a partir de las declaraciones de Ed Christman, director de *Billboard*. Él señala que la industria divide los lanzamientos en dos categorías: los actuales (que se miden del

día uno de publicación hasta pasados quince meses) y los de catálogo (a partir de los dieciséis meses). Pero también existe la categoría de catálogo profundo para los que superan los tres años de publicación. Christman sostiene que las ventas de discos recientes no tiene la fuerte presencia que ha tenido en otros momentos, las bandas tienen carreras más cortas y las ventas más constantes son aquellas de artistas pasados, de los años sesenta, setenta y ochenta (Reynolds, 2011: 63-64).

Reynolds habla de un doble movimiento por parte de los consumidores. Internet ha propiciado la distribución masiva (en descargas digitales) de nuevos artistas, pero las ventas reales (en el mercado tradicional) se orientan más hacia el colecciónismo, hacia los artículos del pasado. La industria impone (desde hace mucho tiempo) diferentes modalidades de consumo de la obra de un artista: los *Best of...*, las *Gold Collection* y los compilados fueron puerta de entrada al sonido de una banda. Luego vendrían los discos originales, luego las rarezas y los directos. Una vez agotadas las posibilidades, para seguir fomentando el colecciónismo propone una mejora en el sonido (las remasterizaciones). Esta ruta sigue un recorrido inverso al auge del mp3, destinado a la inmediatez más que a la acumulación.

La decisión, por parte de las discográficas, de remasterizar la obra de un artista u otro, tiene que ver con una lógica de legitimación simbólica específica. No es una decisión tomada al azar, sino que intervienen diversos factores que influyen en la perspectiva de ventas futuras. Uno de ellos es la voz de la autoridad que es la que decide finalmente sobre la relevancia del artista, en función de su lugar en la historia y la marca que ha dejado en futuras generaciones, otra señal de que la obra sigue teniendo actualidad. Las siguientes son las valoraciones que la prensa musical dio al triple relanzamiento de los discos remasterizados de Joy Division:

Tabla 11 Valoraciones de la prensa musical a las remasterizaciones de JD

Valoraciones profesionales	
Fuente	Puntuación
<i>Blender</i>	★★★★★
<i>New Musical Express</i>	(10/10)
<i>Q</i>	★★★★★
<i>Allmusic</i>	★★★★★
<i>Spin</i>	(9/10)
<i>Pitchfork Media</i>	(10.0/10)
<i>Robert Christgau</i>	(A-)
<i>Uncut</i>	★★★★★
<i>Rolling Stone</i>	★★★★★

Fuente: Wikipedia

A su vez estas autoridades del campo realizan sus propias listas “universales” de los mejores discos de todos los tiempos. *Closer* de Joy Division se posiciona en el puesto 52 del “Best British Albums Ever” de *New Musical Express* y en el puesto 157 del “500 Greatest Albums Of All Times” de la *Rolling Stone*.

La decisión de las discográficas sobre qué artista revalorizar, volviendo a la discusión iniciada en párrafos anteriores, encuentra su fundamento –además de la autoridad– también en la apropiación de la herencia del pasado por parte de nuevos artistas para definir sus propias obras, en un diálogo entablado con la historia. La última década del siglo veinte, señala Simon Reynolds, fue testigo del

fenómeno que Andreas Huyssen ha llamado ‘el boom de la memoria’, con la fundación de museos y archivos, reflejo de una obsesión mundial con la conmemoración, la documentación y la preservación (Reynolds, 2010: 22). La industria del rock generó también su propio legado a través de la generación de lugares, monumentos y museos. El estudio Abbey Road en Londres está protegido como patrimonio histórico por el Ministerio de Cultura. En Macclesfield se ofrece una caminata por los sitios de interés del grupo Joy Division para conmemorar el trigésimo aniversario de la muerte de Ian Curtis. En este sentido, la ciudad de Manchester constituye todo un museo de la música en sí misma, repleta de placas conmemorativas y recorridos turísticos por la escena musical local.

En Londres se ha fundado el O2 British Music Experience, un museo interactivo que recorre la historia del rock, con el objetivo de apoyar la educación artística y musical en Inglaterra y promover la inserción de futuros estudiantes en la industria de la música. En oposición al British Music Experience, el museo oficial de Londres, Mick Jones de The Clash funda su propia Rock ‘n’ Roll Public Library a partir de una colección personal de artículos (alrededor de 10.000) que incluyen comics, discos, vestimenta y hasta cajas de pizza: “Rock ‘n’ Roll and Public Library shoudn’t mix”, afirma Mick Jones pero dice también “Yet this two cultures are about to collide” (2009)¹²⁸.

El Rock and Roll Hall of Fame, fundado por Jann Wenner de *Rolling Stone* en Cleveland en 1995, fue el primer museo de rock y es en la actualidad la institución que determina la relevancia histórica de un artista o una banda a partir de los veinticinco años de su formación. También tuvo fuerte presencia por un corto tiempo el UK Music Hall of Fame (2004-2007). En este último Joy Division ingresó en la ceremonia del año 2005 pero en conjunto con New Order, como formaciones continuas y no separadas. El grupo es considerado por primera vez para ingresar en el R ‘n’ R Hall Of Fame en 2003 pero aun permanece en los márgenes. La institución privilegia la entrada de artistas cuyas carreras han tenido relevancia mundial (con especial presencia en Estados Unidos). Los criterios de selección de un artista para ingresar al R ‘n’ R Hall of Fame son descriptos por Terry Stewart (actual director) en la web de la institución de la siguiente manera:

¹²⁸ <http://www.theclash.com/blog/?p=49>

El único criterio formal para la categoría performativa es que el artista haya editado su disco hace 25 años. Dicho esto, los candidatos son revisados y discutidos en relación con su impacto en la música que, en términos generales, se denomina rock and roll. La innovación y la influencia de estos artísticas también está sujeta a la crítica. Los discos de oro, los número uno y los discos más vendidos no constituyen estándares apropiados para la evaluación de las obras.¹²⁹

El Rock ‘n’ Roll Hall of Fame cuenta con un comité autónomo de selección compuesto por historiadores del rock. Luego de una primera etapa del proceso, los posibles ingresantes son evaluados por otro comité de 500 expertos en rock. Existen cuatro categorías: *performers*, *non performers* (compositores, productores, disc jockeys, ejecutivos discográficos, periodistas y profesionales de la industria), *early influences* (artistas que sin participar del rock influyeron e inspiraron a sus principales figuras) y *side men* (músicos secundarios o sesionistas que acompañaron a los artistas principales)

Pero no todas las corrientes del rock son museificables. En sus planteamientos básicos el rock no podría institucionalizarse o bien eso implicaría su muerte, su momificación¹³⁰. El punk en sus fundamentos niega la idea de progreso (de futuro) aniquilando a su vez la nostalgia por el pasado. Es una tendencia que genera y destruye en el mismo movimiento, con el sentido que las vanguardias históricas –en especial el dadaísmo- quisieron dar al “fin del arte”.

Pero esta misma utopía del eterno presente se convierte con el tiempo en un modo de nostalgia: intentar vivir el presente de otra época que no se vivió. O que se vivió en otro tiempo memorable de la vida personal. En *Retromania* Simon Reynolds afirma que en el punto de intersección entre la memoria personal y la cultura de masas se genera lo *retro*, definido como “la memoria de un pasado relativamente inmediato” que necesita de un “objeto evocador” (colecciónismo), que debe ser un artefacto de la cultura popular, con el cual se establece una relación no sentimental sino de entretenimiento y moda.

¹²⁹ <http://www.rockhall.com/inductees/induction-process/>

¹³⁰ Como afirma T. Adorno (1953): “museo y mausoleo están relacionados por algo más que una proximidad fonética. Los museos son los sepulcros familiares de las obras de arte”

En el proceso de museificación del rock se evidencia un intento de traslación de los valores y sistemas de la estética de élite (del arte culto) al propio campo, emulando el proceso de autonomización, desplazándose de las demandas externas y la competencia de mercado a lo simbólico, a los parámetros de gusto dominantes. Para que un artista sea consagrado por su importancia en la historia (interna y autónoma) del rock, no cuentan solo sus ventas de discos o posicionamientos en el ranking sino su importancia para la constitución de una historia y una tradición dentro del campo: su relación con el pasado, su cuota de originalidad (en sus propias coordenadas espacio-temporales) y la influencia que establece en futuras generaciones.

