

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de Nivel Superior según Acuerdo Secretarial
15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

**El Consumo Cultural de Música grupera. Un espacio donde se configura diferencia social
y distinción simbólica entre individuos del municipio de Zapopan, Jalisco (2014-2015)**

Tesis para obtener el grado de
Maestra en Comunicación de la Ciencia y la Cultura
Presenta
Lic. Ziayra Rivera Godina

Director de Tesis: Rodrigo Alberto de la Mora Pérez Arce

Tlaquepaque, Jalisco, diciembre del 2015

**El Consumo Cultural de Música grupera. Un espacio donde se
configura diferencia social y distinción simbólica entre
individuos del municipio de Zapopan, Jalisco**

Resumen

Este documento tiene como objetivo ofrecer un panorama general de las principales prácticas de consumo asociadas a la Música Grupera en el municipio de Zapopan, Jalisco. A partir del concepto del Consumo Cultural y el Gusto se ofrece una perspectiva teórica que dilucida las prácticas de uso y apropiación de la música antes mencionada en tres niveles, a partir de una categorización de los *gruperos*: valorizaciones y experiencias, espacios de consumo y medios de comunicación, todos asociados a la Música Grupera.

Palabras claves: Consumo cultural, Música Grupera, prácticas de consumo, espacios de consumo, Zapopan.

Abstract

This document's objective is to offer a general overview on the main consumer practices associated to Grupera music in the city of Zapopan, Jalisco. From the concept of Cultural Consumption and Taste, it offers a theoretical perspective that elucidates the practices of use and appropriation of the previously mentioned music in three levels, from a categorization of the *gruperos*: valuations and experiences, consumption spaces and media, all of them associated to Grupera Music.

Keywords: Cultural consumption, Grupera Music, consumption practices, consumption spaces, Zapopan.

Agradecimientos:

Sin duda, el apoyo que he recibido a lo largo de este proceso ha sido reconfortante y un motivo más para continuar, es por esta razón que agradezco a las siguientes personas su apoyo y compañía a lo largo de estos dos años:

A Rodrigo, por su compañía, guía, y críticas puntuales. Por ser un gran director, siempre detrás del trabajo elaborado. Por compartir mis inquietudes y siempre buscar la manera de resolverlas, gracias por dejar que este trabajo se realizara en función de mis dudas e intereses.

A Diana Sagástegui, gracias por ser la principal motivadora de este trabajo, por apoyarme, aconsejarme y escuchar todas mis dudas y certezas.

A todos mis maestros, principalmente a Carlos Vidales y María Martha Collignon por su ojo crítico y constructivo hacia este trabajo.

A mis lectores Eduardo Quijano, Dr. José Juan Olvera y el Dr. Rogelio Marcial por sus aportaciones en cada uno de los coloquios y al final de este trabajo.

A Alberto, quien con sus abrazos, besos y risas reconforto muchas veces mi aflicción y estrés. No tengo palabras para agradecerle todo lo que haces día a día por nosotros.

A mi mamá, por apoyarme de todas las formas en que se puede apoyar a una persona. Y a mis hermanos, por estar ahí con sus sonrisitas espontáneas.

A mi otra familia: Fernanda, Srita. Anita, Abril y Sra. Lory, gracias por su apoyo antes de iniciar esto, y seguir ahí ahora que está concluido.

A quienes compartieron estos dos años de aprendizaje, por compartir sus risas y frustraciones conmigo, gracias por darme algo tan valioso como su amistad: Andrea, Eunice, Karla, Martín y Xitlalli.

Al Dr. Alberto Arellano, por apoyar, incentivar e interesarse por mi trabajo, por permitirme hacer lo que más me gusta.

A CONACYT y al ITESO.

Muchas gracias a todos lo que indirectamente participaron en este proceso.

Índice

Agradecimientos	v
Nota preliminar	xii
Descripción general del proyecto	xv
Introducción	xviii

Capítulo 1. La Música Popular y la Música Grupera. Un acercamiento a diversos enfoques de la música

1.1 Un acercamiento a la Música Popular.	1
1.2 ¿Qué es la Música grupera? Discusiones y debates en torno al género vs movimiento.	6
1.3 La antigua y nueva Música Grupera. Una perspectiva para entender la evolución musical	8
1.3.1 Primer momento: la conformación del género <i>Grupero</i> y el movimiento de la <i>Onda grupera</i>	8
1.3.2 Segundo momento: la conformación del movimiento masivo de la música grupera	11
1.4 Los géneros musicales que componen el movimiento de la Música Grupera	13
1.4.1 Música Tropical	13
1.4.2 La Música de Banda	15
- <i>Tecnobanda</i>	16
1.4.3 La Música Norteña y el corrido	19
- <i>El narcocorrido y los corridos alterados</i>	20

Capítulo 2: Un acercamiento al concepto de industrias culturales; perspectivas teóricas del Consumo Cultural.

2.1 Un acercamiento a los estudios culturales y su orientación hacia el consumo	27
2.2 Los estudios sobre audiencias, recepción y consumo	30
2.3 Una aproximación al concepto de industria cultural y consumo cultural	34
2.4 La industria musical como industria cultural y sus recientes transformaciones	38
2.5 Propuesta teórico metodológica para entender el consumo cultural de	

música gruper. Enfoques de estudio a partir de la Economía, Antropología y la Comunicación.	39
2.6 El Consumo Cultural entendido desde el concepto de gusto. Una propuesta para el análisis a partir de Bordieu.	44
2.7 Pensando el Consumo desde un enfoque sociocultural	47
2.8 Seis modelos de consumo cultural a partir de la teoría de García Canclini. Entendimiento del consumo desde dos conceptos: consumo como espacio de diferenciación social y distinción simbólica	50

Capítulo 3: Marco metodológico. Plan de obtención de datos, procesamiento y sistematización de información.

3.1 Enfoque metodológico	53
3.2 Descripción del proyecto de investigación en lo que respecta al marco metodológico	54
3.3 Técnicas de recolección de información.	54
3.3.1 Observación participante	55
3.3.1.1 Instrumentos generados para la técnica de observación participante	56
3.3.1.2 Observación participante en medios de comunicación estaciones de radio y televisión	58
3.3.2 Entrevistas semiestructurada y entrevista a profundidad	58
3.3.2.1 Instrumentos generados para la técnica de entrevista semiestructurada y a profundidad	59
3.4 Categorías y observables	61
3.4.1 Explicación de las categorías de análisis	63
3.5 Sistematización de la información	65
3.6 Consideraciones éticas	66

Capítulo 4. ¿Y todo para qué? Los consumidores de Música Gruper a través de categorías, experiencias y medios de comunicación.

4.1	Tres grandes categorías. Una clasificación para los consumidores de música Grupera	68
4.2	Valorizaciones, prácticas y experiencias de consumo asociadas a la Música Grupera	71
4.2.1	Valorizaciones asociadas a la Música Grupera	71
4.2.2	Prácticas de consumo asociadas a la música grupera	74
4.2.3	Experiencias sociales asociadas a la música grupera.	78
4.3	Medios de comunicación y Música Grupera	79
4.3.1	Televisión	80
4.3.2	Radio	81

Capítulo 5. La Música Grupera en Jalisco: exponentes y espacios de consumo en el municipio de Zapopan, Jalisco.

5.1	Contexto sociourbano del municipio de Zapopan	84
5.2	Preferencias musicales y estadísticas a partir de la Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural Jalisco (2010)	86
5.3	La Música Grupera en Jalisco. Espacios masivos: Rio Nilo Música Hall	87
5.4	Espacios de consumo asociados a la Música Grupera	91
1)	<i>Fiestas de octubre y su Palenque</i>	92
-	<i>Palenque de las Fiestas de Octubre</i>	94
2)	<i>El concepto Antro Banda Bar</i>	97
3)	<i>Los Bailes</i>	100
4)	<i>Conciertos 102</i>	
	Conclusiones generales	105
	Bibliografía	111
	Anexos	115

Nota preliminar

Cuando comencé con este camino lleno de altibajos que representa la maestría no sabía en realidad con lo que me encontraría. En un principio había muchas emociones rodeándome: miedo, alegría, preocupación y hasta un poco de incertidumbre ya que no sabía cómo serían mis compañeros, ni con que nuevas aventuras me toparía.

Creo uno de los primeros obstáculos con lo que encontré fue elegir una tema de investigación que me gustara mucho y que al mismo tiempo representará la exploración de nuevos horizontes en el campo de la comunicación... mi tema: “los Espacios públicos”, no lograba atraerme, ni siquiera estaba segura de querer dedicarme a escribir sobre ese tema por dos años consecutivos –o más-.

Fue entonces que en mis primeras clases de proyecto de tesis y al conocer la diversidad de los temas de mis compañeros de clase decidí empezar a buscar en los archivos de mi cabeza algo que siempre hubiera tenido mi atención; el cambio era drástico ¿cómo pasar de los espacios públicos a la música grupera en unos cuantos días?

Mi nueva elección no fue al azar. Durante mi infancia viví en los estados de Monterrey y Chihuahua, y desde pequeña recuerdo que los rodeos y los bailes eran algo común en la ciudad, cuando iba a alguna fiesta la música Norteña y Grupera estaban presentes en la convivencia, era algo naturalizado.

Mi papá fue el principal inspirador para desarrollar este tema de investigación. Él tenía una cajita de madera llena de cassetes en la cual podías encontrar artistas muy variados, no obstante siempre hubo una constante, la música norteña y los corridos ocuparon gran espacio de aquella cajita barnizada.

A pesar de ello y con la idea en mi cabeza temía que aquello no funcionara, mucho menos que pudiera desarrollar una tesis que diera en el blanco y que

logrará reunir todas esos requisitos casi burocráticos que contiene una investigación académica.

Así, en los primeros días y antes de entregar un protocolo del protocolo me dispuse a reunirme con Diana Sagastegui -la maestra de proyecto de tesis I-. En esa reunión le platiqué los temores que me aquejaban acerca de mi repentina idea de cambiar de tema, lo que para mí y para algunos representaba el cambio, e incluso el hecho sentir que no lo lograría.

Ella amablemente me escuchó, me aconsejó y cerró nuestra cita con una cursi y hermosa frase que me perseguirá por el resto de mis días: “haz lo que te dicte tu corazón”.

Con esa frase hice oficial mi cambio de tema aunque me enfrentaba a un nuevo problema: ¿por qué la música gruperá? ¿Por qué la música más estigmatizada y polémica de la cultura popular? ¿Qué era lo que quería hacer con ella? ¿Cómo sortear aquél laberinto en el que me había metido y darle el toque comunicativo y científico que todos esperaban?

No fue nada fácil. Empecé mi tarea explorando en un primer momento a los migrantes y su relación con la música Norteña y los corridos, no, no era por ahí. Pase a explorar un poco el concepto de estilos de vida pero descubrí que no era ese mi principal interés.

Fue hasta después del segundo coloquio que Eduardo Quijano, coordinador de la maestría, habló explícitamente de que mi interés estaba centrado en aquel concepto del Consumo cultural. De esa manera comencé a explorar el concepto.

¿Qué era eso y cómo abordarlo? Me enviaron algunas lecturas y me aconsejaron empezar a explorar a algunos de los autores gurús en el tema. Así fue como encontré a Néstor García Canclini, quien a través de la propuesta de los seis modelos para entender el Consumo Cultural dio lugar al título, pregunta de investigación, marco teórico y en análisis de esta investigación. Debo confesar que aunque esta relación parece lógica, la realidad es que la búsqueda fue ardua. A veces me da la impresión que la formulación de una pregunta de investigación o el título de una tesis provienen de esas repentinias

ideas semejantes a inexplicables chispazos mentales que casi se vuelven revelaciones divinas dentro en la investigación.

Durante el verano del 2014 entendí algunos de los cuestionamientos que me inquietaban en mayor de medida. Entendí que la Música Gruperá es más que un estilo de vida, es un código que marca una forma de entender el mundo. “Me di por vencida” en el sentido de querer esclarecer de manera perfecta y matemática qué era aquel gran tema que rodeaba mi objeto de estudio.

A cambio –y de acuerdo las lecturas- esclarecí una forma de ver y entender este movimiento musical muy a pesar de las discusiones que puedan provenir del entendimiento propio y que prácticamente se convierte en un ruta para los actuales y próximos interesados en el tema. Más que entender a la onda gruperá, mi objetivo siempre estuvo centrado en los consumidores, del mismo, es un término que puede ser adecuado en función de diversas perspectivas y que, para fines prácticos y académicos, se ha utilizado de la manera descrita en el primer capítulo de este trabajo.

Los efectos de la música son innegables, más allá del ámbito neurológico que los habita, esta se encuentra relacionada con el movimiento, el lenguaje y las emociones. En estas últimas cae una responsabilidad inaudita, la música se encuentra totalmente ligada a hechos y experiencias previas, así lo han manifestado los entrevistados.

Durante el otoño del 2015, surgieron las categorías de análisis, las cuales nacen del concepto del Consumo Cultural, alimentado por aquel otro gran concepto llamado: El Gusto, de Bourdieu, quien a través de su teoría sociológica explica de qué manera este gran concepto impacta en la vida cotidiana y determina los gustos y consumos de los individuos.

Durante el mismo periodo se realizó gran parte del trabajo de campo, entrevistas y observación participante, esto sin duda fue una de las partes más reflexivas del proceso ya que pude entender y percatarme de las propias experiencias de los individuos relacionados con la Música Gruperá, lo que sin

duda fue muy enriquecedor y emotivo ya que ellos compartieron aspectos de su vida y su relación con la música como en una charla de amigos.

La fase final de este proyecto deja un gran número de preguntas abiertas que seguramente serán retomadas por mí y por más interesados en el tema próximamente. La Música Grupera es sin duda un referente de la actual y “antigua” música popular mexicana, y aunque para algunos sea objeto de críticas y burlas, considero que este trabajo intenta ir más allá de demostrar que lo rico de la música no radica en la calidad –o la nulidad de esta- de las melodías y letras, sino en que tanto logre involucrarse en la vida de las personas.

Ziayra Rivera Godina

22 de octubre del 2015, Zapopan, Jalisco

Descripción general del proyecto

En este apartado se describen los elementos que estructuran esta investigación, los cuales son clave fundamental para entender las bases teóricas y metodológicas que guiaron las interpretaciones y conclusiones del trabajo. Más adelante será explicadas dichas bases, sin embargo es importante aclarar que tanto la pregunta de investigación, como el estado del arte, el planteamiento del problema y parte de la contextualización están subordinados a un marco teórico que ha permitido reconocer los antecedentes de los estudios culturales - principalmente los centrados en las audiencias y el consumo.

Por otra parte, debido a que el objeto de estudio en gran parte está constituido por la Música Grupera, se hace una revisión de algunos trabajos que explican los orígenes de este movimiento musical así como una breve exposición de algunas consideraciones en lo que al término respecta, de igual forma en torno al estudio y definición de la Música Popular.

Este trabajo ha sufrido diversos cambios –principalmente en las primeras etapas- que fueron decisivas para llegar hasta lo que hoy concebimos como objeto de estudio. En las primeras etapas el interés estaba dirigido hacia los migrantes mexicanos radicados en los Estados Unidos y su formas de interacción mediadas por la música popular mexicana; en otro momento se planteó estudiar el escenario de la música nortea como un proceso de socialización, sin embargo, la literatura fue mostrando que había una veta bastante explorada en relación a la canción nortea, esencialmente el corrido y su cercanía con los migrantes debido a una larga historia que los persigue.

Una de las principales razones que justifican la realización de este trabajo es la casi inexistente atención que ha recibido el tema del fenómeno grupero, más allá de los corridos, narcocorridos, y algunos trabajos correspondientes a la Música de Banda. Esta escases contrasta de manera significativa con la relevancia social y cultural de la música grupera, en tanto que está se encuentra ligada a la vida de múltiples comunidades a lo largo de Latinoamérica.

A partir de lo anterior, el objetivo general de esta investigación busca es analizar y explicar cómo es que el consumo cultural de música grupera se configura como un lugar de

diferenciación social y simbólica en individuos del municipio de Zapopan, Jalisco, México. Es decir, cuales son las formas en que la Música Grupera ha permitido el establecimiento de relaciones sociales, valorizaciones y experiencias asociadas a esta música.

De igual forma, se presente tener un panorama general de los principales espacios de consumo, las dinámicas existentes en ellos, así como reconocer el papel de los medios de comunicación. Para lograr lo anterior, con los objetivos particulares, se pretende, en primer lugar: caracterizar las diversas formas de consumo cultural asociado a la música grupera, principalmente las que corresponden a espacios de consumo y medios de comunicación en el municipio de Zapopan, Jalisco.

El segundo objetivo parte de describir de forma de general el contexto que enmarca las prácticas de consumo cultural de música grupera, así como los elementos socioculturales y socioeconómicos del municipio de Zapopan, Jalisco. Finalmente, el tercer objetivo tiene como objetivo describir de qué manera los individuos tienen una forma particular de acercamiento con la música grupera y comprender de qué manera es significativa en su experiencia de vida.