CONCLUSIONES

El nacimiento del punk tuvo como consecuencia inmediata la producción de un nuevo mensaje que redefinió la música popular: DIY o la estética autárquica del “házlo tú mismo”. La reducción de los costos en el desarrollo de la tecnología de grabación revolucionó las posibilidades de experimentación en el campo de la producción musical, dando la posibilidad a los productores menores e independientes de participar del desarrollo de la industria, fuera de las limitaciones exclusivas del mercado. Este nuevo contexto posibilitó la formación de una red alternativa de distribución que trajo como consecuencia un público diferente y una descentralización de la industria de la música grabada, lo que condujo a una nueva dinámica dentro de la industria cultural (Hesmondhalgh, 1999). Con el punk surgieron nuevos temas y sonidos que cambiaron la noción vigente de estética del rock, a partir de la idealización de la clase trabajadora, de la moda indumentaria y del acento lingüístico como rechazo a los valores de la clase media (Inglis, 2006). Esta revolución del punk responde a la descripción que realiza Dick Hebdige (1979) de las subculturas como desbordes de los límites y oposición a la cultura hegemónica (Gramsci, 1932; Hall y otros, 1976). Para Hebdige, dicha actitud desafiante se manifiesta sesgadamente a través del estilo.

Primero como Warsaw, más tarde como Joy Division, el grupo de Manchester que constituye nuestro objeto de estudio se apropió del mensaje del punk, de la consigna DIY y comenzó su carrera artística hacia el año 1978. Factory Records (bajo la tutela del periodista televisivo Tony Wilson) se convirtió rápidamente en patrocinador del grupo, presentándolos como estandarte de la industria independiente dentro del incipiente circuito musical del noroeste británico. Por eso decimos que la experiencia de la Factory y de Joy Division y su relevancia para la historia del rock británico, no fue sólo la experiencia de un grupo, sino la creación del sonido de una ciudad: Manchester. Factory Records fue un reflejo de esta creciente tendencia a la descentralización de la música popular en su país, ofreciendo escenarios y una estructura donde pudo gestarse una subcultura y un sonido local representativo dentro del campo del rock nacional.

De esta manera, Factory fundó un nuevo conjunto de prácticas en la industria de la producción musical: un nuevo sonido, de la mano del productor Martin Hannet; una nueva gráfica con el diseñador Peter Saville; una nueva imagen, voz y expresión, a partir de Ian Curtis y del resto de los miembros de Joy Division. En este clima de implosión de la industria independiente, surgieron también nuevas instituciones y actores: la crítica musical experimentó un cambio radical, vio el nacimiento de nuevos medios y la multiplicación de voces y discursos sobre el rock. El significado de estas nuevas prácticas también está definido por los juicios de valor de los oyentes y sus esquemas de interpretación. Por eso, conocer el funcionamiento interno de los mismos nos permite comprender la importancia del grupo y del estilo musical en su contexto de producción y luego también, su posicionamiento dentro del campo (Regev, 2002).

En la presente investigación utilizamos como marco general el estudio de la cultura popular y el proceso por medio del cual se producen, circulan y se interpretan sus signos y significados. Dentro del circuito de la cultura popular, el objeto de nuestra tesis ha sido la producción de estilos, géneros y subgéneros codificados por la industria, el mercado y el público. La decodificación de estas estructuras y de los elementos semióticos que conforman estas formas musicales, nos ha permitido estudiar las manifestaciones sociales que las producen y reproducen a partir de juicios de valor determinados culturalmente. En este sentido, los estilos musicales son, para nosotros, relatos sobre los valores compartidos y las identidades de quienes los producen y de quienes los consumen, que comportan signos y significados conectados con las formas de organización social que ayudan, a su vez, a moldearlas.

Como objetivo particular de nuestra investigación, hemos intentado describir el proceso de formación de estilos y de identidades sociales a partir del análisis del grupo inglés de post-punk, Joy Division (1978-1980). Nuestro interés principal ha sido describir las fases del proceso y sus principales manifestaciones: caracterizar los elementos (sonido, letras, voces, imágenes, discos, movimientos, gestos) y los actores (productores, managers, diseñadores, músicos, críticos, oyentes) que intervienen en él. Evaluamos las condiciones de producción de estos signos culturales como manifestaciones de un tiempo y un lugar, intentando

reconstruir sus significados y sus implicaciones coyunturales. Pero, además, desde el momento en que estos signos entran en el circuito cultural, hemos observado también su evolución histórica, los cambios de posiciones que experimentaron dentro del campo, en los juicios de valor, en las decodificaciones sociales y sus permanentes actualizaciones (reediciones de discos, notas especiales en la prensa musical, documentales, libros, citas y versiones de sus canciones de nuevos grupos).

Nuestra investigación se fundamenta en el análisis del campo de producción, circulación y recepción de la cultura musical independiente en Manchester, a través del ejemplo de Factory Records y Joy Division. En cuanto a la metodología, hemos utilizado el concepto de articulación de Stuart Hall (1996) y Laclau y Mouffe (1987) definido como la construcción de puntos nodales que fijan parcialmente el sentido, una forma de conexión que une dos o más elementos distintos bajo determinadas condiciones, en nuestro caso, el modelo analítico del circuito de la cultura de Stuart Hall y Paul DuGay y la Sociología de la cultura bourdesiana.

El circuito de la cultura nos ha sido de utilidad como modelo teórico para el análisis de Joy Division como objeto cultural. En especial, destacamos la utilidad del método para analizar de manera integral las relaciones entre las instancias de producción, consumo y representación, a partir de la construcción de identidades. Destacamos también la utilidad de las teorías de P. Bourdieu sobre el funcionamiento del campo simbólico, las luchas por la legitimación y la conformación del gusto. Esta línea de investigación ha sido trasladada al campo de la música popular en varias ocasiones principalmente por el sociólogo Motti Regev y por el teórico cultural David Hesmondhalgh. Una de las conclusiones a las que arribamos, a partir del análisis del comportamiento del campo simbólico, es que la recuperación de Joy Division (y en parte la recuperación del pasado musical que Reynolds caracteriza) ha logrado legitimar la obra del grupo dentro del circuito cultural del rock, especialmente en Inglaterra y en la ciudad de Manchester. Y todo esto sucede en un momento en el que el campo del pop/ rock está atravesado por un revival simultáneo de múltiples estilos pasados y repleto de homenajes, especiales, biopics y documentales de rock, biografías y memorias,

exhibiciones en museos y galerías de arte que organizan el pasado para construir su propia historia.

Hemos propuesto también un acercamiento semiótico a la obra de Joy Division para describir el proceso de nombrar y definir, la construcción de una retórica de la imagen, del sonido, del texto y del cuerpo en movimiento. Desde el campo del lenguaje, las teorías semióticas (principalmente la aplicación de la semiótica y la teoría del discurso de Stuart Hall, Roland Barthes y Umberto Eco) hemos trabajado la identidad como representación. Es decir, realizamos un análisis de las diferentes formas discursivas que determinaron la estética particular de Joy Division, desde el lenguaje musical, textual y visual al suicidio de Ian Curtis como signo que otorga un plus de valor a la determinación de la identidad del grupo

Esperamos que para futuras investigaciones sobre la música popular y, concretamente sobre el rock, estos recorridos teóricos puedan brindar también interesantes conclusiones y abrir nuevas perspectivas de análisis.

ANEXO 1: GLOSARIO DE TÉRMINOS (11.3)

ALTURA MUSICAL (*PITCH*): Este parámetro es el que produce la sensación grave-agudo y se mide por la cantidad de vibraciones por segundo (frecuencia). A medida que el sonido vibra más veces por segundo el mismo se hace más agudo. Se pueden establecer metáforas entre las melodías agudas y la pureza y el optimismo y las melodías graves con la penumbra, el peligro o un mal presagio. Las melodías que presentan una amplitud tonal mayor se asocian con la expresión de emociones, mientras que un rango más reducido da sensación de inactividad o limitación.

ECUALIZADORES Y FILTROS: Los ecualizadores y filtros son dispositivos mediante el cual podemos modificar la amplitud en más o en menos de un grupo de armónicos que forman parte de un sonido dado. Éstos comprenden parámetros como el control de ganancia, el control de frecuencia y el ancho de banda.

FRASEO: En el campo de la sociolingüística se entiende que el uso de frases breves y concisas se asocian con un hablante que transmite sinceridad y confianza. En la música funciona de manera análoga cuando se analizan las melodías y las líneas de la voz. Los fraseos de mayor duración se asocian con una idea de franqueza y sinceridad.

MODALIDAD: Este término se utiliza para describir la relación entre las notas dentro de una escala musical, los intervalos. El término modo hace referencia a las escalas y reglas compositivas de la melodía, si corresponde a un sistema tonal mayor o menor.

NASALIDAD: Cuando nos referimos a la calidad de la voz, la nasalidad puede dar la impresión de reticencia o falta de entusiasmo. Su opuesto sería una voz abierta y cálida.

NOTAS DE LA ESCALA: Hay ocho notas en una escala que pueden describirse de la siguiente manera según su significado:

1: tónica, sensación de estabilidad y anclaje.

2: nota de paso, transición hacia otra nota

3: estable (es parte del acorde principal) pero puede dar sensación de felicidad si es mayor o de tristeza si es menor.

4: crea espacio para la cadencia, construye la melodía

5: estable, como la primera nota

6: funciona de manera similar a la tercera

7: Si es mayor, cumple una función reflexiva o transmite una sensación de deseo y ansia. Si es menor, se acerca a una sensación de dolor y tristeza.

El resto de las notas que no forman parte de la escala, pueden utilizarse para generar una sensación de conflicto malestar.

RANGO DINÁMICO: Es el rango de volumen o intensidad de un sonido. Por ejemplo, el hip hop es un género musical con menor rango dinámico puesto que utiliza una percusión y una línea de bajo muy repetitiva y persistente. En cambio, la música clásica suele tener una instrumentación mucho más amplia y diferentes matices durante la ejecución. El rock tiene un nivel más bien medio aunque también varía de acuerdo al subgénero que se analice, si es rock progresivo tendrá más apertura de rango dinámico, si es punk la variación será menor pero la intensidad mayor.

RESONANCIA (REVERB): El eco puede ser utilizado para dar cuenta de la espacialidad del paisaje sonoro. Cuanta más resonancia tenga el sonido, dará una sensación de espacio más grande o de un paisaje épico.

RITMO: Es la manera en que los sonidos se ordenan siguiendo patrones estructurados. Se pueden asociar los diferentes tipos de ritmos con el ritmo de la caminata: abrupto, suave, zapateado, saltado.

SEMIÓTICA DEL SONIDO: Es el campo de estudio del significado de las cualidades del sonido.

PAISAJE SONORO (SOUNDSCAPE): Hace referencia a la totalidad de las cualidades propias de lo que registramos auditivamente, todos los tipos de sonido, cómo se organizan en planos según nuestra posición en la sala (más cercano o más lejano). Con el volumen, la resonancia y otros parámetros de modulación del sonido, se puede recrear virtualmente un paisaje sonoro.

PLANOS: Hace referencia a la forma en que los instrumentos, las voces y el resto de los sonidos se organizan dentro de la composición musical o del paisaje sonoro. Estos sonidos pueden oírse en primer plano, destacados o permanecer en el fondo para generar una cierta atmósfera.

TIMBRE: Este parámetro es el que determina la diferencia entre un tipo de sonido y otro. Esto estará dado visualmente por la forma de la onda de un sonido. De la misma forma que un color puede ser formado por otros tres, un sonido puede estar formado por armónicos diferentes u ondas senoidales de distinta frecuencia y amplitud.

UNÍSONO: Decímos que los instrumentos suenan al unísono cuando tocan la misma nota al mismo volumen. Metafóricamente, podría entenderse como cohesión social o voluntad colectiva. Las voces en armonía también representan una unidad de conjunto.

VIBRATO: El vibrato es la oscilación casi imperceptible de un sonido entre dos notas. Metafóricamente se vincula con el temblor muscular o el estremecimiento del cuerpo. Su significado puede depender de la velocidad, la profundidad y la regularidad de la oscilación. Si es muy regular, puede resultar mecánico y deshumanizado, si asciende o descende de manera más marcada puede resaltar una emoción particular. La ausencia de vibrato da sensación de movimiento constante y regular que carece de picos emocionales.

VOLUMEN: La intensidad o volumen del sonido depende de la magnitud de la perturbación. El ejemplo más cotidiano es el de una ola. Cuanto más alta es, mayor es su fuerza. En el caso del sonido el parámetro que nos da la intensidad o volumen es llamado amplitud, y su magnitud se expresa en unidades llamadas decibeles (dB).

ANEXO 2: DISCOGRAFÍA DE JOY DIVISION

An Ideal For Living (EP - 1978)

“Warsaw”

“No Love Lost”

“Leaders of Men”

“Failures”

Transmission (sencillo – 1979)

“Transmission”

“Novelty”

Unknown Pleasures (álbum - 1979)

“Disorder”

“Day Of The Lords”

“Candidate”

“Insight”

“New Dawn Fades”

“She's Lost Control”

“Shadowplay”

“Wilderness”

“Interzone”

“I Remember Nothing”

Licht und Blindheit (sencillo - 1980)

“Atmosphere”

“Dead Souls”

Komakino (sencillo - 1980)

“Komakino”

“Incubation”

“As You Said”

***Love Will Tear Us Apart* (sencillo - 1980)**

“Love Will Tear Us Apart”

“These Days”

***Atmosphere* (sencillo - 1980)**

“Atmosphere”

“She’s Lost Control”

***Closer* (álbum - 1980)**

“Atrocity Exhibition”

“Isolation”

“Passover”

“Colony”

“A Means To An End”

“Heart And Soul”

“Twenty Four Hours”

“The Eternal”

“Decades”

Álbumes en directo

Preston 28 February 1980 (1999)

Les Bains Douches 18 December 1979 (2001)

Fractured Box (2001)

Re-fractured Box (2004)

Álbumes recopilatorios

Still (1981)

Substance (1988)

The Peel Sessions (1990)

Warsaw (1994)

Permanent (1995)

Heart and Soul (1997)

Joy Division The Complete Recordings BBC (2000)

Martin Hannet's Personal Mixes (2007)

Let the Movie Begin (2007)

The Best of Joy Division (2008)

+ - Singles 1978-80 (2010)

Total: From Joy Division to New Order (2011)

Álbumes compilados de varios artistas

Short Circuit (1978)

A Factory Sample (1979)

Earcom 2: Contradiction (1979)

Otros varios

Hot Chip/ Joy Division: Transmission (sencillo – 2009)

New Order/ Joy Division: Ceremony/ In A Lonely Place (sencillo – 2012)

BIBLIOGRAFÍA

- ABEILLÉ, Constanza (2008), “La retórica del romanticismo y la Revolución Francesa en el análisis del discurso musical”, en *Actas del III Congreso Internacional Transformaciones culturales. Debates de la teoría, la crítica y la lingüística*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, agosto de 2008. Buenos Aires, FFyL. Edición digital. ISBN 978-987-1450-53-4.
- (2009), “Afinidad y límite entre la poesía y la canción de cámara en *Dichterliebe*, op. 48, de R. Schumann”, en *Actas del XIII Congreso de Germanística (ALEG) Cruce de Fronteras*, Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba, septiembre de 2009. Córdoba, Facultad de Lenguas de la Universidad Nacional de Córdoba, ISSN 1852-3935.
- (2012), “Modos de representar la realidad: aproximaciones teóricas al rockumental”, *Toma 1* (Universidad Nacional de Córdoba), 1.
- (2013), “Las formas musicales en la era digital: la crisis del álbum, 22, 185-204
- (2013a), “F.E.E.L.I.N.G.C.A.L.L.E.D.L.O.V.E: una aproximación a la teoría de la canción ‘pop’”. Revista *Tropelías* (Universidad de Zaragoza), Nº 19.
- (2013b), “Música y representación en la formación del Rock Nacional como género”. Revista *Plop*, Nº 1.
- (2014), “Go with the flow: cambios en la distribución y consumo de la música en la era digital”, *LIS* (Buenos Aires), en prensa.
- ADELL, Joan Elies (1998). *La música en la era digital*, Lleida, Milenio.
- (2000), “Entre la autenticidad y la impostura: música popular y nuevas tecnologías”, en *Actas de Jornadas en Red 2000*, Barcelona, UOC.
- ADORNO, Theodor W. (2002), “The Curves of the Needle”, en *Essays on Music*, tr. S. H. Gillespie, Berkeley, University of California Press, 271-276.
- (1977), *Obra completa*, 10:/1: *Crítica de la cultura y la sociedad, I*, tr. J. Navarro, Madrid, Akal, 2008.
- (2003), *Beethoven filosofía de la música*, Madrid, Akal.
- ADORNO, Theodor W. y HORKHEIMER, Max (1944), *Dialéctica de la Ilustración*, ed. J. J. Sánchez, Madrid, Trotta, 2005.