Con lo anterior, se debe entender que los procesos de consumo asociados a la Música Grupera pueden ser analizados desde diversas disciplinas. Esta investigación los aborda desde los Estudios Culturales relacionados con los consumos culturales de un bien: la música. A través del análisis de las prácticas asociadas a esta se dará cuenta de los procesos de diferenciación social y simbólica generados por algunos grupos sociales radicados en el municipio de Zapopan, Jalisco.

Esta distinción parte tanto de quienes consumen como de quienes no consumen este movimiento musical. A través del empleo de entrevistas etnográficas y la observación participante, se da cuenta de la utilización otorgada a la música mediante la asistencia a eventos masivos, modos de consumo en medios, uso y apropiación, así como las significaciones otorgadas a la música.

Dicho lo anterior, se ha construido una pregunta rectora que incorpore todos los elementos que agrupan el contexto sociocultural de la Música Grupera pero que de igual

modo den un margen de análisis que permita reconocer las prácticas asociadas a la Música Grupera, así como las significaciones realizadas por los consumidores:

¿De qué maneras el Consumo Cultural de Música grupera se configura como un espacio de diferenciación social y distinción simbólica en individuos del municipio de Zapopan, Jalisco, México?

La hipótesis de trabajo parte del entendimiento de que la música opera como un gran escenario donde se expresan diferencias sociales y simbólicas respecto a la valorización hecha por los distintos individuos de diversos grupos. Estas valorizaciones están dirigidas en la forma de apropiación y uso de la música.

Los individuos integran la música a su vida cotidiana, otorgándole un valor simbólico relacionado con las emociones y las experiencias individuales; al mismo tiempo, la dimensión musical opera como escenario idóneo para resaltar las diferencias sociales y simbólicas presentes entre los géneros musicales.

En México, la música grupera tiene una considerable presencia en medios de comunicación, principalmente radio y televisión. Lo cual hace evidente que hay un gran número de seguidores que comparten un gusto ligado a este movimiento musical. Esto sin duda la convierte en un espacio idóneo para las diferencias sociales y simbólicas.

Sin embargo, desde una perspectiva sociocultural, la música significa mucho más que un gusto, representa un autoreconocimiento entre los que la comparten y apropian. En Zapopan, es posible reconocer que por unos la Música Grupera es altamente valorada, por algunos sociales, hay otros a los que les resulta ajena, distante y considerada de baja calidad musical. A partir de esto es que se construye una marcada diferenciación del otro, en muchas ocasiones, marcado por estigmas y estereotipos que revelan prejuicios de clase.

Introducción

La música en tanto forma de expresión cultural, ha acompañado al ser humano a través de la historia en múltiples contextos: como parte importante en la vida cotidiana y marcando situaciones clave como festividades civiles y religiosas. Las diversas implicaciones y representaciones culturales que surgen de la música, dan cuenta de la extensión y los alcances de los códigos implícitos y explícitos de la misma, entendidos, expresados y apropiados por los sujetos que mantienen una relación directa con esta forma de expresión, al grado de volverla un elemento central en su vida social y cultural.

Esta investigación se centra en el estudio del consumo cultural de la llamada Música Gruperá, parte significativa de la actual música popular mexicana. Se estudian los procesos de apropiación de esta música por parte de sus consumidores, que implican tanto su uso como las significaciones asociadas al mismo. Se aborda en tanto fenómeno estético partiendo de la conciencia de que esta forma de expresión se encuentra ligada a una gran industria que ha logrado posicionarla en el mercado nacional e internacional con significativas implicaciones mercantiles.

A partir de la evidencia de que el consumo de la Música gruperá se asocia a procesos mediante los cuales los consumidores son estereotipados –o estigmatizados- por las preferencias musicales, la idea inicial –y final- fue integrar un marco teórico que permita analizar el consumo cultural como un lugar de diferenciación social y distinción simbólica, la propuesta de Nestor García Canclini, en su obra *El Consumo Cultural en México* (1991).

La propuesta de García Canclini (2006) (consumo en tanto lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos sociales), invita a reflexionar acerca de los bienes ofertados por las industrias culturales, que al tiempo de ser consumidos, son apropiados, usados e incorporados a la vida de las personas. El consumo de los productos culturales va más allá de la compra de los mismos, se estudia como dentro de estos se forman y establecen relaciones sociales, de poder y jerarquías constituidas en base al consumo. Un aspecto que destaca la forma en que el consumo logra adentrarse de tal forma que permite tener una comprensión del plano social y cultural presente en la música, entendido como un fenómeno social.

Lo anterior lleva a reflexionar en un primer momento acerca de los modos de producción, distribución y reproducción de la música desarrollados por parte de las industrias culturales , así como los procesos de apertura de los mercados y la globalización, como elementos que han favorecido el crecimiento de la Música gruperá como una gran categoría agrupadora que permite entender que esta música está asociada a múltiples tradiciones musicales a través de las fusiones incorporadas en las melodías. Una de las consecuencias de este proceso ha sido transformar las barreras existentes entre diferentes sectores sociales, insistiendo en que de alguna forma se ha homogeneizado el gusto por este movimiento musical y que las barreras sociales –aun marcadas- se han ido desdibujando.

Una de las cuestiones claves que han asociado a la música gruperá con las dinámicas sociales y culturales, parten de entenderla desde el establecimiento de relaciones de poder, la diferenciación simbólica y social presente en el fenómeno musical, así como algunos aspectos de consumo. Edgar Morín (2000) explica que a partir del estudio del estilo musical es posible reflexionar en torno a las formas de socialización y a las semejanzas y diferencias que rodean a los consumidores de música gruperá:

La fusión *sui generis* nos habla de parte de la dinámica de la música en su creación, reproducción y adaptación frente a cambios sociales, culturales, y de los gustos en quienes la consumen. Porque el gusto es clave en todo esto: un público –sobre todo, juvenil-, generalmente se congrega a partir del gusto por determinada música, y desde ahí se construirán afinidades, distinciones y socializaciones que los gruperos urbanos suelen escenificar [...] (Morín, 2000: 8)

Para efectos de este documento, en el primer capítulo se hace un esbozo del contexto sociourbano del municipio de Zapopan, un breve acercamiento a la música gruperá sobre las discusiones en torno al género vs movimiento, y se explica con algunos datos y estadísticas basadas en la Encuesta Nacional de Consumo Cultural (2010) como se visualizan las preferencias musicales en todo el estado de Jalisco, lo que permite entender la oferta musical no solo en el estado, sino también en el municipio de Zapopan.

Una vez expuesto lo anterior, el segundo capítulo reúne algunas ideas sobre los principales estudios de consumo partiendo desde los Estudios Culturales y los que están relacionados con las audiencias. Esta revisión permite comprender cómo se posicionan, en

un primer momento, dentro de las lógicas económicas de los estudios de consumo, para posteriormente convertirse en estudios relevantes para las Ciencias Sociales, centrados principalmente en el estudio de la significación de los mensajes implícitos y los no implícitos relacionados al intercambio de los bienes y el establecimiento de las interacciones sociales.

En este mismo capítulo se presenta el apartado teórico de esta investigación. En él se detalla la teoría del Consumo Cultural desde los estudios culturales de la comunicación propuestos por el autor Néstor García Canclini, quien retomando investigaciones del campo de la sociología y la antropología construye una propuesta sobre el uso y la apropiación de los bienes a partir de seis modelos básicos para comprenderlo(s) desde la esfera sociocultural. Se debe hacer mención que esta teoría y los seis modelos son importantes para entender esta gran esfera, sin embargo para efectos teórico-metodológicos y prácticos de la investigación solo fue utilizado el tercer modelo –El consumo como el espacio donde se configura la diferencia social y distinción simbólica-.

Consecutivamente, en un tercer capítulo, el documento presenta la propuesta metodológica, en la cual se explican las técnicas e instrumentos de recolección, así como las bases sobre las que se realizó la sistematización de la información.

El cuarto capítulo de este texto y con la intención de correlacionar las perspectivas teóricas con la realidad empírica, se desarrollan el análisis relacionado con los consumidores de música grupera. Este cuarto capítulo muestra a detalle los resultados obtenidos durante la etapa de trabajo de campo, luego de ser analizados, sistematizados y contrastados desde las perspectivas teóricas abordadas en el presente trabajo.

En este apartado dispone de un recuento sobre los espacios de consumo asociados a la Música Grupera, de igual forma se hace un análisis sobre las experiencias y valorizaciones de la Música Grupera realizada por los entrevistados para los fines de este trabajo, y finalmente, se expone un recuento del consumo cultural en medios de comunicación, específicamente radio y televisión, dentro del contexto del municipio de Zapopan.

Finalmente, las conclusiones resumen y reúnen las perspectivas abordadas durante el periodo en que realizó este trabajo y muestran las apreciaciones y conjeturas realizadas por mí en tanto autora, intentado en todo momento, que la pregunta de investigación, eje rector

de este trabajo, sea respondida de manera detallada y clara, poniendo en juego los matices y conceptos utilizados para esclarecer el fenómeno presentado.

Capítulo 1. La Música Popular y la Música Gruper. Un acercamiento a diversos enfoques de la música.

Este capítulo tiene como objetivo hacer una explicación y discusión basada en dos términos: Música Popular y Música Gruper. Para el primer término se ofrece diversas visiones de entendimiento, aquellas relacionadas con las valorizaciones, positivas y negativas de la música popular, una breve diferenciación entre la música popular y la música culta, y finalmente, como las tendencias económicas y tecnológicas, así como el efecto globalizador han influido en la forma de distribución y creación de la música popular.

Respecto al término de música gruper, se ofrece una explicación para el movimiento musical basado en dos momentos. El primero corresponde a entenderlo como un género musical, con características instrumentales y de performances similares entre los músicos de la época; un segundo momento lo explica como un movimiento alimentado por diversas tradiciones musicales que permitieron que esta –la música gruper- es convirtiera en una clasificación musical de una parte de la música popular mexicana, principalmente a la asociada con lo rural.

De igual forma se ofrece una definición del término de música gruper basada en diversas perspectivas y se realiza una explicación y contextualización de cada de las tradiciones musicales que componen esta categoría llamada: Gruper.

1.1 Un acercamiento a la Música Popular.

El estudio de la música popular en México tuvo mucho mayor relevancia durante de la década de los 50. Simonett (2004) –autora pionera en una hacer una historización de la Música de Banda en Mazatlán, Sinaloa- explica que en términos académicos la música *folklórica* no fue tomada con seriedad hasta que fue parte del estudio de la disciplina etnomusicológica:

Algunos estudiosos instaron por la integración de la música y danzas populares dentro del estudio de la música, sin embargo esto no ocurrió sino hasta que la hegemonía de la música *folklórica* fue puesta a prueba, es decir, hasta que la música popular no fue de suyo admitida dentro del dominio del estudio etnomusicológico. (Simonett, 2004, 84)

Lo anterior es explicado por Simonett (2004) como parte de las confusiones surgidas a partir de los términos *folklore* y música popular. Ambos términos tienen su nacimiento en la conservación de las tradiciones –particularmente en las respectan a concepciones musicales-. Sin embargo, también se reconoce que “lo tradicional” no puede mantenerse estático, sino que con el tiempo los sujetos y sus propias prácticas tienden a ser ajustadas:

La mayoría de los estudios sobre *floklore* padecen sobre manera de una ingenuidad romántica y de la idealización de la vida tradicional. En las investigaciones más recientes, enfocadas en las expresiones *flokloricas* de la sociedad moderna, los folkloristas han llegado a la conclusión de que ambas fuerzas, tanto las conservadores como las innovadoras, operan en las culturas tradicionales que los migrantes rurales traen consigo [...] La música *folklórica* ya no es percibida como un símbolo de estabilidad y continuidad de las tradiciones rurales. Por el contrario, los estudios reconocen que la tradición se halla en una etapa constante de ajustes y que la gente se esfuerza en restaurarla y mantenerla dentro de nuevos rituales, manifestaciones y formas diferentes de entretenimiento ya sean establecidas o, si es necesario, inventadas”. (Simonett, 2004, 85)

En este contexto resulta importante destacar que una de las grandes diferencias entre ambos términos es que el de “música popular” surge como un producto divulgado a través de partituras impresas, radio, televisión, y grabaciones comerciales. Simonet (2004) explica que la música adjudicada a lo popular es definida como aquella enfocada al entretenimiento, debido a lo “fácil” que resulta crearla, añade que no es necesario tener conocimiento de teorías o técnicas musicales para su realización.

Los géneros más populares en México tales como el son, el corrido y la canción ranchera fueron muchas veces rendiciones urbanas de los géneros folklóricos, en tanto que “las canciones folklóricas” más populares se hallaron influidas por la música de salón europea del siglo XIX. (2004, 86)

Se explica además que los inagotables esfuerzos de la academia por homogenizar la terminología aplicada a las concepciones musicales actuales: de ciudad/música popular (la mediatizada por las masas) y la de pueblo/música *folklórica* no han logrado desdibujarse y siguen vigentes aun en quienes la consumen.

Sin embargo, a partir de la década de los años 30 del siglo XX, los términos derivados del *folklore* y la música popular han tratado de ser diferenciados una razón particular: la música popular refiere “únicamente” aquella que se produce para su difusión o comercialización; por otra parte, la “música folklórica”, “folklore musical” o sencillamente “folklore” pertenece a lo que se admite como tradicional.

Es entonces que bajo esta lógica, la Música Grupera es ubicada dentro de la rama de lo popular, debido a que numerosas tradiciones musicales, así como sus fusiones, han dado como consecuencia que la primera se haya convertido en un referente musical, pero también comercial de la música popular mexicana.

Se entiende que las principales tradiciones musicales que la componen –Música de Banda, Norteña y la Música Tropical, específicamente la cumbia- hasta el día de hoy son referencias musicales, sin olvidarnos de los sonidos y ritmos que han añadido para dar lugar a nuevas músicas y que integran al movimiento grupero desde la perspectiva de las industrias culturales.

Algunos otros autores se han esforzado por explicar que el mercado y la industria musical han dado como consecuencia una numerosa cantidad de fusiones musicales que les permiten mantenerse vigentes. Es por esto que Hormigos (2008) crea algunos otras categorías de distinción entre la música popular y la música *populista*, y aunque sus categorías responden a la misma inquietud de Simonett (2004), él enfatiza en explicar que gran parte de la música popular que se produce no se encuentra dentro del gran mercado económico, y esta no siempre es conocida o “popular”.

Aunque Hormigos no se aventura a dar una definición conceptual de música popular, lo interesante es que explica, dentro de su concepción, que esta categorización está dentro del marco de lo que se considera como popular, y mediante diversos enfoques analiza la manera en los que ha sido estudiada esta categoría musical. El cuadro 1 describe, una breve diferenciación de las posturas bajo las que se inscribe la Música Popular:

Cuadro 1. Definición de música popular

Normativa (valorativa)	Siguiendo las ideas de la escuela de Frankfurt, especialmente a Th. W. Adorno, la música popular es una producción artística de inferior calidad. De
------------------------	--

	esta definición se justifica el poco interés que ha mostrado la investigación académica hacia los sonidos populares.
Negativa	Basándose en el principio de exclusión, se da una definición poco precisa que considera la música <i>popular</i> como aquella que no pertenece al ámbito de la música <i>culta</i> . Desde esta perspectiva el concepto de música popular no se puede concebir sin el de culta. Por tanto el término música popular surge de la teoría de la alta cultura.
Perspectiva social	Asocia la música popular a un grupo social particular. Desde esta perspectiva se explica cómo la música culta y la música popular están ligadas a estratos sociales distintos.
Tecnológica-económica	La música popular está concebida para su masiva distribución o grupos amplios y, con frecuencia, socialmente heterogéneos. Sería aquella que se difunde por los medios de comunicación dentro de los parámetros de la economía de mercado. Quedaría configurada por un conjunto de ritmos fáciles y melodías sencillas, y se destinaría a satisfacer las necesidades de consumo y a cumplir socialmente una función lúdica. Este tipo de música es sólo posible en una sociedad industrial donde se convierte en mercancía. Así, lo que hoy entendemos como música popular, tiene sus inicios en la industrialización del siglo XIX, donde empezó a desarrollar características distintivas en línea como los gustos e intereses de las clases medias urbanas en expansión.

Fuente: Tomado de Hormigos, Jaime. (2008). "La música popular en la sociedad posmoderna". En Hormigos, Jaime. *Música y sociedad. Análisis sociológico de la cultura musical de la posmodernidad*. Barcelona, España: Fundación autor, p. 107.