- ALTAMIRANO, Carlos (ed.) (2002), *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós.
- ALONSO, Luis Enrique *et alii* (eds.) (2004), *Pierre Bourdieu: las herramientas del sociólogo*, Madrid, Fundamentos
- ARIÑO, Antonio (1997), *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad*, Barcelona, Ariel.
- ATTALI, Jacques (1995), *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*, tr. A. M. Palos. México, Siglo XXI.
- BAJTÍN, Mijail (1941), *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Madrid, Alianza, 1987
- (1952-3), “El problema de los géneros discursivos”, en *Estética de la creación verbal*, tr. T. Bubnova, México, Siglo XXI, 1995, 248-294
- BARKER, Chris (2000), *Cultural studies: Theory and practice*, Londres, Sage.
- (2002), *Making sense of cultural studies: Central problems and critical debates*, Londres, Sage.
- (2004), *The Sage dictionary of cultural studies*, Londres, Sage.
- BARKER, Martin y BEEZER, Anne (eds.) (1992), *Reading into cultural studies*, Londres, Routledge. Tr.: *Introducción a los Estudios Culturales*, tr. H. Borrat, Barcelona, Bosch, 1994.
- BARTHES, Roland (1957), *Mitologías*. México, Siglo XXI, 2009
- (1977), *El grano de la voz*, México, Siglo XXI, 1983.
- (1984), “El discurso de la historia”, en *El susurro del lenguaje*, Barcelona, Paidós, 1987.
- (1986) “La canción romántica”. En *Lo obvio y lo obtuso*. Buenos Aires, Paidós.
- BAUDRILLARD, Jean (1969), *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI.
- (1970), *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, Madrid, Siglo XXI, 2009.
- BEADLE, Jeremy J. (1993), *Will pop eat tself? Popular music in the Soundbite era*, Londres, Faber & Faber.
- BELL, Daniel *et alii* (1974), *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Avila.

- BENJAMIN, Walter (1989), "La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica", en *Discursos Interrumpidos I*, tr. J. Aguirre, Buenos Aires, Taurus.
- (2006), "El concepto de crítica de arte en el romanticismo alemán", en *Obras I/I*, tr. A. Brotons Muñoz, Madrid, Abada.
- BÉRUBÉ, Michael (ed.) (2005), *The aesthetics of cultural studies*, Oxford, Blackwell.
- BINGHAM, Ruth O. (2004), "The early nineteenth century song cycle", en Parsons 2004: 101-119.
- BLANCO, Oscar (2000), "Introducción", en Zubieta 2000: 17-21.
- BOLLON, Patrice (1990), *La rebeldía de la máscara*. Madrid, Espasa.
- BOUCOURECHLIEV, André (1980), *Beethoven*, Barcelona, Antoni Bosch.
- BOURDIEU, Pierre (1979), *La distinción*, tr. M. C. Ruiz de Elvira, Madrid, Taurus, 1991.
- (1984), *Cuestiones de sociología*, tr. E. Martín Criado, Madrid, Akal, 2008.
- (1992), *Las reglas del arte*, tr. T. Kauf, Barcelona, Anagrama, 1995.
- (1994), *Razones prácticas*, tr. T. Kauf, Barcelona, Anagrama, 1997.
- (2003), *Creencia artística y bienes simbólicos*, tr. A. Gutiérrez, Córdoba y Buenos Aires, Aurelia Rivera.
- BOURHIS, Hervé (2014), *El pequeño libro del rock*, Madrid, Norma.
- BUNZ, Mercedes (2007). *La utopía de la copia. El pop como irritación*. Buenos Aires: Interzona.
- BURNS, Gary (1987): "A Typology of 'Hooks' in Popular Records", *Popular Music*, 6/1, 1-20.
- CHAMBERS, Iain (1994), *Migrancy, Culture, Identity*, Londres, Routledge.
- (1985) *Urban Rhythms*, Londres, Macmillan.
- COCKER, Jarvis (2008): "Saying the unsayable" en <http://www.acrylicafternoons.com/jarvisonsong.html> (última consulta: 21-2-2012)
- (2011): *Mother, Brother, Lover*. Londres, Faber & Faber
- COOKE, Deryck (1959) *The Language of Music*, Oxford, Clarendon.

- COOPER, B. Lee (1991), *Popular music perspectives. Ideas, themes and patterns in contemporary lyrics*, Ohio, Bowling Green State University Popular Press.
- COWIE, Elizabeth (2011), “The spectacle of Actuality and the Desire for reality”, en *Recording reality, desiring the real*, Minneapolis, University of Minnesota Press
- CUCHE, Denys (1996), *La notion de culture dans les sciences sociales*, París, La Découverte, 2004 (3^a ed.). Trad. esp.: *La noción de cultura en las ciencias sociales*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1999.
- CUMMINS, Kevin (2009), *Manchester: Looking for the Light through the Pouring Rain*, Londres: Faber and Faber.
- CURRAN, James *et alii* (eds.) (1996), *Estudios Culturales y comunicación*, tr. E. Poblete y J. Palou, Barcelona, Paidós, 1998.
- CURTIS, Deborah (1995), *Ian Curtis and Joy Division*, Londres, Faber & Faber.
- DAHLHAUS, Carl (1999), *La idea de la música absoluta*, Barcelona, Idea Books,.
- DAVIES, Ioan (1995), *Cultural studies and beyond: Fragments of empire*, Londres, Routledge.
- DE AGUILERA, Miguel (2008), “El encuentro entre la comunicación y la música: razones, criterios, enfoques”, en De Aguilera *et al* 2008.
- DE AGUILERA, Miguel *et alii* (eds.) (2008), *Comunicación y música I. Lenguaje y medios*, Barcelona, UOC.
- DEBORD, G. (1967), *La sociedad del espectáculo*, tr. J. L. Pardo, Valencia, Pre-textos, 1999
- DU GAY, Paul (ed) (1997), *Production of culture/ cultures of production*, Londres, SAGE.
- DU GAY, P. *et alii* (1997), *Doing cultural studies. The story of the Sony walkman*, Londres, Sage.
- DURANT, Alan (1985). *Conditions of music*. NY: State University of New York Press.
- DURING, Simon (ed.) (1999), *The cultural studies reader*, Londres, Routledge (1^a ed.: 1993).

- (2005), *Cultural studies: A critical introduction*, Londres, Routledge.
- DUVIGNAUD, Jean (1967), *Sociología del arte*, tr. M. Bustamante, Barcelona, Península, 1969.
- EAGLETON, Terry (1991), *Ideology: An introduction*, Londres, Verso. Tr. esp.: *Ideología. Una introducción*, Barcelona, Paidós, 1997.
- (2000), *The idea of culture*, Oxford, Blackwell.
- ECO, Umberto (1964), *Apocalípticos e integrados*, tra A. Boglar., Barcelona, Lumen, 1984 (7^a ed.).
- ELIOT, Thomas S. (1948), *Notes towards the definition of culture*, Londres, Faber & Faber, 1979.
- ESTERAS, Diego y FANEGO, Ezequiel (eds.) (2008). *Ian Curtis/ Joy Division: Reversiones*. Buenos Aires, Caja Negra.
- EVERETT, Walter (1999). *Los Beatles como músicos*. Buenos Aires, Eterna Cadencia, 2013.
- FABBRI, Franco (1982), “A Theory of musical genres: two applications”, en Horn y Tagg 1982: 52-81.
- FEATHERSTONE, Mike (1991), *Cultura de consumo y posmodernismo*, tr. E. Sinnott, Buenos Aires, Amorrortu, 2000.
- FERNANDEZ, José Luis (2014), *Innovación en la industria musical*, Buenos Aires, La Crujía.
- FISKE, John (1982), *Introduction to communication studies*, Londres, Methuen.
- (1989), *Understanding popular culture*, Boston, Unwin.
- FRITH, Simon (1983), *Sound effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock 'n' Roll*, Londres, Constable.
- (1984), “Mood Music”, *Screen*, 25 (3), 78-89.
- (1986). "Art versus technology: The strange case of pop", *Media, Culture & Society* 8, 263-279.
- (1988), *Music for pleasure: Essays in the sociology of pop*. Londres: Polity Press.
- (1996a), “Music and identity”, en Hall y Du Gay 1996: 108-127
- (1996b), *Performing rites. On the value of popular music*, Oxford, Oxford University Press.

- FRITH, Simon y GOODWIN, Andrew (1990), *On Record*, Nueva York, Pantheon.
- (1993), *Sound and Vision*, Londres, Routledge.
- FROW, John (1995), *Cultural studies and cultural value*, Oxford, Oxford UP.
- FUBINI, Enrico (1971) *La estética musical del siglo XVIII a nuestros días*, Barcelona, Barral.
- GANS, Herbert J. (1974), *High culture and popular culture: An analysis and evaluation of taste*, Nueva York, Basic Books.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990), *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.
- GAROFALO, Reebee y CHAPPLE, Steve (1977), *Rock 'n' Roll Is Here to Pay*. Chicago: Nelson Hall
- GENDRON, Bernard (1986), “Theodor Adorno meets the Cadillacs”, en Modleski 1986: 18-36.
- GONZÁLEZ MARTÍNEZ, Juan Miguel (1999), *El sentido en la obra musical y literaria. Aproximación semiótica*, Murcia, Universidad de Murcia.
- GREEN, Michael (1982), “The Centre for Contemporary Cultural Studies”, en Storey 1996a: 49-60.
- GRIGNON, Claude y PASSERON, Jean-Claude (1989), *Lo culto y lo popular. Misarabilismo y populismo en sociología y en literatura*, Madrid, La piqueta, 1992.
- GRONOW, P. y SAUNIO, I. (1999), *An International history of the recording industry*, tr. C. Moseley, Londres, Cassell.
- GROSSBERG, Lawrence (1993a), “The media economy of rock culture: cinema, postmodernity and authenticity”, en Grossberg, Frith y Goodwin, 1993: 159-179.
- (1993b), “The formations of cultural studies: An American in Birmingham”, en Blundell *et alii* 1993: 21-66.
- GROSSBERG, Lawrence; FRITH, Simon y GOODWIN, Andrew (eds.) (1993), *Sound and vision: The Music video reader*, Londres, Routledge.
- GROSSBERG, Lawrence; NELSON, Cary; Treichler, Paula (eds.) (1992), *Cultural studies*, Londres, Routledge.

- GRÜNER, Eduardo (1998), “El retorno de la teoría crítica de la cultura: una introducción alegórica a Jameson y Žižek”, en Jameson y Žižek 1998: 11-64.
- HALL, Gary y Birchall, Clare (eds.) (2006), *New cultural studies: Adventures in theory*, Edimburgo, Edinburgh UP.
- HALL, S. (1973): “Codificación y descodificación en el discurso televisivo”, tr. A. I. Segovia y J. L. Dader, *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 9 (2004), 210-236.
- (1977), “A critical survey of the theoretical and practical achievements of the last ten years”, en Barker *et alii* 1977: 1-7.
- (1978), “The hinterland of science: Ideology and the “sociology of knowledge””, en CCCS 1978: 9-32.
- (1980a), “Cultural studies and the Centre: some problematics and problems”, en Hall *et alii* 1980: 15-47.
- (1980b), “Introduction to Media Studies in the Centre”, en Hall *et alii* 1980: 117-121.
- (1980c), “Cultural studies: two paradigms”, en Storey 1996a: 31-48.
- (1981), “Notas sobre la deconstrucción de lo “popular””, en Samuel, 1984: 93-110.
- (1985), “Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post-Structuralist Debates”, *Critical studies in mass communication*, 2 (2), 91-114.
- (1988), “New ethnicities”, en Hall 1996: 441-449.
- (1992a), “Cultural studies and its theoretical legacies”, en Grossberg *et alii* 1992: 276-286 (y discusión, 286-294); también en Hall 1996: 262-275, y During 1999a: 98-109.
- (1996a), *Critical dialogues in cultural studies*, ed. D. Morley y K.-H. Chen, Londres, Routledge.
- (1996b), “Introducción: ¿quién necesita identidad?”, en Hall y du Gay 1996: 13-39.
- HALL, Stuart; CRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; ROBERTS Brian (eds.) (1978), *Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order*, Londres, Macmillan.

- HALL, Stuart y DU GAY, Paul (eds.) (1996), *Cuestiones de identidad cultural*, tr. H. Pons, Buenos Aires, Amorrtutu, 2003.
- HALL, Stuart; HOBSON, Dorothy; LOWE, Andrew; WILLIS, Paul (eds.) (1980), *Culture, media, language*, Londres, Hutchinson
- HALL, Stuart y JEFFERSON, Tony (eds.) (1983), *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain*, Londres, Hutchinson.
- HAYAKAWA, Samuel I. (1955), “Popular Songs vs the Facts of Life”, *ETC*, 12: 2.
- HEBDIGE, Dick (1979). *Subculture: The Meaning Of Style*, Londres, Methuen.
- HENNION, Antoine (1983), “The production of success: an anti-musicology of the pop song”, en Frith, y Goodwin 1990:185-206
- HESMONDHALGH, David (1999), “Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre”, *Cultural Studies*, 13: 1, 34-61
- (2002), “Popular music audiences and everyday life”, *Popular music studies*,
- (2006), “Bourdieu, the media and cultural production”,
- HESMONDHALGH, David y NEGUS, Keith (eds.) (2002), *Popular Music Studies*, Londres, Arnold.
- HESMONDHALGH, David y TOYNBEE, Jason (2008), *The Media and Social Theory*, Londres, Routledge
- HIBBETT, Ryan (2005) “What is indie rock?”, *Popular Music and Society*, 28:1, 55-77.
- HOGGART, Richard (1957), *The uses of literacy*, Harmondsworth, Penguin, 1971.
- (1970b), *Speaking to each other, 2: About literature*, Harmondsworth, Penguin, 1973.
- HOOK, Peter (2012), *Unknown Pleasures: Inside Joy Division*, Londres, Simon & Schuster.
- HORN, David y TAGG, Philip (1982), *Popular Music Perspectives*, Göteborg & Exeter, IASPM (International Association for the Study of Popular Music), 232-242.
- INGLIS, Ian (1994), *Performance and popular music: history, place and time*, Londres, Ashgate.

- JAKOBSON, Roman (1960), “Lingüística y poética”, en *Ensayos de lingüística general*, Barcelona: Seix Barral, 1975, 347-395.
- JAMESON, Fredric (1981), *The political unconscious*, Londres, Methuen. Tr.: *Documentos de cultura, documentos de barbarie*, Madrid, Visor, 1989.
- (1992), “Sobre los “Estudios Culturales””, en Jameson y Žižek 1998: 69-136.
- JAMESON, Fredric y Žižek, Slavoj (1998), *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*, tr. M. Irigoyen, Barcelona, Paidós.
- JENKS, Chris (1993), *Culture*, Londres, Routledge.
- JOHNSON, Lesley (1979), *The cultural critics: From Matthew Arnold to Raymond Williams*, Londres, RKP.
- JOHNSON, Richard (1983), “What is cultural studies anyway?”, en Storey 1996a: 75-114.
- JOHNSON, Richard *et alii* (2004), *The practice of cultural studies*, Londres, Sage.
- JORDAN, Barry (1986), “Textos, contextos y procesos sociales”, *Estudios semióticos*, 9, 37-58.
- KING, Richard (2012), *How soon is now?: the madmen and mavericks who made independent music 1975-2005*, Londres, Faber & Faber.
- LACLAU, Ernesto y MOUFFE, Chantal (1985), *Hegemonía y estrategia socialista*, Buenos Aires, FCE, 2004.
- LAING, Dave (1985), *One Chord Wonders: Power and Meaning in Punk Rock*, Milton Keynes, Open University Press.
- MACHIN, David (2010), *Analysing popular music: image, sound, text*, Londres, Sage.
- MACKAY, Hugh (ed) (1997), *Consumption and everyday life*, Londres, Sage.
- MAFFESOLI, Michel (1990), *El tiempo de las tribus*, Barcelona, Icaria.
- MARCUS, Greil (1975), *Mystery Train*, Londres, Faber & Faber.
- (1993), *Escritos sobre punk: 1977-1992*, Buenos Aires, Paidós, 2013
- MARSH, Dave (1993), *Louie Louie*, Nueva York, Hyperion.
- MARTÍN CABELLO, Antonio (2006), *La Escuela de Birmingham. El Centre for Contemporary Cultural Studies y el origen de los Estudios Culturales*, Madrid, Universidad Rey Juan Carlos.