En el cuadro anterior, el autor muestra diversas visiones desde para el entendimiento de la Música Popular. La primera visión hace referencia a esta última como algo de calidad inferior, lo cual se ha reflejado en los escasos trabajos de investigación de este tema particular; la segunda visión hace una división entre música popular y música culta, visión que antepone el desarrollo de la música culta frente a la popular; el tercer enfoque refleja a la música popular dentro de una visión social, subrayando que la música popular y la música culta están definidas por el estrato social en el que se desarrollen; y finalmente, la última perspectiva está ligada al desarrollo de la industria musical y el mercado, acentuando que la música popular está formada de diversos sonidos, los cuales son fáciles de producir, además de que su creación surge a partir de las necesidades de consumo.

Dentro de las cuatro visiones anteriores, la Música Grupera responde a dos de estas por dos razones. La primera tiene que ver con la forma de asociar a un grupo social dicha música, esto está relacionado con el estigma existente hacia la música, principalmente en lo que responde a lo rural y la poca calidad musical. La segunda razón surge a partir de la perspectiva de las industrias culturales y la necesidad de crear nuevas fusiones musicales que respondan a la demanda de los consumidores, de ahí que la Música Grupera se alimente de tantas tradiciones musicales además de las tres principales.

La música norteaña y la grupera son reconocidas como las expresiones musicales representativas de la clase trabajadora mexicana en los Estados Unidos. Para Peña, (2006, 25), la popularidad de esta música creció como consecuencia de la migración, la cual es considerada razón y causa para la cantidad de grabaciones discográficas, difusión, las letras, los arreglos musicales y la popularidad de los salones de baile.

Sin embargo, la música norteaña como fenómeno cultural, no se encuentra exenta del carácter masivo y mercantil que se le ha impuesto, así como el acento urbano. Olmos (2008, 21) hace una exhaustiva diferenciación entre la música chicana, tejana (del lado norteamericano) y la grupera (del lado mexicano).

Dentro de la música grupera, Olvera (2008) señala que este movimiento musical es utilizado por las grandes industrias encargadas de producir contenidos relacionados con la cultura popular, esto de alguna forma define los bienes culturales ofertados y que dan como resultado el surgimiento de nuevas agrupaciones que interpretan géneros musicales diversos.

Por otra parte, es importante mencionar la temporalidad existente a lo largo de la historia de la Música Grupera, es posible adelantar que en un primer momento esta música tuvo su auge entre la década de los setenta años 70s con grupos como Los Bukis (1973), Los Temerarios (1977), Los Caminantes (1976), Bronco (1979), e inclusive artistas con un ritmo mucho más tropical como lo fueron Mike Laure y sus comentas (1965), y Chi Coche y la crisis (1966) y Rigo Tovar (1970).

En un segundo momento, a finales de los años ochenta y principios de los noventa es posible identificar algunos exponentes con toques musicales mucho más enfocados a la música norteaña, inclusive en la forma de vestir es posible verificar que existía una cercanía mayor con lo que Morín (2000) llama la “cultura western”.

Algunos de los exponentes de esta década fueron Ana Bárbara (1990), Intocable (1991), Pancho Barraza (1991), El Poder del Norte (1993), Grupo Límite (1994), Priscila y sus balas de plata (1994), Bobby Pulido (1995). En este periodo la música grupera sufre algunos cambios, el principal es la incorporación algunas otras tradiciones musicales que terminan convirtiéndola en: *onda grupera*.

Dentro de este movimiento es posible identificar la integración -en muchos casos fusión- entre otras tradiciones musicales que se han popularizado notablemente, algunos ejemplos son: la Música de Banda, la Música Norteña y la fusión de estos, así como la Música Tropical y de Cumbia, por nombrar las más importantes.

1.2 ¿Qué es la Música grupera? Discusiones y debates en torno al género vs movimiento.

Explicar puntalmente la música grupera es una tarea que puede ser considerada inacabable debido a las múltiples fusiones entre los géneros musicales que componen esta gran categoría, es por ello que a continuación expongo una recopilación de las discusiones más importantes orientadas al esclarecimiento este fenómeno musical.

Es importante aclarar que estas discusiones son versiones o intentos que tienen como objetivo clarificar el fenómeno grupero, y son argumentadas a partir de diversos puntos de vista; lo importante de este ejercicio radica en el esfuerzo por documentar, ordenar y clarificar una terminología utilizada constantemente por académicos, comunicadores, promotores, músicos y público, ya que considero que esto es una acción clave para entender el fenómeno estudiado.

Para algunos autores, la música grupera es un gran movimiento cultural en amplios sentidos: uno responde a la manera en que se expresa parte de la cultura popular mexicana, otro, a la magnitud económica que registra y otra más, a la forma en que ha logrado insertarse en la vida social. El fenómeno grupero está lleno de aproximaciones que radican en diversas construcciones sociales:

La mezcla cultural, un imaginario que reivindica el estigma de lo popular que se imbrica en lo masivo, y a través del gusto por música, una forma significativa de socialización y consumo juvenil. La mezcla es fundamental en lo musical porque lo grupero parece fundarse a partir de tres géneros: lo norteño que incorpora el corrido, la banda o tambora y la cumbia; pero además, y como en todas las fusiones, siempre cabe la posibilidad de introducir elementos nuevos o tomar prestadas frases musicales, melodías incluso corrientes enteras. (Morín, 2000: 7)

Hoy en día, la música grupera a nivel nacional e internacional ha logrado posicionarse como uno de los “géneros” musicales preferidos entre el público mexicano y latinoamericano. Dentro de la tradición de la música popular mexicana hay una amplia diversidad de géneros musicales que a lo largo de la historia –al menos en buena parte de los siglos XIX y XX- mantienen características particulares y relativamente fijas, tales como la música Norteña -y su cercanía a los corridos-, la música de Banda, la música Tropical -en lo que refiere a la Salsa y Cumbia-, la música Ranchera y de Mariachi, la música Tex-Mex, etc., estos géneros que pueden reconocerse incluso como tradiciones, involucran particulares formas de representación y prácticas culturales, son solo ejemplos de géneros musicales que han sido incorporados al movimiento gruper, lo que ha dado como consecuencia una gran fusión musical que ha derivados en innumerables sonidos.

La realización de estas fusiones musicales permite casi cualquier combinación, lo que ha propiciado géneros musicales o grupos musicales como 3ballMty¹ -por poner solo un ejemplo-. Este grupo combina la música Electrónica, música Prehispánica, africana y algunas texturas tropicales muy cercanas a la cumbia,

Imagen 1. La llamada *cumbia tribal* y sus características botas



Fuente: “Juan of words- Mexican it’s a lifestyle
www.juanofwords.com/wp-content/uploads/2011/12Botas-Picudas.jpg

comúnmente estas canciones han sido entonadas por cantantes del movimiento gruper.

¹ Este grupo musical es originario de la ciudad de Monterrey, Nuevo León, México. Está formado por 3 DJs que se han denominado los pioneros en el género musical “Generación Tribal”. Su éxito “Inténtalo” a dueto con el cantante de música de Banda “El Bebito” y América Sierra logró posicionarse por 52 semanas consecutivas en los primeros lugares de las listas del Regional Mexicano en Billboard, además de su participación en el 2014 en el Festival Coachella Valley Music and Arts Festival. De igual forma diversos diarios internacionales y revistas le han dedicado algunas páginas al grupo y su actividad música: *The Guardian*, *Rolling Stone*, *Revista Billboard* y *The New York Times*. Véase: <http://www.3ballmty.com.mx/biografia>

Este grupo musical ha aumentado su visualización en medios a través de los videos musicales que acompañan sus canciones, esto debido al uso de las llamadas “botas tribaleras”. Estas botas son un elemento que caracteriza e identifica al género, además de que resulta un componente característico para realizar un baile particular.

1.3 La antigua y nueva Música Grupera. Una perspectiva para entender la evolución musical

Dentro de apartado se ubica temporalmente los cambios significativos que hubo en la Música Grupera. Dichos cambios se exponen en función de la conformación de lo grupero y el movimiento de la *Onda grupera*. Este primer momento recopila algunos de los principales exponentes, que abarcan principalmente la década de los años 70s y el movimiento de la música Tropical.

Posteriormente, el segundo momento expresa la incorporación de una gran cantidad de tradiciones musicales de la categoría grupera. Con ello, se entiende que hay una ruptura instrumental que se había venido siguiendo con algunas agrupaciones y solistas que representaban el género, la ruptura abarca el tema instrumental, pero al mismo tiempo como cada una de las tradiciones que se incorporaron fueron cobrando fuerza a partir de sus propias características.

Este segundo momento, también está involucrado con la expansión del movimiento grupero, lo que consecuentemente es entendido como un aspecto del consumo desde la lógica económica, de igual forma con la implicación social y regional que implico cada género musical incorporado.

1.3.1 Primer momento: la conformación del género *Grupero* y el movimiento de la *Onda grupera*

Estas aproximaciones hacia el fenómeno de la música conocida como grupera nos permiten retomar que para las grandes industrias culturales, encargadas de producir artistas, la incorporación de nuevos elementos musicales a través de las fusiones sonoras reconoció que la “gran carpeta” de la música grupera no se estancara en un solo género musical, género

que fue perdiendo su propia identidad , y en el que algunos de sus máximos exponentes ya se encuentran fuera de la escena música o finados, dejando recuerdos de su legado musical.

Para algunos estudiosos del tema, la música grupera ha sido denominada *onda grupera* (entendiéndola como un movimiento o corriente musical que se construyó y cambió con no solo instrumentalmente, sino también de la forma en que se extendió por todo el país y algunos estado de los Estados Unidos, principalmente los fronterizos, llevando con ello la incorporación de elementos de identidad y relación con lo rural.

Esta, es una creación de las grandes industrias culturales a partir de la influencia y preferencias musicales de los migrantes mexicanos radicados en los Estados Unidos a partir de las década de los 80s; para otros existen características instrumentales que permiten identificar la música grupera, por ejemplo, el uso de teclados y sintetizadores se vuelven una característica importante que lo definen como un género musical, el uso de estos instrumentos imprime un estilo mucho más rítmico, sin negar y alejarse de sus orígenes, tal como lo menciona Madrid (2013):

El término [Música Grupera] identifica una amplia gama de prácticas musicales con pocas características en común, además de haberse desarrollado y popularizado en los márgenes de una corriente importante de la industria musical. La etiqueta agrupa música nortea, de banda, cumbia, sus sub-estilos y otros tantos géneros híbridos creados por una fusión estilística cruzada. Todos tenían sus raíces en el México rural (excepto la cumbia) y se vieron beneficiados por las clases bajas de México, es hasta la década de los 90's donde tuvieron una presencia mínima en los principales medios de comunicación en México. (2013, 74)

Madrid (2013), añade que durante los años setenta tuvo lugar el auge del género musical grupero, el cual fue influenciado por importantes baladistas mexicanos como lo fueron José José y Juan Gabriel, impulsados por el festival "OTI de la Canción", después por grupos como: Los Baby's, Los Freddy's, Los Corazones Solitarios, Pasteles Verdes, Los Muecas, etc. Después de estas influencias, se reconoce la primera generación de agrupaciones totalmente gruperas, como por ejemplo: Rigo Tovar, el jalisciense originario del pueblo de Chapala: Mike Laure y sus Cometas y los temas: "Tiburón a la vista" y "La cosecha de

mujeres”, Los Bukis, Los Temerarios, Bronco, Grupo Bryndis, Ana Bárbara –la llamada “Reina Gruperá”-, La Mafia, Industria del Amor, Conjunto Primavera, entre muchos otros.

Entiendo lo anterior como el primer momento en el que se puede considerar a la música gruperá como un género musical. Esto debido a que hay características constantes que los solistas y agrupaciones utilizan para darle forma a la expresión musical, una de ellas y la más importante fue el uso de instrumentos musicales eléctricos que llevaron a unificar el carácter sonoro de las melodías producidas por estos grupos. .

En esta primera generación de gruperos se integraron muchos de los elementos que algunos autores destacan como característicos del género. Como menciona Ragland (2009), la identificación de características instrumentales y de performances en la música gruperá es lo que ella refiere como *onda gruperá*, y puntualiza respecto a la música gruperá de la siguiente manera:

También conocido como cumbia norteña o tropical mexicano regional. El término de *onda gruperá* inicialmente hacía referencia a cualquier grupo musical que utilizaba sintetizadores o teclados. Hoy en día el término refiere a los grupos que tocan principalmente cumbias. Los grupos de Cumbia Norteña se hicieron populares en Monterrey, Nuevo León, México a finales de los 70’s, en algunas ocasiones se incorporó el uso del acordeón, saxofón o ambos. También vestidos de charro Norteño (jinete), traje típico utilizado por grupos Norteños. (2009:209)²

La importancia otorgada al movimiento musical así como algunos elementos performativos y de vestimenta resultan referentes de esta música, por ejemplo: conciertos o bailes, bares, rodeos, etc., esto representa la cultura norteña de botas y sombrero que enriquece lo gruperá pero: ¿cuáles son estas imágenes colectivas?:

Los más notorios proveedores de referencias e imágenes culturales que a manera de *bricolaje* integran elementos materiales e inmateriales heterogéneos, y que a la postre generan

² Traducción propia. Cita original: “Also *cumbia norteña* or *mexican regional tropical*. The term *onda gruperá* initially referred to any music group that utilized synthesizers or keyboards. Today the term refers to groups who primarily perform cumbias. Cumbia norteña groups became popular in Monterrey, Nuevo León, México, in the late 1970s and sometimes featured accordion or saxophone or both. They also dressed in the Norteño charro (horseman) outfits typically worn by norteña groups”.

identidades colectivas y construyen este imaginario, son el narcotráfico, virilidad asociada a juventud, así como la Frontera Norte conocida y re-conocida a través del cine y la televisión” (Morín, 2000: 9)

Esta forma de identificación entre los usuario de la música grupera permite posicionar un elemento de producción y reproducción, consumido y distribuido a través de los medios de comunicación.

1.3.2 Segundo momento: la conformación del movimiento masivo de la música grupera

El segundo momento que reconozco para entender la música grupera como un movimiento –y no como un género- proviene de finales de la década de los 80s y principios de los 90s. Esto debido a que muchos de los artistas que pertenecían a la primera generación ya estaban fuera de escena, lo que ocasionó la búsqueda de nuevas e innovadoras propuestas que no se estancaran en el público ya ganado, sino que estas permitieran ampliar el público de consumidores.

Durante finales de los años 80s, la incorporación de la TechnoBanda fue una de las rupturas que dieron por sentado que la música grupera ya no era solo un género, sino que diversas tradiciones musicales la alimentaban y ofrecían una oferta musical y de adopción de estilos de vida diferentes a lo que se ofreció durante los años 70s. Durante este segundo momento, la música Tropical, específicamente la Cumbia, ya no fue el principal género asociado a la música grupera, sino la música Norteña, y la reciente adopción de los corridos que se extendían rápidamente por toda la República Mexicana.

Esto invariablemente provocó que la gran categoría que abarca la Música Grupera se abriera pero al mismo tiempo se compone de diversos ritmos musicales, que con el pasar de los años, siguen alimentando de forma exitosa esta gran clasificación, lo que ha dado como consecuencia la aceptación de un público más grande y variado.

Así, las fusiones musicales surgieron mostrando que la Música Grupera no representaba a unos cuantos géneros musicales, sino que tradiciones como el Rap, Rock, Hip hop, al mismo tiempo ligaba desde sonidos electrónicos hasta el Tex-Mex.

Las posibilidades musicales eran infinitas, por lo tanto la industria no se detuvo y continuó con ellas durante los años siguiente, haciendo que esto hiciera más difícil la tarea de concretar una definición a cerca de la Música Grupera. La conformación de un grupo masivo de Música Grupera proviene de una oleada de combinaciones musicales que alimentaron dicha corriente.

Actualmente, la categoría de Música Grupera sigue funcionando bajo este segundo momento. No hay un género musical actual que pueda nombrarse *grupero* pero bajo este nombre circulan otros tantos géneros que contienen características particulares, principalmente performativas e instrumentales que componen este gran movimiento musical.

Cuadro 2. Enfoques y perspectivas de la Música Grupera

Categoría y significado	Autor	Enfoque
Música grupera o música conocida como grupera	Simón	Habla de un género musical construido a partir de las grandes industrias. A pesar de que se su enfoque esta realizado desde los espectáculos, hace un breve particularización de la Música Grupera como un género musical constituido principalmente desde de instrumentos musicales eléctricos: bajo, batería, teclados y sintetizadores, con una gran influencia de la música Tropical pero también del rock.
<i>Onda grupera</i>	Ragland	Este enfoque analiza a la música grupera como aquella que este principalmente realizada con instrumentos eléctricos, aunque también se alimenta de la cultura nortea en lo que respecta al uso de acordeón y saxofón, así como el performance y vestimenta que alude completamente a esta,
Tecno-banda	Simonett	Movimiento musical surgido como una vertiente de la música de banda sinaloense. Este estaba compuesto principalmente por bajo, guitarra y teclado eléctrico asociado a rítmicos sonidos tropicales pero con una mezcla de música nortea. Tuvo gran aceptación entre el público joven de Guadalajara y Sinaloa, también en los Angeles y Chicago.