- MARQUEZ, Israel (2014), *La música popular en el siglo XXI*, Madrid, Milenio.
- MCLUHAN, Marshall (1996), *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona, Siglo XXI.
- MCROBBIE, Angela (1978), “Working class girls and the culture of femininity”, en Women’s Studies Group-Centre for Contemporary Cultural Studies, *Women Take Issue*, Londres, Hutchinson, 96-108.
- MIDDLETON, Richard (1990), *Studying Popular Music*, Buckingham, Open University Press.
- MILES, Barry (2010), *London Calling: A Countercultural History of London since 1945*, Londres, Atlantic Books.
- MILES, Barry (2011), *In the seventies: Adventures in the Counterculture*, Londres, Serpent’s Tail.
- MILNER, Andrew (1994), *Contemporary cultural studies*, Londres, UCL.
– (1996), *Literature, culture, and society*, Nueva York, New York UP.
- MIMNAGH, Tara (2003), “Behind the practices; catching up with Depeche Mode 101: Verite Very”, en Gyde, Alez y Stahl, Geoff (comp.), *Actas del 12º Bienal Conferencia Internacional de IASPM Practising Popular Music*, Montreal.
- MODLESKI, Tania (ed.) (1986), *Studies in entertainment*, Bloomington, Indiana University Press.
- MOONEY, H. F. (1954), “Song, singers and society. 1890-1954”, *American Quarterly*, 6, 226.
- MOORE, Allan F. (2003), *Analyzing popular music*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MORA, Kiko y VIÑUELA, Eduardo (2014), *Rock around Spain*, Lleida, Universitat de Lleida.
- MORLEY, Paul (2008), *Joy Division, piece by piece. Writing about Joy Division 1977-2007*, Londres, Plexus.
– (2006), “A Northern Soul”, *The Guardian* (21/05/2006)
- MORLEY, David y CHEN, Kuan-Hsing (1996), “Introduction”, en Hall 1996: 1-22.
- MOSTERÍN, Jesús (1993), *Filosofía de la cultura*, Madrid, Alianza.

- MUÑOZ, Blanca (2005), *Modelos culturales. Teoría sociopolítica de la cultura*, Barcelona, Anthropos.
- (1995), *Teoría de la pseudocultura: estudios de sociología de la cultura y de la comunicación de masas*, Madrid, Fundamentos.
 - (2000), *Theodor W. Adorno: teoría crítica y cultura de masas*, Madrid, Fundamentos.
 - (2005), *Cultura y comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*, Madrid, Fundamentos (2^a ed.).
- NAREMORE, James y BRANTLINGER, Patrick (1991), *Modernity and mass culture*, Bloomington, Indiana UP.
- NEGUS, Keith (1992). *Producing pop. Culture and conflict in the popular music industry*, Londres, Edward Arnold.
- (1996). *Popular music in theory*, Middletown, Wesleyan University Press.
- NELSON, Cary; TREICHLER, Paula A.; GROSSBERG, Lawrence (1992), “Cultural studies: An introduction”, en Grossberg, Nelson y Treichler 1997: 1-16.
- NEUEBAUER, John (1992), *La emancipación de la música. El alejamiento de la mimesis en la estética del siglo XVII*, Madrid, Visor.
- NICE, James (2010), *Shadowplayers: The rise and fall of Factory Records*, Londres, Auru Press
- NICHOLS, Bill (1991), *Representing reality: issues and concerns in documentary*, Bloomington, Indiana University Press.
- NOLAN, David (2006), *I swear I was there: The gig that changed the world*, Shropshire, Independent Music Press
- OTT, Chris (2010), *33 1/3: Unknown Pleasures*, Londres, Bloomsbury.
- PARSONS, James (ed.) (2004), *The Cambridge Companion to the Lied*, Cambridge, Cambridge University Press
- PAYNE, Michael (ed.) (1996), *Diccionario de teoría crítica y Estudios Culturales*, tr. P. Willson, Barcelona, Paidós, 2002.
- PEATMAN, John G. (1942), “Radio and Popular Music”, en P.F. Lazarsfeld y F. Stanton (eds.), *Radio Research*, Nueva York, Duell, Sloan & Pearce.

- PUIG, Luis y TALENS, Jenaro (1999), *Las culturas del rock*, Valencia, Pre-textos.
- PULIDO, Genara (ed.) (2003a), *Estudios Culturales*, Jaén, Universidad de Jaén.
- (2003b), “Cuando la cultura popular tomó la calle y la academia. Sobre el lugar cambiante de los Estudios Culturales”, en Pulido 2003a: 109-135.
- REGEV, Motti (1994), “Producing artistic value: the case of rock music”, en *The Sociological Quarterly*, Vol. 35, nº 1, pp. 85-102.
- (2002), “The 'Pop-Rockization' of Popular Music”, en Hesmondhalgh y Negus 2002: 251-264.
- (2007), “Ethno-National Pop-Rock Music: Aesthetic Cosmopolitanism made from within”, *Cultural Sociology*, Vol 1 (3), pp. 317-341
- (2013), *Pop-rock music. Aesthetic Cosmopolitanism in late modernity*. Cambridge, Polity Press.
- REYNOSO, Carlos (2000), *Apogeo y decadencia de los Estudios Culturales. Una visión antropológica*, Barcelona, Paidós.
- REYNOLDS, Simon (2010), *Después del rock: psicodelia, postpunk, electronica y otras revoluciones inconclusas*, Buenos Aires, Caja Negra.
- (2005), *Rip it up and start again*, Londres, Faber & Faber.
- (2010), *Retromania: Pop Culture's addiction to its own past*, Londres, Faber & Faber.
- ROSEN, Charles (1986), *El estilo clásico. Haydn, Mozart, Beethoven*. Madrid, Alianza Editorial.
- SAID, Edward (1993), *Cultura e imperialismo*, tr. N. Catelli, Barcelona, Anagrama, 1996.
- SAMUEL, Ralph (ed.) (1981), *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona, Crítica, 1984.
- SANTOS UNAMUNO, Enrique (2001), “Los poetas románicos del rap”, en *Atti del XIX Convegno [Associazione ispanisti italiani]*: Roma, 16-18 settembre 1999/ coord. Antonella Cancellier, Renata Londero, vol. 2, 235-242.
- SARDAR, Ziuddin y VAN LOON, Boris (1997), *Estudios Culturales para todos*, tr. T. Fernández Aúz y B. Eguibar, Barcelona, Paidós, 2005.
- SAVAGE, Jon (1991), *England's Dreaming*, Londres, Faber.

- SCIOLLA, Loredana (2002), *Sociologia dei processi culturali*, Bolonia, Il Mulino.
- SEARLE, John (1969): *Actos de habla. Ensayo de filosofía del lenguaje*, tr. L. Valdés Villanueva, Madrid, Cátedra, 1994
- SHANK, Barry (1994), *Dissonant Identities: The Rock 'n' Roll Scene in Austin*, Texas, Hanover (New Hampshire), Wesleyan University Press.
- SHUKER, Roy (1998), *Key Concepts in popular music*, Londres, Routledge.
- SMITH, Giles (2014), *Lost in music*, Madrid, Contra ediciones
- STEINER, George (1971), *In Bluebeard's castle: Some notes towards the re-definition of culture*, Londres, Faber & Faber, 1978.
- STAHL, Matt (2008), “Sex and Drugs and Bait and Switch: Rockumentary and the New Model Worker”, en Hesmondhalgh y Toynbee 2008: 231-247.
- STANLEY, Bob (2013), *Yeah Yeah Yeah: The story of Modern Pop*, Londres, Faber & Faber.
- STOREY, John (1993), *An introductory guide to cultural theory and popular culture*, Londres, Harvester Wheatsheaf.
- (ed.) (1996a), *What is cultural studies? A reader*, Londres, Arnold.
- STRAW, Will (1993), “Popular music and post-modernism in the 1980s”. En Frith y Goodwin 1993, 2-17.
- (1991), “Systems of articulation, logics of change: communities and scenes in popular music”, *Cultural Studies*, 53, 368-88
- SULLÀ, Enric (ed.) (1998), *El canon literario*, Madrid, Arco/Libros.
- (2009), “La institució literària i el cànó”, en Picornell y Pons 2009: 33-60.
- (2010), “Sobre la formación del canon del cine negro”, *452°F. Revista electrónica de teoría de la literatura y literatura comparada*, 3, 13-28.
- SWINGEWOOD, Alan (1979), *El mito de la cultura de masas*, México, Premiá, 1987.
- TAGG, Philip (1982), “Nature as a Musical mood category”, *Norden's working paper series* (www.tagg.org/articles/xpdfs/nature.pdf).
- (1984), “Understanding musical time Sense”, en *Tvarspel-Festskrift for Jan Ling*. Göteborg, Skriften från Musikvetenskapliga Institutionen (<http://www.tagg.org/articles/xpdfs/timesens.pdf>).

- (1989), “Open letter about ‘Black music’, ‘Afro-American music’ and ‘European Music””, *Popular Music*, 8 (3): 285-9
 - (1990), “Reading Sounds: An Essay on sounds, music, knowledge, rock and society”, *Records Quarterly*, 3 (2), 4-11 (<http://www.tagg.org/articles/readsound.html>).
 - (1994), “From refrain to rave: the decline of the figure and the rise of the ground”, *Popular Music*, 13 (2), 209-22.
- TAGG, Philip y COLLINS, E. Karen (2001), “The sonic aesthetics of the industrial: reconstructing yesterday’s soundscape”, Soundscape Studies Conference, Dartington College (<http://www.tagg.org/articles/xpdfs/dartington2001.pdf>)
- THORNTON, Sarah (1995), *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge, Polity Press.
- TRUDGILL, Peter (1983) “Acts of Conflicting Identity”, en *On Dialectic: Social and Geographical Perspectives*, Oxford:, Blackwell, 141-144.
- TURNER, Graeme (1990), *British cultural studies: An introduction*, Londres, Unwin Hyman.
- VAN LEEUWEN, Theo (1999), *Speech, Music, Sound*, Londres, Macmillan.
- (2001) “Semiotics and iconography”, en T. Van Leeuwen y C. Jewitt (eds), *Handbook of Visual Analysis*, London, Sage, 92-118.
 - (2005), *Introducing Social Semiotics*, Londres, Routledge.
- VILA, Pablo (1996), “Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones”, *TRANS-Revista Transcultural de Música*, 2 (artículo 14) [consultado el 29/10/2012]
- SHEPHERD John *et alii* (1977), *Whose Music?: A Sociology of Musical Languages*, Londres, Latimer.
- WALSER, Robert (1993) *Running with the Devil: Power, Gender and Madness in Heavy Metal Music*, Hanover (New Hampshire), University Press of New England.
- WHITE, Hayden (1973), *Metahistoria*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1998.

- WICKE, Peter (1990), “Rock Music: Dimensions of a Mass Medium – Meaning Production Through Popular Music”, en *Canadian University Music Review*, 10 (2), 137-56
- WILLIAMS, Raymond (1958), *Culture and society: 1780-1950*, Harmondsworth, Penguin, 1968. Tr.: *Cultura i societat (1780-1950)*, tr. J. Cabanes, Barcelona, Laia, 1974.
- (1961), *The long revolution*, Harmondsworth, Penguin, 1965.
- (1962), *Communications*, Harmondsworth, Penguin, 1982 (3^a ed.: 1976).
- (1976), *Keywords: A vocabulary of culture and society*, Fontana, 1980. Trad. esp.: *Palabras clave*, tr. H. Pons, Buenos Aires, Nueva Visión, 2000.
- (1977), *Marxism and literature*, Oxford, Oxford UP.
- (1980), *Problems in materialism and culture*, Londres, Verso.
- (1981), *Culture*, Londres, Fontana. Trad. esp.: *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, Buenos Aires, Paidós.
- (1986a), “The future of cultural studies”, en Williams 1989: 151-162.
- (1986b), “The uses of cultural theory”, en Williams 1989: 163-176.
- (1989), *The politics of modernism*, Londres, Verso, 1996.
- WILLIS, Paul (1978), *Profane Culture*, Londres, Routledge & Kegan Paul.
- WOODWARD, Kathryn (ed) (1997), *Identity and difference*, Londres, SAGE.
- WOLFF, Janet (1993), *La producción social del arte*, tr. I. Balsinde, Madrid, Istmo, 1997 (1^a ed. original: 1981).
- YOUENS, Susan (2008) *Henrich Heine and the Lied*. Cambridge Cambridge University Press.
- ZUBIETA, Ana María (ed.) (2000), *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*, Buenos Aires, Paidós.

DISCOGRAFÍA CITADA

1967-1969

- The Velvet Underground & Nico* (The Velvet Underground & Nico, 1967)
White Light/ White Heat (The Velvet Underground, 1968)
The Velvet Underground (The Velvet Underground, 1969)
The Stooges (The Stooges, 1969)

1970-1976

- Fun House* (The Stooges, 1970)
Transformer (Lou Reed, 1972)
New York Dolls (New York Dolls, 1973)
Raw Power (Iggy and The Stooges, 1973)
Too Much Too Soon (New York Dolls, 1974)
Autobahn (Kraftwerk , 1974)
Meet the Residents (The Residents, 1974)
Horses (Patti Smith, 1975)
Ramones (Ramones, 1976)
The Third Reich and Roll (The Residents, 1976)
Teenage Depression (Eddie and the Hot Rods, 1976)

1977

- Leave Home* (Ramones, 1977)
Rocket to Russia (Ramones, 1977)
Marquee Moon (Television, 1977)
Talking Heads: 77 (Talking Heads, 1977)
The Clash (The Clash, 1977)
Blank Generation (Richard Hell & The Voidoids, 1977)
No More Heroes (The Stranglers, 1977)
New Boots and Panties!! (Ian Dury, 1977)
Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols (Sex Pistols, 1977)
Spunk (Sex Pistols, 1977)
In The City (The Jam, 1977)
This is the Modern World (The Jam, 1977)

Damned Damned Damned (The Damned, 1977)

Music For Pleasure (The Damned, 1977)

The Graveyard and the ballroom (A Certain Ratio, 1977)

Pink Flag (Wire, 1977)

Low (David Bowie, 1977)

Heroes (David Bowie, 1977)

Lust For Life (Iggy Pop, 1977)

The Idiot (Iggy Pop, 1977)

Spiral Scratch (The Buzzcocks, 1977)

Ultravox! (Ultravox!, 1977)

1978

Adventure (Television, 1978)

The Image is Cracked (Alternative TV, 1978)

More Songs About Buildings and Food (Talking Heads, 1978)

Road to Ruin (Ramones, 1978)

Give 'Em Enough Rope (The Clash, 1978)

Another Music in a Different Kitchen (Buzzcocks, 1978)

Love Bites (Buzzcocks, 1978)

All Mods Cons (The Jam, 1978)

Do It Dog Style (Slaughter and the Dogs, 1978)

Crossing the Red Sea With The Adverts (The Adverts, 1978)

Generation X (Generation X, 1978)

Tell Us the Truth (Sham 69, 1978)

That's Life (Sham 69, 1978)

Chairs Missing (Wire, 1978)

Lodger (David Bowie, 1978)

Real Life (Magazine, 1978)

Q: Are We Not Men? A: We Are Devo! (Devo, 1978)

The Scream (Siouxsie and the Banshees, 1978)