		Se considera que este género musical es una mezcla de fusiones realizada por las grandes industrias musicales.
Música grupera / Industria cultural “grupera”	Madrid	Se explica que este enfoque está totalmente ligado a la construcción de la música grupera a través de diversas fusiones musicales realizadas por la industria musical de los años 70s. Está inspirada en la imagen del México rural de la década de los 70s, sin embargo fue hasta la década de los 90s cuando toma mayor fuerza gracias a la difusión dada a través de los medios de comunicación.

Fuente: Elaboración propia

1.4 Los géneros musicales que componen el movimiento de la Música Grupera

A continuación se exponen los principales géneros musicales que componen la música grupera, y aunque no son los únicos³, son los más representativos para la música popular mexicana ligada a una visión rural. Esto nos lleva a hacer un recorte dentro de los géneros contemplados para dicho trabajo de investigación.

En las siguientes definiciones se eligieron algunos de los componentes más característicos, principalmente en lo que corresponde a un breve contexto histórico del género musical, composición instrumental y algunos de los máximos exponentes del mismo en la actualidad, esto sin duda será una gran pista para entender que la música grupera actualmente funge como una “gran carpeta integradora” de múltiples géneros musicales que responden a una corriente de la música popular mexicana.

1.4.1 Música Tropical

Aunque el término de “música Tropical” no es un género musical por definición, sirve para agrupar una serie ritmos musicales principalmente influenciados por la música caribeña. Esta

³ Algunos de los géneros musicales que no están contemplados en la investigación pero que sin duda son un referente actual serán traídos en algunos apartados como ejemplo o contexto de la situación de la música grupera, este es el caso del *Norteño Banda*, dos géneros musicales que componen la carpeta de la música grupera y que juntos han hecho una exitosa fusión musical. Otro de ellos es el *Tribal*, un género musical que se componen de múltiples tradiciones musicales pero que aunado a ello, las voces musicales están realizadas por algunos de los principales vocalista del género de banda y norteño de la actualidad.

categorización de ritmos está formada principalmente por los siguientes géneros: danzón, mambo, salsa, merengue, cumbia, son y mambo.

Si bien no todos ellos se encuentran en las influencias de la música grupera, algunos de estos se han integrado, formando parte del movimiento musical grupero. Muy probablemente debido a la especial acogida que tuvieron estos géneros musicales durante principios del siglo XIX en México:

Al referirse a la influencia cubana sobre los géneros y estilos nacionales, la mayoría de los especialistas recuerda el paso obligado de los artistas y compositores cubanos por el puerto de Veracruz en su camino hacia la ciudad de México. No les falta razón; esta influencia constante explica la predilección que músicos y pueblos veracruzanos tienen por el danzón y los ritmos tropicales. (Moreno, 2008, 169)

Para la primera generación de la música grupera, las influencias tropicales fueron muy importantes. De ahí surgieron artistas como *Rigo Tovar* y *Chichoche*, quienes son considerados los primeros gruperos en la escena musical mexicana. Los ritmos de estos influenciaron las tendencias musicales de las décadas de los 70s y 80s de la música popular mexicana.

En el caso del movimiento grupero, se considera que la cumbia es la representante de la música tropical dentro del movimiento, así lo refieren Madrid (2013) y Valenzuela (2002), quizá porque esta música era un género totalmente bailable. Aunque en la actualidad y debido a las fusiones musicales, se han incorporado algunas otras tradiciones, la cumbia sigue siendo un género predilecto.

Debido a la dificultad para definir la formación instrumental de la música de cumbia, Moreno (2010) ofrece una alineación para entender el género musical:

El popular bongó, usado en percusión directa o glisando sobre el pache, las maracas y la clase son los más conocidos entre los innumerables elementos de la percusión cubana, que cuenta con sonajas, güiros, cascabeles, botijas, tambores, triángulos, cencerros, marímbula, campanas y todo tipo de tambores. La definida influencia negra se encuentra no solamente en el abundante uso de la percusión, sino en el uso de la figura rítmica del cinquillo de origen africano, que está presente en gran cantidad de música afrolatina y en el constante empleo de la síncopa. (2010, 168)

1.4.2 La Música de Banda

En este trabajo se hace referencia a la Música de banda, principalmente a la banda sinaloense⁴, se hace esta aclaración debido a los múltiples nombramientos que hay en torno a este género musical⁵ en diversos estados de la República Mexicana. Una de las características más particulares, específicamente instrumentales, es que este tipo de agrupaciones están compuestas principalmente por instrumentos de viento y metálicos.

La fuerte influencia proveniente de las bandas militares durante la primera mitad del siglo XIX dio lugar a lo que hoy se conoce como la Música de Banda. Simonett (2004) explica que el término *Technobanda* y Banda han sido utilizados como sinónimos, sin embargo, la technobanda está compuesta de instrumentos eléctricos entre los que destacan los sintetizadores, guitarra, teclado y bajo eléctrico.

Durante la primera década del siglo XIX las bandas sinaloenses solo tenían una función instrumental, fue hasta la década de los años 80 del siglo XX que se agregaron voces que hacían sonar letras de amor y desamor. Esto sin duda fue una gran plataforma para exponentes que encontraron en este género musical en escenario idóneo para buscar nuevas alternativas de crecimiento dentro de la escena musical.

Entre las principales bandas musicales mexicanas se encuentra la Banda el Recodo, Banda el Limón, El Recodo de Cruz Lizárraga, La Arrolladora Banda el Limón, y actualmente la Banda Sinaloense MS de Sergio Lizarraga.

En mayor o menor medida, la Banda Sinaloense se compone de la siguiente formación instrumental:

- Tuba
- Saxofón
- Clarinete

⁴ Simonett (2004) explica que la banda sinaloense también ha sido nombrada: Banda de viento, banda de viento o *banda banda*.

⁵ Otros de los nombres que Simonett (2010,5) encontró para nombrar a la música de banda, están basados en algunos de los instrumentos que caracterizan a la agrupación o el lugar de surgimiento: *tambora* (Sinaloa), *el tamborazo* o *alborota güeyes* (Zacatecas), *las terribles hueseras* (Sinaloa), *el chile frito* (Guerrero), *el frijol con queso* (Michoacán y Sinaloa). *La perrada* (para música de la calle) y *la huipera* o *la canastera* para músicos que tocan en bares o salones de billar.

- Trompeta
- Trombón
- Tambora
- Tarola

Simonett (2004) explica que la función social de la Banda en México ha sido importante no solo para los mexicanos radicados en México, sino también para aquellos que han emigrado a otros países, principalmente a Estados Unidos, y que han encontrado en la música un reflejo de la identidad y tradición mexicana, esencialmente en lo que responde a lo rural y lo que se considera parte de las tradiciones familiares atribuidas a la música de Banda:

Por lo general, el sentido de identidad está basado en los sentimientos de pertenencia de una tradición. Muchos inmigrantes mexicanos que han experimentado el rechazo social o su exclusión de “la corriente de la sociedad norteamericana” recurren a una identificación incluso más fuerte con su comunidad étnica. Pero a diferencia del gentilicio que pueda uno heredar, la identidad debe ser creada y construida una y otra vez. (Simonett, 2004, 259)

Así, la música de Banda, una importante rama de la Música Grupera no solo es importante por la tradición musical que representa, sino también porque a través de esta se puede construir el contexto social en el que se está consumiendo la música, cualquier género, mostrando aquellos espacios simbólicos y tangibles de la diferenciación social y simbólica de la que son parte.

Tecnobanda

El movimiento de la *Tecnobanda* es un importante episodio de la Música de Banda y Grupera en Jalisco. No solo por la gran popularidad que tuvo a finales de la década de los 80s, también por la forma en que fue acogida socialmente por diferentes estratos sociales, y la importancia que tuvo en las ventas dentro de la industria musical.

Este movimiento, una alternativa musical de la Banda, tuvo sus primeros orígenes en California, Estados Unidos, aunque no con la aceptación que se esperaba del público y los productores. Estos últimos se negaban a “modernizar” la Banda Sinaloense Tradicional, considerando que este movimiento no aportaba, sino que descalificaba a la música de Banda.

“La tecnobanda” es un término creado para distinguir a la banda modernizada del sonido de la banda acústico, tradicional. Aunque, sin lugar a dudas, la tecnobanda está reconocida como una forma de música popular –popular en el sentido de que puede ser urbana y a la vez comercializada- claramente provoca e induce sentimientos que están relacionados con un tradicional estilo de vida. [...] La tecnobanda nació cuando las bandas comenzaron a usar amplificadores. Esta innovación les permitió también integrar a un vocalista, cuya voz podía amplificarse para ser escuchada por encima de los sonoros instrumentos de viento. (Simonett, 2004, 260, 266)

Simonett (2004) afirma que las primeras grabaciones de tecnobanda se hicieron en la ciudad de Guadalajara, Jalisco a través de Fonorama, su principal impulsor: Manuel Contreras, quien fuera gerente general del lugar grabación explicó durante una entrevista que realizó diversas fusiones musicales a la música de Banda, como un tipo de experimentación musical que permitiera incorporar nuevos sonidos a la Banda tradicional:

[...] en el año de 1985 yo estaba grabando solistas y grupos. Y por cuestiones comerciales, estaba tratando de buscar a ver que era lo que podía ser. Entonces, encontré a una banda que se llamaba a Banda Kora. En lugar de que grabara como banda Sinaloense, la hice banda como grupo, grabando tropical. Y luego, le pedí a un grupo que me trajera un casete con música, haciendo un cambio: tipo banda pero como mariachi; luego, chicano (Tex-Mex) combinando con banda; y grupo directo a banda. De estos tres tipos yo escogí el grupo a banda. [Respecto al grupo que eligió] pero no dejándole lo sinaloense, sino agregándole el ritmo, el sabor norteño. Más ligero, entonces, se cambiaron los saxores y el bajo al teclado y a la guitarra [eléctrica] Vaquero´s Musical fue el que sacó este estilo. Pues se grabaron y duramos como unos dos o tres años promoviéndolos. Por de pronto, la radio no lo aceptaba. No quería, porque aquí no les gustaba la banda. Aquí en Guadalajara, era muy conservador en la música... La banda nos les gustaba nada. Y duré yo como desde lo '85, '86, '87, '88 promoviéndolo. Nadie lo quería tocar, hasta que en una ocasión yo, nosotros, con otro muchacho, y una radio pusimos un programa en la mañana. Y le gustó mucho a la gente. Y de ahí, se desprendió y se fue. Se fue. De ahí enseguida se vinieron otros grupos grabando y ya copiando el estilo. (Entrevista realizada por Simonett a Manuel Contreras, 2004, 264)

La anterior cita muestra aspectos importantes para la comprensión de la música grupera. La primera esta relacionada con la incorporación y/o fusiones musicales orquestadas por las

grandes industrias musicales con el objetivo de dar lugar a nuevos géneros musicales que resultaran atractivos para diversos públicos, tal fue el caso de la tecnobanda,

Manuel Contreras (Entrevista realizada por Simonett a Manuel Contreras, 2004) indica que Guadalajara fue un punto estratégico importante para las bandas de tecnobanda, músicos y productores del nuevo ritmo musical⁶. Así, este renovado movimiento musical se pedía por teléfono desde las zonas residenciales de la ciudad, lo que indicaba una expansión de la música de manera social y simbólica, ya no solo pertenecía a aquellos que veían en la música una fuente de identidad y comunidad, sino que el componente musical expresaba un desdibujamiento de ciertos prejuicios sociales hacia la música popular mexicana.

De igual forma el baile de “la quebradita” o “el caballito” se convirtió en un elemento fundamental del reconocimiento de esta música. se afirma que este particular baile tuvo sus inicios en el lienzo charro “Margarito Yañez” ubicado en el municipio de Guadalajara, Jalisco y que posteriormente se extendió en algunos estados del Norte, así como algunos otros en los Estados Unidos, principalmente California, Los Ángeles y Chicago, donde los jóvenes fueron los principales receptores de este movimiento musical.

Así, para 1996 el movimiento de la Technobanda perdió fuerza pero la Banda Sinaloense cobraba terreno en la escena musical de la ciudad de Guadalajara. No obstante, la tecnobanda junto con los ritmos tropicales se había convertida una importante propuesta de la música grupera.

Este puede ser considerado un importante episodio de la música surgida de un laboratorio musical pero que al mismo tiempo represente un parteaguas en la incorporación de nuevas tradiciones musicales a la carpeta de la música grupera. Además también abona a la reflexión del movimiento de las industrias musicales con respecto a lo bulliciosas y efímeras que pueden resultar los productos surgidos de tal manera.

⁶ En algún episodio de la entrevista realizada por Simonett (2004) a Contreras, este le explica que casi el ochenta por ciento de los músicos decidieron cambiar de ritmo, convirtiéndose a tecnobanda, ya que estas eran muy solicitadas en toda clase de eventos. Los principales cambios se dieron en músicos que tocaban mariachi, música tropical y músicos de rock.

La gente discrimina entre los productos de la industria de la cultura, eligiendo unos y rechazando otros en un proceso que, frecuentemente, toma a la industria por sorpresa puesto que está impulsando, al menos tanto por las condiciones sociales de la gente, como por las características del texto. La música popular, al ofrecerle a su público un sentido de pertenencia, puede ayudarlo a negociar los problemas cotidianos. (Simonett, 2004, 268)

1.4.3 La Música Norteña y el corrido

Autores como Valenzuela (2002) explican que la Música Norteña es el último estilo musical mexicano-americano. Este género musical tiene una larga historia desde la Segunda Guerra Mundial cuando, como afirma el autor: “el conjunto norteño se convirtió en un poderoso símbolo de la clase trabajadora mexicana [radicada en los Estados Unidos]” (2002, 43).

Se considera que la influencia que ha tenido el corrido desde mitad del siglo XIX hasta la actualidad está fuertemente ligado al contexto fronterizo de los mexicanos. Los corridos fungieron como una especie de catarsis en la que se retrataban las vicisitudes vividas por los mexicanos en los Estados Unidos:

Como elemento de expresión de los grupos populares el corrido refiere a múltiples historias que, cantadas o recitadas, propician la magnificación de los actos a la vez que les confiere una limitación geográfica y temporal. A través de esta manifestación las masas han visto recreadas sus anhelos, pasiones, frustraciones y simpatías, y creado héroes, antohéroes, mitos y leyendas.

Mediante el corrido [...] los grupos populares se reencuentran con su dolor, sus héroes, sus virtudes. Lo anterior se ilustra de manera destacada en los periodos fundamentales de nuestra historia, como la Guerra México- Estados Unidos, la intervención francesa o la Revolución Mexicana, acontecimientos de enorme impacto que abrieron espacio en el escenario social donde se manifestaba la “plebe”. (Valenzuela, 2002, 33)

Durante la década de los años 70 del siglo XX, cobró popularidad en la industria cinematográfica, la producción de películas mexicanas de corte policiaco en las que retrata la persecución de poderosos narcotraficantes; un componente clave de dicho cine radica en el componente musical, que... en las que incluso, artistas como los Tigres del Norte actuaron, dieron una nueva visión del consumo del corrido a través de la industrialización del mismo.

Valenzuela (2002) destaca que a través de diversos acordeonistas que acompañaron a los conjuntos nortños, el género musical tuvo mucha mayor visualización, entre ellos destaca “El huracán del Valle”, considerado padre de la música nortña:

A partir de la década de los setenta el corrido toma dos vertientes. Una de ellas refleja su carácter prístino, expresado en el sentimiento, el mensaje y la constancia del hecho hasta entonces coincidente en el cine comercial que había llevado a la pantalla un considerable número de corridos, incluso el popularesco. Ya en la segunda mitad de la década, el corrido grabado en disco adquiere una relativa independencia del “anonimato” del pueblo. Ahora los temas recurrentes serán la violencia, el narcotráfico, y la frontera como escenario indispensable de operaciones. De esta manera, la conjunción del disco y el cine, en las que el contrabando y la droga aparecen sobrevalorados, ofrecen una imagen sesgada de la realidad fronteriza. (2002, pp. 46)

Es así como el corrido se ha convertido en una corriente musical fuertemente influenciada por los migrantes mexicanos radicados en los Estados Unidos, y que finalmente todas las historias que circulaban alrededor de ellos dieron origen a diversas temáticas sociales representadas a través de canciones, una de estas temáticas fue: el narcocorrido.