Dub Housing (Pere Ubu, 1978)

D.O.A: The Third and Final Report (Throbbing Gristle, 1978)

An Ideal for living (Joy Division, 1978)

A Factory Sample (Varios, 1978)

1979

Inflammable Material (Stiff Little Fingers, 1979)

Vibing Up The Senile Man (Alternative TV)

London Calling (The Clash, 1979)

The Great Rock 'n' Roll Swindle (Sex Pistols, 1979)

A Different Kind of Tension (Buzzcocks, 1979)

Machine Gun Etiquette (The Damned, 1979)

The Undertones (The Undertones, 1979)

The Adventures of the Hersham Boys (Sham 69, 1979)

The Modern Dance (Pere Ubu, 1979)

New Picnic Time (Pere Ubu)

Eskimo (The Residents, 1979)

Buy (Contortions, 1979)

Entertainment (Gang of Four, 1979)

154 (Wire, 1979)

Metal Box (PIL, 1979)

Cut (The Slits, 1979)

Duty Now for the Future (Devo, 1979)

Join Hands (Siouxsie and the Banshees, 1979)

Reproduction (The Human League, 1979)

The Specials (The Specials, 1979)

Mix-Up (Cabaret Voltaire, 1979)

Dirk Wears White Sox (Adam and the Antz, 1979)

The Quality of Mercy is Not Strnen (The Mekons, 1979)

Three Imaginary Boys (The Cure, 1979)

A Trip To Marineville (Swell Map, 1979)

Dragnet (The Fall, 1979)

Fear of Music (Talking heads, 1979)

B-52 (B-52, 1979)

We are all Prostitutes (The Pop Group, 1979)

The Raincoats (The Raincoats, 1979)

Unknown Pleasures (Joy Division, 1979)

1980

Hanx! (Stiff Little Fingers, 1980)

How Much Longer Do We Tolerate Mass Murder? (The Pop Group, 1980)

Colossal Youth (Young Marble Giants, 1980)

Kilimanjaro (The Teardrop Explodes, 1980)

Travelogue (The Human League, 1980)

Alan Vega/Martin Rev (Suicide, 1980)

The Birthday Party (The Birthday Party, 1980)

Wild Planet (B-52, 1980)

Empires and Dance (Simple Minds, 1980)

More Specials (The Specials, 1980)

The Commercial Album (The Residents, 1980)

Killing Joke (Killing Joke, 1980)

Remain in Light (Talking Heads, 1980)

Grotesque (The Fall, 1980)

In The Flat Field (Bauhaus, 1980)

Die Kleinen and Die Bosen (DAF, 1980)

Heathen Earth (Throbbing Gristle, 1980)

The Return of the Durutti Column (Durutti Column, 1980)

Kaleidoscope (Siouxsie and the Banshees, 1980)

Crocodiles (Echo and the Bunnymen, 1980)

The Voice of America (Cabaret Voltaire, 1980)

Seventeen Seconds (The Cure, 1980)

Organisation (OMD, 1980)

Closer (Joy Division, 1980)

1981

LC (Durutti Column, 1981)

Juju (Siouxsie and the Banshees, 1981)

Heaven Up Here (Echo and the Bunnymen, 1981)

Red Mecca (Cabaret Voltaire, 1981)

C81: celebrating five years of Rough Trade and the independent-label revolution

(*NME* & Rough Trade, 1981)

Faith (The Cure, 1981)

Duran Duran (Duran Duran, 1981)

Sons and Fascination/ Sisters Feeling Call (Simple Minds, 1981)

Deceit (This Heat, 1981)

Dare (The Human League, 1981)

Gold und Liebe (DAF, 1981)

Architecture and Morality (OMD, 1981)

Solid Gold (Gang of Four, 1981)

Prayers on Fire (The Birthday Party, 1981)

Flowers of Romance (PIL, 1981)

Slates (The Fall, 1981)

Movement (New Order, 1981)

1982-1984

Hex Education Hour (The Fall, 1982)

Garlands (Cocteau Twins, 1982)

Songs to Remember (Scritti Politti, 1982)

A Kiss in the Dreamhouse (Siouxsie and the Banshees, 1982)

Rip It Up (Orange Juice, 1982)

Another Setting (Durutti Column, 1983)

Porcupine (Echo and the Bunnymen, 1983)

The Crackdown (Cabaret Voltaire, 1983)

Head Over Heels (Cocteau Twins, 1983)

Power Corruption and Lies (New Order, 1983)

Ocean Rain (Echo and the Bunnymen, 1984)

From Her to Eternity (Nick Cave, 1984)

The Unforgettable Fire (U2, 1984)

1995-1998

A Means To an End: The Music of Joy Division (Virgin, 1995)

Warsaw: Un homenaje a Joy Division (El colectivo Karma, 1998)

FILMES DOCUMENTALES

Control (A. Corbijn, 2007)

Joy Division, a Documentary (Grant Gee, 2007)

Seven Ages of Rock (BBC, 2007)

Britannia Series (BBC, 2005)

American Hardcore: The History of American Punk Rock 1980-1986 (Paul Rachman, Steven Blush, 2006)

The Decline of Western Civilization (Penelope Spheeris, 1981)

Joe Strummer. The Future is unwritten (Julian Temple, 2007)

Live Forever. The Rise and Fall of Brit Pop (John Dower, 2002)

New York Doll. The story of Arthur "Killer" Kane (Greg Whiteley, 2004)

The Beat is the Law – Fanfare for the Common People (Eve Wood, 2011)

Upside Down: The Story of Creation Records (Danny O'Connor, 2010)

Punk's Not Dead (Susan Dynner, 2012)

The Filth and The Fury (Julien Temple, 2000)

Punk: Attitude (Don Letts, 2005)

A Film About Life Death and Supermarkets (Florian Habicht, 2014)

ÍNDICE DE IMÁGENES Y TABLAS

Imagen 1	El circuito de la cultura y el esquema de Johnson	51
Imagen 2	Portada de <i>Dark Side of the Moon</i>	128
Imagen 3	Portada de <i>Sniffin' Glue</i> y Johnny Rotten	137
Imagen 4	Los punks y la moda del bricolage	151
Imagen 5	Chaos to Couture: el punk serializado	155
Imagen 6	El estilo post-punk/ New Wave	155
Imagen 7	Mark E. Smith (The Fall)	156
Imagen 8	Fanzines Punk	174
Imagen 9	Portada de <i>Spiral Scratch</i>	175
Imagen 10	Geoff Travis en Rough Trade	179
Imagen 11	Contrato de Factory Records con Joy Division	181
Imagen 12	Fanzine Punk de Manchester	189
Imagen 13	Reproducción aniversario de la cubierta de <i>NME</i> con Ian Curtis	198
Imagen 14	Portada del libro <i>House of Dolls</i>	206
Imagen 15	Chaqueta de Ian Curtis con la leyenda “Hate” (odio)	207
Imagen 16	Portada del disco <i>Movement</i> y Manifiesto Futurista	210
Imagen 17	Portada de <i>Autobahn</i>	211
Imagen 18	Portada de <i>With the Beatles</i>	211
Imagen 19	Portada de <i>Architecture & Morality</i>	211
Imagen 20	Portada de <i>An Ideal for Living</i>	213
Imagen 21	Portada de <i>Unknown Pleasures</i>	213
Imagen 22	Portada de <i>Closer</i>	214
Imagen 23	Escena de <i>Control</i> (Corbijn, 2007)	216
Imagen 24	Joy Division por Kevin Cummins	217
Imagen 25	Esquema interpretativo: el suicidio de Ian Curtis	247
Tabla 1	Reglas de géneros	83
Tabla 2	Elementos para el análisis textual de las canciones	93
Tabla 3	Primera lista de éxitos de <i>NME</i>	114
Tabla 4	Características del rock corporativo	134
Tabla 5	Características del punk y del post-punk	157
Tabla 6	Costo de producción de un disco	169
Tabla 7	Primer listado oficial de sencillos independientes	180
Tabla 8	Relaciones semióticas sonido-concepto	225
Tabla 9	John Peel Festive 50	273
Tabla 10	Posiciones de Joy Division en los <i>charts</i>	274
Tabla 11	Valoraciones de la prensa musical a las remasterizaciones de Joy Division	275