Finalmente, la composición instrumental-aunque no exacta- que forma un conjunto nortño es la siguiente:

- Acordeón
- Redova
- Bajo sexto
- Guitarra

El narcocorrido y los corridos alterados

Los narcocorridos conforman una vertiente del corrido tradicional y que habitualmente son tocados por un conjunto nortño. La principal característica de esta vertiente musical es que hacen un especial énfasis en acciones relacionadas al narcotráfico. La mayor parte de las letras de estas canciones hacen una apología del crimen y la droga, exaltando a los grandes capos, armas de grueso calibre, alcohol y droga, fiestas y mujeres:

La realidad del narcotráfico que utiliza un vehículo artístico para narrar hechos violentos donde se enaltece, sobrevalora, elogia y mitifica la figura y forma de vida del narcotraficante, el contrabando y el negocio de las drogas. Para algunos investigadores, en los narcocorridos se hace apología al

contrabando, y reconocen que estas composiciones cumplen la función de formar y reforzar ideologías e imaginarios colectivos, sirviendo como autorrepresentación con todos los estereotipos que aparecen en el contenido. (Burgos, 2011, 98)

El mundo de las drogas y su popularización, como lo llama Valenzuela (2010), tuvo como antecedentes la gran diversidad en la producción y distribución de estupefacientes, la conformación de cárteles, a la par que se incrementaba el mercado de consumidores. Desde la década de los años 70 del siglo es posible ubicar algunas de las expresiones relacionadas con la narcocultura en el ámbito musical, como es el caso del grupo norteño *Los Tigres del Norte*, el cual... más tarde se incorporarían otros grupos famosos como *Los Tucanes de Tijuana*, *Ramón Ayala*, *Los Cadetes de Linares*, entre otros a la tradición de tocar y cantar como parte de su repertorio musical el narcocorrido con las implicaciones sociales que ello implica.

Muchos de estos grupos alcanzaron la fama no sólo con la interpretación de canciones de desamor y traición, sino a que través de corridos que contaban las hazañas en la captura de los grandes capos de la droga; la muerte y la lealtad hacia los grupos organizados dedicados al contrabando de droga y armas, y la travesía que representaba transportar la droga hacia los Estados Unidos sin ser descubiertos.

Es así como la influencia de la narcocorridos dio lugar a una nueva tradición musical pero mucho más violenta, el corrido *alterado*, caracterizado por describir con gran puntualidad actos de violencia relacionadas con grupos del narcotráfico, desafiando cuestionamientos éticos, políticos y sociales que resultan provocadores a la luz de la crisis social que se vive en México.

1.5 Los otros... estigma hacia la Música Grupera y sus consumidores

Diversas tradiciones musicales mexicanas han sido rechazadas debido a las “pocas características artísticas y estéticas que pueden desprenderse de ellas”, obviamente este juicio establecido desde el punto de vista de la alta cultura, como se ha revisado al trabajo de Hormigos (2008).

Simonett (2004) explica que durante el siglo XIX algunos críticos e intelectuales de la época –al menos en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa, localidad reconocida como la cuna de la

música de banda- consideraban que la música hecha a partir de instrumentos de cuerda era de mejor calidad y gusto; esto impactó fuertemente la “reputación” de la música de Banda y el Mariachi debido a la estridencia de las notas derivadas de instrumentos como la tuba y la trompeta.

El estigma es un aspecto presente en la sociedad, no solo en los elementos que saltan a la vista, también con aquellos que resultan más íntimos y personales. Añaden que, adicional a lo que el término representaba y aun representa, la palabra “estigma”: “desprestigia considerablemente a un individuo ante los demás” (2005, 65).

Desde una visión teórica y sociológica utilizada por Piña y Fonseca, pero estudiada por Goffman, se propone que el estigma social funciona como una especie de “categorización(es) social(es)”, la(s) cual(es) funcionan de la siguiente manera:

Con base en ciertos indicadores aprendidos culturalmente, se crean diferentes categorías, construidas desde lo social colectivo a través de las interacciones cotidianas, en las que se puede agrupar a las personas a través de ciertos rasgos. La categorización tiene como fin delimitar y determinar qué es lo que se puede esperar de una persona inscrita en tal o cual categoría, en pocas palabras, es un saber de orden práctico que le permite a los sujetos colegiar, a partir de unas pocas señales, qué tipo de relación puede establecer con el *otro u otros*. Si cercana o distante, agradable o desagradable, o si puede ver al otro como posibilidad o como amenaza. (Fonseca y Pina, 2005, 65)

Principalmente, el estigma social funciona como una especie de desacreditación. Los autores citados explican que tal condición: “es una discrepancia entre la identidad virtual y la identidad social de los sujetos” (2005, 66). Es a partir de la propuesta de Goffman que se explican los aspectos clave para el estudio del estigma como categoría social:

- 1) Las abominaciones del cuerpo, en las cuales se inscriben las deformaciones y dismorfias del cuerpo.
- 2) Los estigmas tribales, relacionados con la pertenencia del sujeto a cierta raza, nación o credo y que son susceptibles de ser transmitidos a través de la herencia por generaciones.
- 3) Los defectos del carácter, relacionados con fallas morales que devalúan a los sujetos como el alcoholismo, la drogadicción, etc. (Fonseca y Piña 2004)

Considero que los “estigmas tribales” reúnen, de cierto modo, la desacreditación por parte de quienes no son consumidores o gustosos de la música grupera. Simonett (2004) explica que durante la primera mitad del siglo XIX en Mazatlán, Sinaloa:

El baile y el alcohol fueron tan indispensables como la música para el éxito de cualquier fiesta local, como lo fueron las sangrientas consecuencias del festejo para el disfrute de los lectores de los diarios, de ahí que tales chismes formaran una parte integral de la cobertura periodística⁷ [...] Como resultado de la desaprobación de la clase alta sobre las actividades recreativas del pueblo se extendió a la música y la propia música quedo estigmatizada. Sin embargo, Manuel Flores Gastelum la banda regional representa la más auténtica de nuestra música mestiza. (Simonett, 2004, 105)

Actualmente el estigma está presente en los aspectos más cotidianos tales como: la edad, religión, preferencia sexual, sexo, educación, color de piel, etnia... y el gusto musical. Para entender este último resulta importante hacer un breve repaso sobre la música de banda, aspecto estudiado por Simonett.

Expongo que la marca que ha perseguido a la música de banda no es algo actual. Desde la década de los años 20 del siglo XX, este género musical ha sido considerado inferior en lo que respecta a valoración estética. Probablemente exista una relación entre los géneros de Banda y Mariachi que, a la par, representaban la música popular y rural de la década, con características muy especiales:

El origen de “clase baja” del mariachi y a su asociación con la embriaguez y el machismos, se ha convertido en un estigma contra el que muchos músicos de mariachi mantienen una lucha incluso en los Estados Unidos, donde vistosas actuaciones de mariachi glorifican a un carácter mexicano “pintoresco”, y donde el público, en general, desconoce el pasado “oscuro” del mariachi [...] El charro bebedor y mujeriego tan apreciado en innumerables películas de la época de oro del cine mexicano, no solo modifico la noción del charro mestizo, trabajador, honesto,

⁷Un fragmento de la nota periodística citada por Simonet dicta lo siguiente: “Bailes populares. Domingo a domingo se están verificando los bailes en el cobertizo, sin que sepamos a que fin benéfico son invertidos esos dineros que se recaudan, únicamente nos fijamos que cada vez que hay bailes se consignan delitos de sangre y raptos”. *El correo de la tarde*, 15 de octubre de 1926.

valiente y patriota, sino que su imagen quedo además grabada en la música de mariachi”. (Simonett, 2004, 101)

Ambos géneros musicales –Banda y Mariachi- han sido apreciados como expresiones musicales de la población rural. Es por ello que retomo este ejemplo que bien podría ser equiparado con la gente que consume y gusta de los géneros musicales que integran la música grupera y que finalmente componen una gran parte de la música popular mexicana contemporánea.

La mayoría de los fervientes seguidores de la banda en los Estados Unidos desconocer por completo el mundo social de la banda de música tradicional no comercial, de su región de origen y de su asociación con las clases bajas de Sinaloense. Nunca han sido expuestos a los prejuicios alimentados por muchos mexicanos, en especial en la ciudad de México, quienes ligan a la música de banda con un comportamiento social de mala reputación, atraso rural y vulgaridad. (Simonett, 2004, 261)

Es entonces que resulta interesante entender cómo el estigma social que está ligada a la música Grupera no es algo nuevo, sino que a diversas tradiciones musicales que la componen han sido desacreditadas por muchas décadas, extendiéndose incluso a los géneros más recientes:

A diferencia del mariachi, la música de banda nunca ha sido considerada objeto de estudio por parte de los folkloristas mexicanos, aunque, al igual que el mariachi, la expresión musical de la población rural. De hecho tanto el mariachi como la banda se originaron en la primera mitad del siglo XIX en las villas y pequeños pueblos, tanto los músicos de mariachi como los de banda fueron *campesinos* ante todo; aunque ambos interpretaron sones, melodías regionales y otras canciones populares; y ambas agrupaciones incluyeron instrumentos europeos como los fabricados en la localidad. Así pues surge la interrogante ¿Por qué la música de banda fue ignorada de un modo tan recurrente por los folkloristas? ¿Por qué excluyeron a la banda de su interés en la cultura “folklorica?”. (Simonet, 2004, 103)

Las anteriores citas resultan ser pistas valiosas para determinar algunas de las posibles hipótesis que por tanto tiempo han desacreditado a la música popular mexicana, por parte de un público y una academia que enaltece los criterios de la alta cultura. Actualmente las cosas no han cambiado mucho y aunque parece haber un desdibujamiento entre lo que es

considerado alta cultura y baja cultura, lo cierto que es aún se sigue apremiando la música que se considera “estética”, con algún valor social. Aunque el término “underground” no sea el término ciento por ciento correcto, lo cierto es que de alguna forma la música grupera ha sido considerada como un estilo de vida alterno, una manifestación de lo rural:

Es un término inglés que se aplica a las manifestaciones artísticas o a los estilos de vida que se consideran alternativos, paralelos, contrarios o ajenos a la cultura oficial. La palabra significa literalmente "subterráneo" o "submundo", y tiene un evidente valor metafórico: la cultura que transmiten los medios de formación de masas ("mainstream") se concibe como una superficie o velo, debajo del cual se encuentra aquello que es verdadero, pero permanece ignorado en la oscuridad. (Vidal, 2007, 79)

Lo realmente contradictorio de la situación que vive la música grupera es la cantidad de difusión y comercialización que se ha hecho a través de los diversos géneros musicales que la componen y las fusiones generadas a través de los mismos, géneros propuestos por los agentes mercantiles y los medios, los analistas musicales y los propios músicos.

Algunos datos demuestran que actualmente una de las tradiciones musicales que ha tomado mucha mayor popularidad es el Norteño-Banda, género musical representado por *Juli3n 3lvarez y su Norteño Banda*, quien comenz3 su carrera como vocalista dentro de la *Banda Sinaloense MS*.

Debo decir que Julio C3sar 3lvarez Montelongo, nombre real del artista, es un referente actual para la m3sica grupera y para la m3sica popular mexicana conocida a nivel internacional. Seg3n datos de Spotify, plataforma dedicada a la distribuci3n de m3sica a trav3s de *streaming*, y que ahora ha tomado tanta relevancia, similar a la de una lista Billboard, indica que hasta el mes de septiembre del 2015, Juli3n 3lvarez compart3 el top 50 de la m3sica m3s descargada en M3xico junto con la *Banda MS*, *La Arrolladora Banda el Lim3n*, *Calvin Harris*, *Ariana Grande*, *One Direction*, *Coldplay*, entre otros.

Destaca que dentro de la lista de los 50 m3s escuchados en M3xico, al menos Juli3n 3lvarez y la Banda MS ocupan varios temas de la lista antes se3alada, cuatro y tres respectivamente. Otro dato es el n3mero de seguidores en Spotify de Juli3n 3lvarez, el

número en 2014 era de 163,752, hasta septiembre del 2015 el número es de 476, 086 seguidores, casi un 300% más en relación a los números del año pasado.

Lo anterior resulta ser importante por dos razones: la primera radica en la cantidad de seguidores que rodean a los artistas más representativos del movimiento musical y que por consiguiente son una fuente de ingresos muy importante tanto para los productores como para las casas disqueras, la segunda razón que bien podría ser una línea de investigación relacionada con el significado la música grupera en el aspecto social, al mismo tiempo que se están incrementado los espacios y formas de consumo asociados al gusto.

El estigma asociado a este movimiento musical es innegable, probablemente algunas de las razones antes explicadas y apoyadas ayuden a entender el argumento de Simonet, y por consiguiente, den pie a reflexionar y hacer generalizadas e insuperadas definiciones sociales a la música grupera radicadas en los contravalores que años atrás las persiguieron y que hasta el día de hoy siguen vigentes por diversos motivos, algunos de ellos tendrán sustento social y moral, algunos otros solo serán parte del imaginario social.

Conclusión:

Este capítulo ofreció un panorama de la definición de música popular, esto ayuda a entender las diversas perspectivas desde las cuales puede ser entendida la música grupera. Además, se reflexiona acerca del estigma que por décadas ha estado asociado a algunas tradiciones que están dentro de la música grupera. Esto sin duda sirve para contextualizar pero al mismo tiempo ayuda a entender el porqué de la asociación de la música a prácticas negativas.

Además, se reflexionó acerca de cómo entender la música grupera para la presente investigación: esta es entendida como parte de un segundo momento en el que esta música es vista como una categorización de diversas tradiciones, principalmente aquellas relacionadas con el campo y lo rural, la música tradicional mexicana y los sectores más desfavorecidos de México. Las principales tradiciones musicales que la conforman son: la música de Tropical, Banda y Norteña.

CAPÍTULO 2: Un acercamiento al concepto de industrias culturales; perspectivas teóricas del Consumo Cultural.

Este apartado se centra la revisión de textos elaborados a partir de diversas perspectivas que concurren en el objeto de investigación. Los Estudios Culturales permiten hacer una revisión analítica, teórica y metodológica del abordaje desarrollado en las investigaciones sobre consumo.

Se muestran diversos abordajes que buscan explicar qué son los estudios culturales desde sus inicios en Birmingham (Luengo, 2006), las líneas de investigación que se han concretado en México (Valenzuela, 2003) y, finalmente, algunos de los exponentes claves para entender el fenómeno de consumo, audiencias y recepción desde la visión de los Estudios Culturales (Repoll, 2010).

2.9 Un acercamiento a los estudios culturales y su orientación hacia el consumo

Diversos autores han concluido que es difícil explicar la evolución de los Estudios Culturales, sin embargo, existe un acuerdo en cuanto a que la intencionalidad de estos y radica en entender los procesos subjetivos y simbólicos, en tanto consecuencias de la conducta humana y de los procesos sociales en los que se encuentran inmersos. De igual forma, existe un acuerdo en que estos estudios se han convertido en una vertiente importante para entender las transformaciones sociales suscitadas de la era moderna.

Algunos personajes vinculados a la Escuela de Chicago (referencia) muestran que la derivación de la cultura en las prácticas sociales y cotidianas tenía un gran impacto en la forma de entender las relaciones sociales que se establecen entre los individuos, una secuela de dichas relaciones puede ser observada a través de la prensa popular y la vida cotidiana: “[los académicos] Asumieron en sus análisis la importancia de multitud de manifestaciones populares para explicar la vida social en su complejidad, desde relatos de la prensa popular hasta historias de vida, diarios y cartas de grupos y minorías inmigrantes” (Luengo, 2006: 103).

Esto nos lleva a referir que la cultura no puede analizarse desde una perspectiva dividida y lejana a la vida social, sino que la cultura está representada a través de las prácticas sociales y los significados que se le atribuyen a estas, es decir, el componente simbólico. Lo anterior ha servido como inspiración para que diversas disciplinas de las Ciencias Sociales, entre ellas

la Sociología, Antropología y ahora los estudios de Comunicación y los Estudios Culturales muestren interés en reconocer de qué manera las prácticas quedan sujetas a los significados otorgados por los individuos.

Es por lo anterior que para los Estudios Culturales, y en especial los británicos, los primeros referentes para atender la multiplicidad de procesos sociales, económicos, políticos y culturales, que emergen durante los años setentas e incluían el análisis de la ideología, el lenguaje, lo simbólico y el poder para lograr la comprensión y el análisis de estas transformaciones. El principal objetivo de estos estudios era –y sigue siendo–, construir teorías que integren diversas perspectivas de un solo fenómeno, para lograr una “visión global de la cultura” y de este modo comprender la vida material, intelectual y espiritual, además de las expresiones simbólicas. (Valenzuela, 2003: 23)

La perspectiva nació a mediados del siglo XX con la creación de la escuela británica de Birmingham. Fue una aproximación a la cultura popular, no de masas. La *Cultural Theory* de Birmingham consistió en una revisión de la noción peyorativa de cultura de masas. Esta revisión, que llevó a cabo fundamentalmente R. Williams (1958, 1961), uno de los fundadores, se hizo en un estilo eminentemente británico, marcado en gran medida por la coyuntura política y social de esos años en Inglaterra. Este contexto vinculó a los estudios culturales con el movimiento de la *New Left*. Pero el proyecto británico tuvo un alcance universal. De hecho, el modelo se exportó rápidamente a Estados Unidos a través de los estudios de comunicación. (Luengo, 2006: 103)

El análisis de la Cultura desde la construcción simbólica es enfatizado por los estudios culturales ya que permite tener una comprensión de las prácticas sociales incorporadas a la vida humana que han tenido un impacto en la vida a nivel macro. Estos significados representan un discurso o idea preconcebida sobre algo que los individuos conocen o entienden.

De acuerdo con Sardar y Van Loon (2005), existen cinco características fundamentales de los Estudios Culturales:

1. Examinan en función de las prácticas culturales y las relaciones de poder. El objetivo es determinar cómo el poder determina o condiciona las prácticas culturales.

2. Tratan de examinar la cultura desde el contexto, es decir, que no puede analizarse la cultura por sí sola, sino que el análisis requiere las esferas político, económicas, sociales, etc. Para tener aproximaciones mucho más certeras de las manifestaciones presentadas en las prácticas sociales y culturales.
3. Los estudios culturales tienen como principio entender el objeto de estudio y espacio donde se desarrolla. Esto permite tener un vistazo “exacto” de lo que pretende analizarse.
4. Estos estudios dan por sentado que los individuos poseen una “identidad” y que son foco de observación para el observador/observado y conocedor/conocido.
5. Este tipo de trabajos pretenden comprender –y cambiar- las estructuras dominantes, por ejemplo, aquellas que proviene de una cultura hegemónica o dominante como la que está presente en las sociedades con modelos industriales y capitalistas. (Sardar y Van Loon, 2005:9)

Este último punto pone de manifiesto que el entendimiento de las culturas populares está fuertemente influenciado por el modelo de la globalización, y este ha dado lugar a un cambio en las estructuras sociales, principalmente en el establecimiento de relaciones entre los individuos, pero al mismo tiempo en la forma de relacionarse con la tecnología y los usos sociales de los cuales parece, no pueden escapar.

Por otra parte, existen numerosas críticas a los Estudios Culturales. Las críticas radican en el énfasis que se le da al estudio de clases sociales, raza, sexo, etc., así como a las subculturas (Sardar y Van Loon, 2005), y a los mensajes transmitidos a través de los medios de comunicación, los cuales para algunos resultan ser triviales- en el mundo moderno:

La crítica está justificada en dos sentidos: en primer lugar, la suposición de los estudios culturales de que las sociedades industriales y capitalistas están atravesadas por divisiones desiguales en función de la clase, el sexo y las características étnicas procede del marxismo. Pero los estudios culturales van más allá de sostener que la cultura es el principal escenario en el que se establece dicha división, el lugar en el que los grupos subordinados y marginales resisten la imposición de unos significados que reflejan los intereses de los grupos dominantes. [...] En segundo lugar, según afirman algunos críticos, los estudios culturales tratan de analizar las estructuras sociales teniendo cuenta el modo en que las fuerzas les han proporcionado de forma histórica. (2005: 54-55)

Otra crítica constante para este tipo de estudios se focaliza en su firme referencia al marxismo. Debido a la importancia que tienen los estudios culturales respecto a las

explicaciones proporcionadas desde ciertas estructuras sociales y culturales a través de las divisiones, principalmente sociales, es que toman el escenario cultural como aquel en que los “actores” quedan formalmente representados, dando por sentado que la cultura es el espacio donde quedan expuestas todas esas divisiones sociales y simbólicas presentes en la sociedad moderna.

Entre los principales precursores de los estudios culturales británicos encontramos a Raymond Williams, Stuart Hall, Richard Hoggart y E.P. Thompson; siendo Hoggart quien acuña la idea de “Estudios Culturales” a partir del centro fundado por él en [Birmingham](#). Los estudios culturales británicos se abocaron entonces en el estudio de la cultura desde la base social.

2.10 Los estudios sobre audiencias, recepción y consumo

Como ya se ha mencionado, una importante premisa de los estudios culturales establece que las relaciones sociales se encuentran atravesadas por el poder: “las relaciones sociales no son inocuas, están atravesadas y constituidas por relaciones de poder. Unas relaciones de poder [...] deben ser comprendidas a través de la articulación específica de diversos factores” (Repoll, 2010, 102).

Para Repoll (2010) algunos de estos factores reflejados en las prácticas culturales están subordinados a las esferas política, económica y social. De esta forma, en un primer momento los estudios culturales reconocen la importancia de las relaciones sociales, la producción y reproducción de la estructura desde la dominación; en un segundo momento establecen que la ideología queda expresada en las prácticas cotidianas institucionalizadas a través de la familia, escuela, religión o los medios de comunicación.

En este punto, cabe clarificar alrededor de un elemento clave en los procesos de comunicación: las audiencias. Pero ¿Qué son las audiencias? Darle respuesta a esta pregunta podría implicar estudios exhaustivos desde diversas disciplinas; sin embargo desde el campo de la Comunicación se responde desde una concepción cultural:

Que las ciencias de la comunicación tuvieran un desarrollo subsidiario acompañante al derrotero de los medios de comunicación encuentra una razón evidente en la profunda transformación de la sociedad occidental a partir del siglo XV, en la cual, desde la invención

de la imprenta, los medios han desempeñado un papel protagónico. Con su aparición se inauguró una nueva era en que las formas simbólicas se esparcirían más allá de las formas locales compartidas de la vida cotidiana, en la cual la circulación de las ideas dejaría de estar restringida al intercambio de palabras en contextos de interacción cara a cara (Repoll, 2010:88)

Más allá de la institucionalización de los medios de comunicación, se han encontrado pautas claves para el entendimiento de los procesos de interacción con estas “nuevas” formas de comunicación. Es por ello que después de hablar de los medios de comunicación se discute cómo es que las audiencias perciben y conviven con la información que reciben, y no solo esto, sino como integran dicha información a la vida siendo representada a través de las prácticas sociales.

Es por ello que los *mass media* se convirtieron en una gran veta de estudio. A pesar de cada uno de estos medios –imprenta, prensa, radio, televisión, internet-, ha logrado coexistir en un mismo espacio, los avances tecnológicos han influido que cada uno, en su momento, sea suplido por otro, a excepción del internet, este medio parece tener cualidades y preferencias superiores a cualquier otro medio:

Los omnipotentes medios de comunicación, tal como se les concebía a principios del siglo XX, fueron domesticándose a medida que las audiencias se descubrían activas, primero en la elección y el uso de los medios y luego en la producción de sentido [...] en las investigaciones se ha vuelto a complejizar una relación de poder que sigue siendo asimétrica entre productores y receptores. (Repoll, 2010, 89)

Desde el campo de la Comunicación, más que el entendimiento desde la producción en los medios, lo importante es reconocer el valor receptivo de las audiencias y las formas de interacción, uso y apropiación de los mensajes generados. Los *mass media* se convirtieron en una potente línea de investigación, principalmente en las sociedades *massmediatizadas*:

[... entre medios, textos y audiencias se demuestra como uno de los terrenos mejor preparados y de mayor fertilidad para la comprensión de la estructura de la vida cotidiana, de la interrelación constitutiva entre los procesos micro y macrosociales que allí se encuentran. (Repoll, 2010: 93)

Las audiencias se convirtieron entonces en una de las principales problemáticas de estudio para comprender de qué manera los medios de comunicación logran incidir en la vida personal, las formas de socialización e interacción y cómo estos aspectos se convirtieron en el escenario idóneo para la comprensión de las estructuras sociales, la producción de sentido, así como los procesos de incorporación y apropiación a la vida cotidiana.

Para el caso Latinoamericano, el estudio de la Comunicación ha representado una **fuerte tarea** que hasta hace poco tiempo ha logrado consolidarse. Los múltiples factores que acompañan esta incertidumbre superan el ejercicio de la investigación en dicho campo. Autores como Fuentes Navarro y Vasallo López –por citar solo algunos ejemplos- proponen tres condicionantes de la producción académica en el campo de la comunicación:

1. *“El contexto institucional, que envuelve los mecanismos que media la relación entre las variables sociológicas globales y el discurso científico, y que se constituyen en mecanismos organizativos de distribución de recursos y poder dentro de una comunidad científica”.*
2. *“El contexto social o histórico-cultural donde residen las variables sociológicas que inciden sobre la producción científica, con particular interés por los modos de inserción de la ciencia y de la comunidad científica dentro de un país o el ámbito internacional”.*
3. *Finalmente, el tercer factor tiene que ver con las discusiones esgrimidas anteriormente en torno a los paradigmas científicos y las matrices de pensamiento y que la autora define como “contexto discursivo, modelos, instrumentos, temáticas que circulan en determinado campo científicos”.* (Repoll, 2010: 162).

El desarrollo de la investigación en Comunicación ha permitido “discernir” las líneas de investigación y fortalecer la disciplina desde la trinchera de cada uno de los investigadores; ha creado una red que permite tener una comprensión más amplia desde cada uno de los ángulos que componen el campo.

A partir de esto, los Estudios Culturales sobre audiencias, recepción y consumo se volvieron notorios debido a la popularización de los medios de comunicación; más allá de comprender los medios, se comprometieron a comprender los procesos de significaciones

presentes en la cotidianidad de la vida. Así, el campo de la Comunicación tiene una fuerte responsabilidad en dar cuenta de los procesos de significación y sentido desde el enfoque de los estudios de consumo y las prácticas sociales. Martín Barbero, propone:

Un mapa para indagar no otras cosas, sino la dominación, la producción, el trabajo, pero del otro lado: el de las brechas, el consumo y el placer [...] un mapa que señala tres mojones iniciales, haces relaciones, nudo de distintos procesos, fuentes de mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural” (2010: 175).

La apuesta de los estudios con enfoque hacia el consumo desde el campo de la Comunicación consistió en proponer una teoría orientada a comprender los desarrollos comunicacionales desde el campo cultural, e inclusive una propuesta metodológica que permitiera vislumbrar los términos que constituyen las apropiaciones simbólicas provenientes de la variedad de ofertas visuales –en lo que corresponde a la televisión- pero también de otros bienes presentes en la gran esfera social.

La propuesta de García Canclini, uno de los exponentes clave para comprender los procesos de consumo desde el análisis de la cultura, permite hacer conexiones con lo que corresponde a las apropiaciones simbólicas, partiendo de las “relaciones de poder y las desigualdades sociales”:

En esta categoría [el consumo] a través de la cual se pretende dar cuenta de los procesos sociales para los cuales ya no son válidas las nítidas divisiones entre lo propio y lo ajeno, lo público y lo privado, lo nacional, lo regional o lo local. Ni son válidas ni son suficientes. Puede que estas, sin ser del todo acertadas, hayan sido útiles en el pasado; sin embargo, hoy “cuando la circulación cada vez más libre de personas, capitales y mensajes nos relaciona cotidianamente con muchas culturas, nuestra idea de identidad no puede definirse ya por la pertenencia exclusiva a una comunidad nacional. El objeto de estudio no debe ser entonces solo la diferencia, sino también la hibridación. (García Canclini, citado por Repoll, 2010: 196)

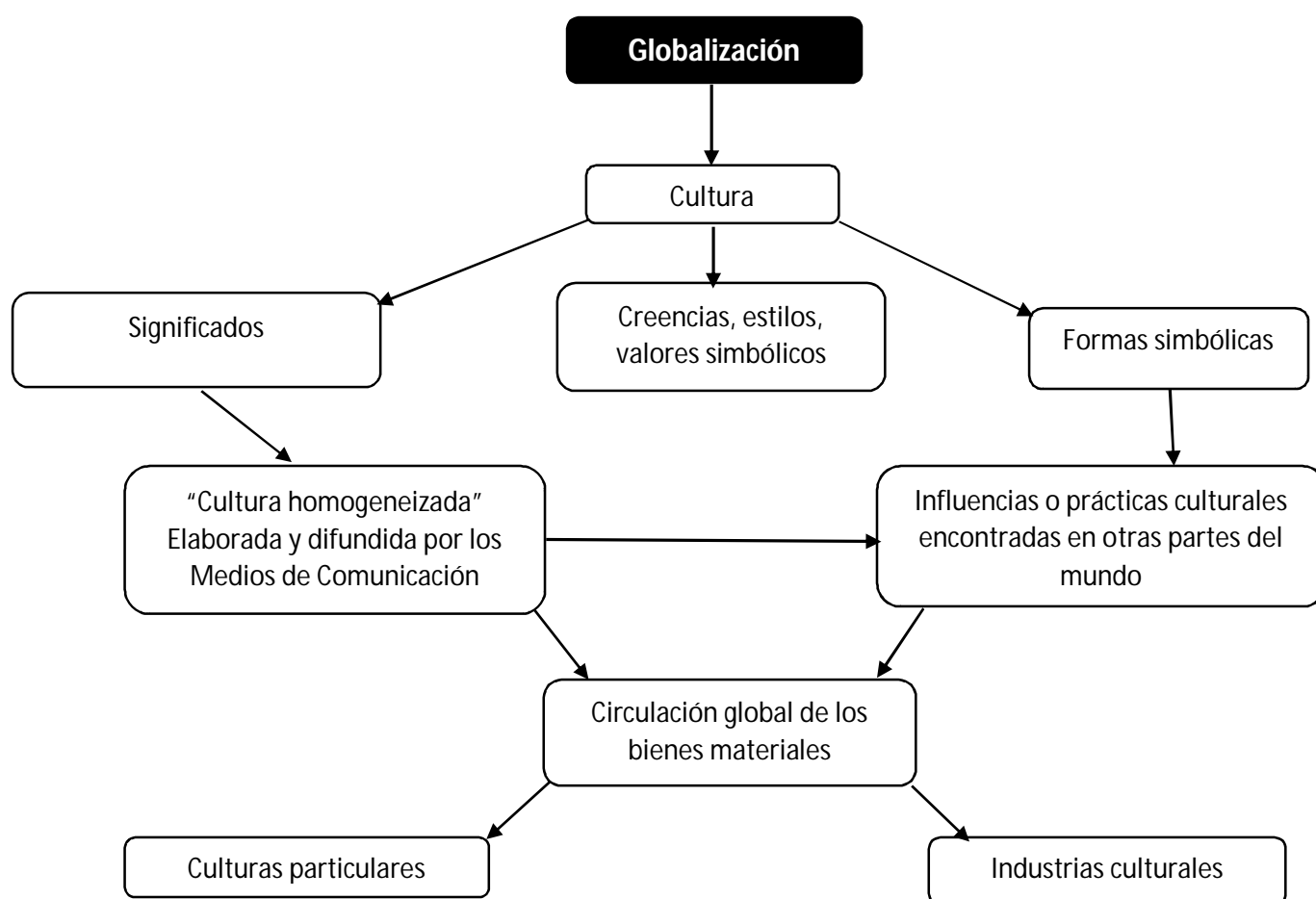
Es entonces que la comprensión de los estudios culturales sobre audiencias, consumo y recepción abonan a una comprensión integral en relación a la forma en que la cultura ha logrado habitar cada rincón de la vida social, y no solo de estas, sino también de algunos

procesos económicos y políticos presentes en la discusión de la concepción de las industrias culturales, de qué manera estas han influenciado y esparcido un espíritu de hibridación entre distintas culturas y las conexiones que se han realizado a partir de estos procesos de socialización.

2.11 Una aproximación al concepto de industria cultural y consumo cultural.

La conformación cultural de la música es sólo el principio de una serie de perspectivas desde las que puede ser analizado este tema: la cultura no sólo es una forma de identidad, sino también generadora de riqueza (Gutiérrez, 2007: 227)

Mapa conceptual 1. Para entender las Industrias Culturales



Fuente: Elaboración propia a partir del texto: “Culturas particulares e industrias culturales en tiempos de la globalización”, en Giménez, Gilberto. “Culturas particulares e industrias culturales en tiempo de globalización (2007).Gilberto Giménez, *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO/CONACULTA, Pp. 239-264

Para García Canclini (2006), la globalización ha sido un factor determinante dentro de la producción cultural, tanto, que ha influido el entorno de las comunicaciones y en los estilos de consumo. Añade además, que este tipo de fusiones provocadas por la interacción de las mezclas simbólicas ha dado lugar no sólo al intercambio comercial y político, sino también a procesos de adaptación y conformación de identidades a través de lo que el individuo conoce y mantiene de su lugar de origen.

El impacto del consumo cultural puede ser apreciado a través de la marca que genera en la vida social y cultural. Los bienes se relacionan directamente con la interacción y la diferenciación social, el intercambio de información y la apropiación de los bienes.

En el entorno de las industrias culturales, la consecuencia en la forma de producción de los bienes materiales ha cambiado la manera de establecer las relaciones sociales en contextos marcados por la divergencia social. La herencia del término de industrias culturales desde la Escuela de Frankfurt las define como aquellas industrias encargadas de producir bienes culturales a través de las nuevas tecnologías, lo que permite hacer producción secuencial de manera rápida. (Énfasis agregado).

Adorno y Horkheimer hacen un especial énfasis a determinar que las lógicas capitalistas tienen gran influencia en los procesos de producción, consumo y apropiación de los bienes. De este modo los artículos estéticos —principalmente los artísticos— fueron llevados a un plano en el que el valor estético representado en las lógicas mercantiles lo que permitió incorporar a la vida cotidiana nuevas formas de mirar los llamados “bienes culturales”: “un público ávido de entretenimiento consumía los objetos culturales, los destruía y los incorporaba a su metabolismo, como incorporaba cualquier otro bien comestible” (Luengo, 2006):

El término de la industria cultural —y del análisis de Adorno y Horkheimer— fue el consumo. Fue ésta la pretensión instrumental que la sociedad moderna impuso al arte. La industria cultural sometía a los objetos culturales a una necesidad social —producir para consumir, y consumir para seguir produciendo—, de modo que la cultura «permanecía esencialmente ligada a la premisa de la economía de mercado». En esta otra esfera del comercio social los objetos originariamente artísticos se transfiguraron en bienes de consumo. La finalidad eminentemente comercial vació a la obra de su significado espiritual, intrínseco. A partir de entonces debería ser valorada externamente en

función de su capacidad para generar beneficios. Los teóricos de Frankfurt prefiguraron así una aproximación extrínseca a la cultura popular. (Luengo, 2006, pp. 109)

Resulta interesante concebir la premisa “producir para consumo, y consumir para seguir produciendo”, ya que los bienes culturales fueron llevados a nuevas lógicas de utilización, las cuales, adoptadas por las industrias culturales y el modelo capitalista, se convirtieron en bienes de satisfacción para necesidades relacionadas con el entretenimiento. En un análisis mucho más profundo Adorno y Horkheimer, establecen una relación con la economía y la cultura llevada al plano social. Estos autores exponen que muchos de los bienes que se producen se encuentran condicionados por el sistema económico capitalista, pero además, los encargados de producir los contenidos y productos que están ofertados el mercado cultural ya realizaron un estudio del perfil de los consumidores, es decir, a qué tipo de público está dirigido cierto contenido o material. Dichas ideas también enfatizan que la producción de bienes o contenidos – en caso de los *mass medias*- cubren o satisfacen una serie de necesidades con productos *standar*, necesidades que han sido construidas culturalmente:

Las masas tienen lo que quieren y reclaman obstinadamente la ideología mediante la cual se las esclavizan. La funesta adhesión del pueblo al mal que se le hace llega incluso a anticipar la sabiduría de las presiones y supera el rigor de las Hays Office. (Adorno y Horkheimer, 1988: 8)

Si bien, Adorno y Horkheimer parecen radicales en su pensamiento, la realidad es que a través de sus ideas intentan explicar que los consumidores parecieran ser entes incapaces de reconocer el valor simbólico de los bienes y viven a expensas de lo que produzcan las industrias culturales.

No obstante, para Arias (2013), la recepción de las masas respecto a los bienes que circulan en el mercado cultural tiene que ver con una diversificación influenciada por la multiculturalidad, y aunque reconoce el establecimiento del consumo de bienes, este puede realizarse incluso sin que exista la calidad en la producción, artística y simbólica del bien:

Es con la cultura de masas cuando se hace relevante la participación de los productos culturales como mercancías susceptibles de comercialización. Esto, debido a la gran cantidad de personas con un nivel de vida medio, que exige un estatus para ser reconocida y hacerse acreedora de una gran

cantidad de cultura y por lo tanto del consumo de la misma, incluso sin tomar en cuenta su calidad artística. (Arias, 2013: 31)

Sin embargo, esta incapacidad de los consumidores de reconocer el valor estético de los bienes culturales también se ve reflejado en las razones que los motivan a adquirirlos, uno de ellos y el más importante está relacionado con algunas emociones, por ejemplo: el goce, la felicidad, la risa y el placer (*amusement*):

[...] impone presentar al consumidor todas las necesidades como si pudiesen ser satisfechas por la industria cultural, pero también organiza esas necesidades en forma tal que el consumidor aprenda a través de ellas que solo y siempre un eterno consumidor (sic), un objeto de la industria cultural. La industria cultural no solo le hace comprender que su engaño residiría en el cumplimiento de lo prometido, sino que además debe contentarse con lo que se ofrece. (AUTOR, 1988: 12)

Arias (2013), afirma que en países como Estados Unidos durante su conformación como Estado-Nación, tuvo lugar una múltiple y variada conformación de estilos de vida debido a la gran cantidad de inmigrantes que se encontraban habitando el país:

Es evidente que la gran mayoría realizó análisis profundos en el estudio de la conformación social de los Estados Unidos de Norteamérica, una nación integrada multiculturalmente y con características precisas que la ubicaron como referente de muchas otras naciones, por lo cual es de vital importancia entender su estructura y sus formas de organización, identificación y cultura. Esta americanización de la sociedad de masas se vio reflejada en los estilos de vida y la cultura desde distintos frentes, al prevalecer rasgos distintos que tienen que ver con el consumo, el arte y la comercialización de la cultura, así como las fórmulas de éxito y sus formas de interpretación (2013, 38)

Arias enfatiza que la cultura de masas y las estructuras sociales se encuentran dominadas en primer lugar por el poder capitalista; sin embargo, para Giménez (2007) la mejor forma para que las industrias culturales pongan en circulación los bienes que producen es a través de los medios de comunicación. Es entonces que explica la manera en que los bienes culturales son clasificados, principalmente como “recorded culture” (2007: 247) o “cultura grabada”, definida como productos culturales que pueden ser grabados, exportados, archivados y reproducidos a través de las nuevas tecnologías⁸.

⁸Giménez Explica que las “nuevas tecnologías” son todas aquellas que permiten la grabación y exportación de los archivos a través de fibras ópticas, cables, satélites, grabación numérica, informática, etc.

Si bien las industrias culturales no determinan la forma de consumo, pero permiten que los productos culturales sean distribuidos o reproducidos en lugares lejanos a su lugar de origen. La globalización ha sido un mecanismo capaz de excluir las limitaciones espacio temporales y que los productos se mantengan en una constante interacción entre el presente y el pasado.

Los usos de las nuevas tecnologías por parte de los consumidores remite al enfoque antropológico de Douglas e Isherwood (1990), quienes afirman que los consumos se dan a través de tres vínculos principalmente: 1) mediante la vinculación tecnológica y la red de relaciones que construyen; 2) la interacción social favorecida por el gasto o consumo que propicia el intercambio social; y 3) el acceso a los servicios, este tipo de consumo al tiempo que construye relaciones sociales, permite que el capital económico se mantenga en movimiento. (Terrero, 2006).

Terrero (2006) explica que la demanda de bienes y servicios permite: “ampliar el poder, el rango o el privilegio, nivel en el que el consumo es en definitiva manifestación del poder y la desigualdad social [...] plantea que más allá del valor del uso y el valor de cambio de las cosas, éstas poseen valor simbólico, establecen sentido, jerarquías culturales, rasgos de distinción y diferenciación social”. (209)

A pesar de que el uso del término “consumo” tiene una enorme carga económica, para las disciplinas que forman parte de las Ciencias Sociales, la explicación económica es limitada para exponer la recepción y apropiación, así como los estudios de audiencia y uso de los bienes culturales.

2.4 La industria musical como industria cultural y sus recientes transformaciones

Si bien la industria musical ha crecido considerablemente desde que es posible grabar las melodías y reproducirlas a partir de dispositivos tecnológicos, estas industrias han sido obligadas a la búsqueda de alternativas compatibles con los cambios sociales y tecnológicos que permitan su vigencia actual en y que tengan cabida en las transformaciones tecnológicas dentro del mercado.

El estudio de la relación existente entre las industrias culturales y el consumo cultural es favorable para comprender la manera en que tienen lugar las distinciones sociales y

simbólicas entre los grupos dentro de la sociedad, por otra parte, esta relación es capaz de diluir las barreras sociales establecidas por la adquisición y uso de los bienes. Para Featherston (2006) los términos de Estilos de Vida y Gusto están directamente relacionados con los sectores sociales y el perfil del consumidor, ya que desde su perspectiva los bienes funcionan como instrumentos de lucha entre los grupos sociales.

Se subraya que el consumo cultural como fenómeno de estudio integra una amplia gama de particularidades, ya que dentro de su esfera se integran problemáticas de tipo económicas, que al mismo tiempo constituyen como dinámicas socioculturales que definen el valor simbólico de los productos otorgados por cada grupo. Dichas dinámicas son las que prevalecen para el campo de la Comunicación respecto al estudio del valor de los bienes:

el consumo se ha instalado como referente obligado en casi todo proyecto que intenta verificar la vigencia sociocultural de los medios, los usos, y consumos culturales y la presencia de lo mediático(sic) en la culturales(sic) y la presencia de lo mediático en la cultural actual (Terrero, 2006, 211)

Las industrias culturales son una fuente de creación de productos culturales que pueden verse reflejados en la industria del vestido, alimentación, muebles, etc. Con respecto a lo anterior, puede señalarse que desde los años noventa del siglo XX, la industria musical (o fonográfica) dio cuenta que a través del uso de desarrollos tecnológicos, tales como el Internet.

Por lo tanto su propósito se dirigió a: “desarrollar personalidades que puedan ser comunicadas a través de múltiples medios, grabaciones, videos, películas, televisión, revistas, libros, y mediante la publicidad, el endosamiento de productos y el patrocinio de bienes de consumo” (Yúdice, 1999: 116) lo que trajo como consecuencia que la música se convirtiera en un elemento rentable, además de que el proceso de expansión de los mercados originó que esta se convirtiera en una fuente de entretenimiento y ocio.

2.5 Propuesta teórico metodológica para entender el consumo cultural de música gruper. Enfoques de estudio a partir de la Economía, Antropología y la Comunicación.

Los estudios de consumo han sido abordados por una gran cantidad de disciplinas: economía, sociología, psicoanalíticas, psicosociales y antropología, sin embargo, dentro de todas estas y en relación al problema de estudio de la presente investigación, hay tres teorías que destacan: la primera está relacionada con la visión de la expansión de la producción capitalista de mercancías como consecuencia de la acumulación cultural material en la forma de bienes de consumo y de lugares de compra y consumo.

La segunda, es el enfoque sociológico y está relacionado con la obtención de status a partir del empleo de los bienes y la creación de vínculos y distinciones sociales, y; la tercera es la relación de los placeres emocionales que se crean a través del consumo, así como los sueños y deseos generados por los bienes. (Featherstone, 2001) Puede subrayarse de este modo que para el autor, al igual que García Canclini (2006), define el consumo cultural como una teoría alimentada de diversas perspectivas que no puede analizarse desde una sola visión.

Los Estudios Culturales británicos son los pioneros en las investigaciones relacionadas con el consumo cultural, que en gran medida influenciaron la construcción de las investigaciones realizadas en América Latina durante la década de los años noventa del siglo XX. Dentro de los primeros estudios británicos sobre consumo y audiencias, se identifican dos desplazamientos teórico-metodológicos:

- 1) La construcción discursiva del lector al proceso de decodificación o, lo que es lo mismo, del análisis de los lectores en los textos a los sujetos reales [...] Hall propuso la existencia de tres tipos y modalidades principales en la decodificación del discurso televisivo que correspondería a los lectores en términos de condicional social: “lectura dominante”, “lectura negociada”, “lectura oposicional”.
- 2) Proceso de decodificación al análisis del consumo, propuesto por Morley [el cual] indaga en las dinámicas del consumo televisivo considerando, primeramente, los contextos en los cuales ocurren los procesos de comunicación. (Sunkel, 2006:15-17)

Posteriormente, los estudios culturales latinoamericanos proponen sus propios enfoques teórico-metodológicos. El primero de estos enfoques es el que propone el estudio del *mensaje en tanto estructura ideológica a la recepción crítica*; el segundo es el que va de *las culturas populares al consumo*. El primer enfoque representa el entendimiento de los medios masivos de comunicación a partir de la “ideología de la dominación y la recepción

crítica” (poner referencia) y su objetivo era proporcionar al receptor las herramientas necesarias para conocer y comprender el mundo televisivo, no como un medio de comunicación, sino que el televidente tuviera la capacidad de analizar los mensajes transmitidos a través del televisor.

El segundo enfoque representa la incorporación de elementos comunicativos en el estudio de las culturas populares. La propuesta de Martín Barbero se orientó a hacer un análisis de la telenovela proveniente desde las *mediaciones*: “Explica el lugar en que se desarrollan las prácticas cotidianas que estructuran los usos sociales de la comunicación: la cotidianeidad familiar, las solidaridades vecinales y las amistad, la temporalidad social y la competencia cultural”. (Sunkel, 2006: 26)

Sin embargo, desde el segundo enfoque teórico-metodológico es posible reflexionar acerca de la orientación para entender las culturas populares: “articular las relaciones entre lo masivo y lo popular desde el punto de vista histórico, lo que suponía (sic) describir el pasaje de las culturas tradicionales a las culturas populares en las sociedades modernas y el lugar de los sujetos en esas transformaciones” (Sunkel, 2006: 21).

En los años noventa las investigaciones relacionadas con el Consumo Cultural en América Latina se convierten en una importante veta a explorar dentro de los estudios de comunicación, debido que a través de estos es posible entender los procesos de uso, apropiación de bienes y servicios, más allá de las lógicas económicas.

Para autores centrales en el campo de la Comunicación como García Canclini, los estudios sobre consumo están basados en cuatro teorías básicas para su entendimiento; en primer lugar, las llamadas “*teorías más sofisticadas*”, conectadas a: “el comportamiento de los consumidores con las relaciones entre precios y salarios, con la inflación, las leyes de expansión y contracción de los mercados” (77). En segundo lugar, las teorías sobre consumo desde la Antropología (Douglas e Isherwood), en tercer lugar, la Sociología (Bourdieu) y finalmente, en cuarto lugar, las Ciencias de la Comunicación (García, Barbero (2006), Orozco (1996), Sunkel (2006) y los Estudios culturales de audiencias y recepción.

Lo anterior implica centrar al ciudadano –*consumidor*– como la pieza clave y central para comprender el consumo como: *el conjunto de procesos de apropiación y usos de*

productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica. (García Canclini, 1993: 24) (Énfasis agregado)

La satisfacción de las necesidades básicas, las cuales se encuentran socialmente construidas dentro de un contexto específico, establecen que los bienes poseen un valor simbólicos por sobre su valor de uso:

Lo que llamamos necesidades –aun las de mayor base biológica- surgen en sus diversas presentaciones culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y de la elaboración psicosocial de los deseos. La clase, la etnia, o el grupo al que pertenecemos nos acostumbra a necesitar tales objetos y apropiarlos de cierta manera. (García Canclini, 1992: 2)

Aunado a ello, explica que las formas de consumo son diferentes respecto a la escala social al igual que los escenarios donde las personas adquieren ciertos productos, un ejemplo de ello, la música:

En la ciudad de México hallamos grupos bien diferenciados entre los consumidores. Para hablar únicamente de las preferencias musicales, es entre las personas con más edad y menor nivel escolar dónde aparece el mayor número de seguidores de las canciones tropicales y rancheras, la música clásica y el jazz atraen, sobre todo, a los profesionales de edad media y los estudiantes más avanzados, el rock a los jóvenes y adolescentes. Las personas van quedando ubicadas en ciertos gustos musicales y en modos divergentes de elaboración sensible según las brechas generacionales, las distancias económicas y educativas. (1)

Bourdieu (2012) explica tres modos básicos de producción de bienes: el burgués, el medio y el popular, los cuales también se encuentran diferenciados por los públicos: burguesía, clases medias y clases populares. La diferencia entre estos modos radica principalmente en el poder adquisitivo, la oferta de productos, modos de uso y apropiación por parte de los sujetos involucrados.

Desde la perspectiva de Bourdieu (1984), la sociedad capitalista, las políticas internacionales y la globalización han influenciado la distribución de los bienes materiales y simbólicos en las sociedades contemporáneas, en ese sentido, el autor propone una clasificación de realizaciones estéticas de acuerdo a la escala social:

- a) *Estética burguesa*: es el gusto influenciado por las elites, el cual es definido por la “disposición estética” y “competencia artística”. Esto está relacionado con el desciframiento de códigos y la apropiación, uso y significación dado a los bienes circulantes en el mercado simbólico.
- b) *Estética de los sectores medios*: constituida a partir de las industrias culturales. La diferencia de esta estética frente a la estética burguesa es que las lógicas de producción están determinadas por el mercado. El posicionamiento de los productos busca la mayor posibilidad de rentabilidad, sin embargo la transacción de los productos culturales se realiza de manera inmediata.
- c) *Estética popular*: de alguna forma gobernada por los limitados recursos económicos, además del desconocimiento de los bienes simbólicos “sofisticados”. Las necesidades se reducen a satisfacer necesidades “básicas”, sin embargo existen intentos porque los bienes materiales desarrollen un grado de sofisticación similar a los de la estética burguesa.

La forma de entender los modos de producción y consumo desde la visión de Bourdieu (2012) es retomada por García Canclini (1990) sosteniendo que el mercado de los bienes simbólicos y el acceso al mismo parte de la distinción de los gustos entre las clases y los tipos de Estéticas explicados anteriormente. Desde el concepto de *Habitus* es posible reconocer las estructuras interiorizadas de cada individuo que es completado por un proceso generador de prácticas, percepción, pensamiento y acción que finalmente conducen a una coherencia con las prácticas realizadas por un grupo social específico.

Sin embargo, la visión de consumo desde los Estudios culturales comprende ciertas limitaciones determinadas por sus propias bases teóricas. La primera está relacionada con el uso y comercialización de los bienes a partir de las industrias culturales y su masificación en el contexto de la globalización.

Así García Canclini (2006) coloca la confusión generada de los términos consumo, “consumismo” y “sociedad del consumo”; la segunda sitúa a las clases medias y populares como incapaces de reconocer el valor simbólico de los productos y dejarse llevar por la publicidad que los lleva a adquirir bienes innecesarios; y, tercero, relacionado a la primera limitación que radica en la confusión entre en el término “consumismo” y consumo que

dificulta la reflexión de la cultura presente en los bienes materiales que se ven rebasados por el poder político y económico.

García Canclini (2009) afirma que no existe una teoría sociocultural del consumo ya que, los estudios de Comunicación inscritos en esta línea de investigación trabajan con mayor profundidad los procesos comunicativos y de recepción de los bienes simbólicos. El proceso de circulación de los bienes permite recurrir a un ciclo de producción y reproducción social, dentro de este ciclo, disciplinas como la antropología y la sociología permiten definir el consumo como una “racionalidad sociopolítica interactiva”. Esto es explicado por García Canclini (2009) como los procesos de disputa entre los grupos sociales, los cuales se distinguen por la expansión educacional, las innovaciones tecnológicas y la moda.

El consumo permite entender el mundo de los bienes y su influencia social a partir las prácticas sociales de apropiación y uso de los mismos. Featherston (2001) explica que la conducción de un entendimiento de la dimensión cultural a través de la economía, poniendo especial atención en que los bienes materiales están cargados de una apreciación simbólica otorgada por los individuos. Esto nos lleva a considerar tres elementos base: la cultura, la economía y la sociedad dentro de los estudio de consumo. Sunkel (2006) refuerza la idea de considerar el Consumo Cultural como *productor de sentido*, simbolizando una lucha entre el uso de los bienes que no se limita a la obtención de los mismos.

Como ha sido posible apreciar en la anterior revisión, son diversos los autores que han trabajado sobre el tema de consumo y consumo cultural; la distinción de estos términos permite “liberarlo” de las lógicas económicas presentes en el término. A pesar de que la mayor parte de los autores reflexiona la esfera del consumo como un proceso de distinción y diferenciación, esta distinción en algún punto se diluye, ya que los bienes permiten construir sentido y significados comunes entre quienes los consumen, es decir, que aunque algunos bienes resulten inalcanzables para ciertos grupos, la realidad es que el grupo que no tiene acceso al mismo, conoce y entiende el significado sociocultural de dicho bien frente a la diferenciación que este mismo provoca.

2.6 El Consumo Cultural entendido desde el concepto de gusto. Una propuesta para el análisis a partir de Bordieu.

A través de la teoría sociológica de Bourdieu es posible determinar aspectos relevantes relacionados con el consumo cultural. Esta relación implica una serie de conceptos que el autor subraya para explicar cómo el consumo persiste más allá de una simple apropiación de bienes.

Bourdieu (2010) define el consumo como una etapa del proceso comunicativo; dentro de esta etapa hay una serie de *decodificaciones*, las cuales son resueltas o descifradas en función de las habilidades y capacidades aprendidas. Dichas habilidades son adquiridas de tres maneras: las prácticas culturales, la educación y el origen social:

Contra la ideología carismática que se considera los gustos en materia de cultura legítima como un don de la naturaleza, la observación científica muestra que las necesidades culturales son producto de la educación: la investigación establece que todas las prácticas culturales (frecuentación de museos, conciertos, exposiciones, lectura, etc.) y las preferencias correspondientes (escritores, pintores o músicos preferidos, por ejemplo) están estrechamente ligadas al nivel de instrucción (evaluado según el título escolar o el número de años de estudio), y, en segundo lugar, el origen social. (231)

Se explica que dentro de esta mezcla de capacidades y aprendizajes, el consumo representa una percepción de lo aprendido. Bourdieu explica que reconocer el placer al ver una obra –o cualquier bien cultural- hay una serie de códigos que son descifrados y que finalmente son reconocidos a través del gusto.

El consumo es, en este caso, un momento de un proceso de comunicación, es decir, un acto de desciframiento, de decodificación, que supone el dominio práctico o explícito de una cifra o un código. (Bourdieu, 2010, 232)

De manera contraria también sucede con los objetos que no nos resultan agradables, esto sucede debido a que la propia condición cultural es puesta en práctica, y si los códigos no resultan familiares o descifrables sino ajenos el resultado es otro: “El espectador desprovisto del código específico se siente sumergido, “ahogado” delante de lo que parece como un caos de sonidos y de ritmos, de colores o de líneas sin rima ni razón” (Bourdieu, 2010, 233)

Así mismo, la estrecha relación existente entre el Consumo Cultural y el Gusto no es un hecho al azar, reiteradamente se anuncia que las necesidades culturales provienen de: las prácticas culturales, la educación y el origen social, estas definen la forma en que se apropiaran los bienes por parte los individuos y sí es que esto sucederá:

Contra la ideología carismática que se considera los gustos en materia de cultura legítima como un don de la naturaleza, la observación científica muestra que las necesidades culturales son producto de la educación: la investigación establece que todas las prácticas culturales (frecuentación de museos, conciertos, exposiciones, lectura, etc.) y las preferencias correspondientes (escritores, pintores o músicos preferidos, por ejemplo) están estrechamente ligadas al nivel de instrucción (evaluado según el título escolar o el número de años de estudio), y, en segundo lugar, el origen social. (Bourdieu, 2010, 231)

Bourdieu (2010) explica que estos tres elementos conforman las necesidades culturales, las cuales tienen un punto de encuentro y desencuentro, todo queda marcado a través de la “clase”. La manera de utilizar y apropiar los bienes queda plenamente reconocida a través de los procesos culturales, escolares y familiares de lo que ha sido objeto el individuo.

La necesidad impone un gusto de necesidad que implica una forma de adaptación a la necesidad y, con ello, de aceptación de lo necesario, de resignación a lo inevitable, disposición profunda que de ninguna manera es incompatible con una intención revolucionaria, aun cuando siempre confiere a esta una modalidad que no es la de las rebeliones intelectuales o de artistas. La clase social no se define solo por una posición de las relaciones de producción, sino también por el *habitus*⁹ de clase que “normalmente” (es decir, con una fuerte probabilidad) se encuentra asociado a esta posición. (2012, 441)

Las necesidades culturales y el círculo en la que estas se forman tienden a explicar por qué la conformación del gusto. Se explica que tanto el Gusto como el Consumo Cultural

⁹El *Habitus* es tanto el elemento generador de la práctica, como el factor primordial de la reproducción cultural o simbólica. Este se define como *un sistema de disposiciones durables y transferibles –estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye producir.* (P. Bordieu (2012). *La Distinción*. México: editorial Taurus, pp. 64.

comienzan dentro de una transgresión de la estética. Es decir, el consumo cultural no solo está presente en la estética o las obras de arte. Este concepto se encuentra inmerso en la alimentación, la música, la fiesta popular, etc., y cada uno de estos tiene sus propias estructuras de lo que se considera con calidad.

[En lo que respecto a la alimentación]...la antítesis entre la cantidad y la calidad, la comilona y los platos pequeños, la materias y las maneras, la sustancia y la forma o las formas, recubre la oposición, ligada a distancias desiguales respecto de la necesitada, entre el gusto de necesidad –aspectos nutritivos y económicos-, y el gusto de libertad –el lujo-. (Bourdieu, 2010, 239)

Si bien, algunas de las elecciones están basadas en pensamientos más enfocados a la racionalidad, algunos otros surgen del placer. Bourdieu (2012) toma referencia de la estética científica de Kant y su diferenciación entre el “gusto de los sentidos” y el “gusto de reflexión”. La apreciación del gusto no solo surge de las necesidades sino de una serie de percepciones que están relacionadas con el contexto cultural y que finalmente son agrupadas en una sola categoría. Se entiende entonces que, las categorías de: el placer fácil, el placer sensible reducido a un placer de los sentidos, el placer puro, el placer depurado de placer son definidas por Bourdieu (2010) como parte de la naturaleza humana.

Esta división o apreciación está relacionada con la negación hacia lo que se considera vulgar o grosero, y que representa a los otros en el sentido más estricto. Esta condición se da a través de la diferencia social, en la que considero, es la última etapa del proceso del consumo, ya que es la etapa en la cual la diferencia se da de manera total y sin algún tipo de reparo:

La ciencia del gusto y del consumo cultural comienza por una transgresión que no tiene nada de estética: en efecto, anula la frontera sagrada que hace de la cultura legítima un universo separado para descubrir las relaciones inteligibles que unen “elecciones” en apariencia inconmensurables como las preferencias en materia de música y de cocina, de pintura y deporte, de literatura y peluquería.

2.7 Pensando el Consumo desde un enfoque sociocultural

La comprensión del consumo parte del enfoque antropológico, desde el cual se abstraen las normas surgidas a través de la convivencia y los conflictos entre los grupos sociales. Douglas

e Isherwood (1979) precisan el consumo como: “[...] las decisiones relativas al consumo se convierten en la fuente vital de la cultura del momento [...] el consumo es por antonomasia, la arena en donde la cultura es motivo de disputas y remodelaciones”. (71-72) Esta definición incorporada desde la teoría económica, destaca la importancia tanto de las mercancías como de los significados, y enfatiza que estos últimos no se encuentran estáticos.

Esta definición proporciona a García Canclini los elementos necesarios para la construcción del modelo de **consumo como un proceso ritual**. Desde la antropología, la elección de los bienes evidentemente está cargada de deseo en primer momento, para pasar a un proceso en el que se convierte en un bien *necesario* lleno de carga simbólica.

Mata (1997) es otro autor que incorpora elementos de la teoría antropológica que finalmente construye el consumo como **un sistema de integración y comunicación**¹⁰, en este es posible entender que no siempre la apropiación de los bienes materiales excluye a los individuos, sino que es apto para originar la sociabilidad y suscitar un intercambio de significados que aprueba la distinción a través de los bienes:

El consumo de cualquier tipo de bienes como una *práctica cultural* en tanto las mercancías –además de sus aspectos estrictamente económicos y su funcionalidad para satisfacer necesidades- “*sirven para pensar*”, son “medios no verbales” de la facultad creativa del género humano. En esa comprensión, el consumo es uno de los rituales empleados para sacar a la luz “las defunciones públicas”, “para fijar significados” colectivos, para “construir un universo inteligible” con los bienes que se eligen, para registrar “diferentes temporalidades” para establecer “modelos de discriminación” [...]. De ahí que el *consumo* puede entenderse como *espacio de comunicación* entre los individuos: una actividad social que les permite “compartir nombres” esto es, situarse en determinadas series culturales por lo cual toda elección entre mercancías es el resultado de, y contribuye a, la cultura. (1997,17)

Estas definiciones nos permiten incorporar elementos culturales, marcados por el contexto donde se apropian los bienes. Estos poseen significados atribuidos por los consumidores quienes al mismo tiempo los utilizan como un medio de interacción para

¹⁰ Modelo incluido en la propuesta teórica de García Canclini.

la construcción de relaciones sociales, y posicionamiento social frente al uso de los bienes.

Para García Canclini (2009), las teorías retomadas para entender el consumo o lo que es conocido como la *racionalidad económica* explican que el consumo es el último eslabón que integra la gran cadena de la del expansión capital, se generan productos, se realizan la expansión del capital y se reproduce la fuerza de trabajo, sin embargo, el consumo cultural comprende que el ciclo de producción y reproducción social no concluye en el consumo mismo, sino que teorías mucho más complejas –como la sociológica y la antropológica- delatan que este proceso distingue la forma en que se adoptan los bienes, los significados dados y la incorporación:

La racionalidad sociopolítica interactiva [...] cuando miramos la proliferación de objetos y de marcas, de redes comunicacionales y de accesos al consumo, desde la perspectiva de los movimientos de consumidores y de sus demandas, advertimos que también intervienen en estos procesos las reglas –móviles- de la distinción entre los grupos, de la expansión educacional, las innovaciones tecnológicas y de la moda. (García, Canclini, 2009:60)

Considero que una de las principales propuestas de Garcia Canclini radica en reconocer y dotar a los consumidores de agencia para que estos no sean solo consumidores, sino ciudadanos. De hecho, el autor hace una propuesta para que esto “pueda articular como un ejercicio reflexivo”:

- a) Una oferta vasta y diversificada de bienes y mensajes representativos de la variedad internacional de los mercados, de acceso fácil y equitativo para las mayorías;
- b) Información multidireccional y confiable acerca de la calidad de los productos, con control efectivamente ejercido por parte de los consumidores y capacidad de refutar las pretensiones y seducciones de la propaganda;
- c) La participación democrática de los principales, sectores de la sociedad civil en las decisiones del orden material, simbólico, jurídico y político donde se originan los consumos: desde la habilitación sanitaria de los alimentos hasta las concesiones de frecuencias radiales y televisivas, desde el juzgamiento de los especuladores que ocultan productos de primera necesidad hasta los que administran informaciones claves para tomar decisiones. (García Canclini, 2009: 68-69)

A partir de estos tres puntos, según el autor, los consumidores adoptan una postura más democrática respecto a los bienes ofertados, donde se queda fuera aquel pensamiento de los

arrebatos compulsivos por adquirir bienes, sino que entran nuevos razonamientos y posicionamientos para usar o no un producto, y lo que implica y significa hacer uso de él.

2.8 Seis modelos de consumo cultural a partir de la teoría de García Canclini.

Entendimiento del consumo desde dos conceptos: el consumo como espacio de diferenciación social y distinción simbólica

García Canclini (1993,2006) propone seis modelos para el entendimiento del consumo como un proceso de producción, circulación y consumo. Este término remite directamente a una función económica, sin embargo, dentro de las Ciencias Sociales permite repensar las relaciones surgidas por parte de los productores y los consumidores. El autor explica que la teoría económica resulta insuficiente para analizar las dimensiones simbólicas, es decir, la recepción, apropiación, audiencias o usos. Los modelos de la teoría del consumo que propone el autor son los siguientes:

Modelo 1. El consumo es el lugar de reproducción de las fuerza de trabajo y de expansión de capital.

La teoría económica interviene en la forma que las clases elites propician el consumo de la clase trabajadora. La clase elite dicta cuales son las necesidades a satisfacer y cuales bienes resultan obsoletos, requiriendo ser sustituidos por otros. En este modelo el autor declara la diferencia entre las necesidades naturales y artificiales, moldeadas en función de los intereses de las clases elites: “conduce a analizar los procedimientos a través de los cuales el capital, o ‘las clases dominantes’ provocan las denominadas necesidades *artificiales* y establecen modos de satisfacerlas en función de sus intereses” (2006, 81). Estas necesidades son construidas y condicionadas por el contexto sociocultural.

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

Este modelo propone que el consumo de los bienes no está condicionado por el acceso sino por la forma de hacer uso de ellos. “el consumo como un canal de imposiciones verticales, pasamos a considerarlo un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo”. (García, 2006, 82).

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

García Canclino (2006) parte de entender que el consumo marca las diferencias y desigualdades entre los ciudadanos. La diferencia no está en la oferta de bienes que pueden adquirirse, sino en la forma de hacer uso de ellos. El valor simbólico va implícito en ello, y esto también está relacionado con el contexto. Sin embargo, estas diferencias marcan de igual forma a las clases sociales y las desigualdades económicas presentes.

Modelo 4. El consumo como sistema de integración y comunicación

Este propone que el consumo es una forma de comunicación e intercambio de significados, dejando de lado la diferenciación existente en el modelo anterior. “el consumo puede ser un escenario de integración y comunicación” (84) a través de las prácticas cotidianas. Estas prácticas permiten la construcción de vínculos e interacciones, consecuencia del intercambio de significados a través del consumo.

Modelo 5. El consumo como escenario de objetivación de los deseos.

Explica el deseo como una pieza fundamental en el proceso del consumo. “el deseo no puede ser ignorado cuando se analizan las formas de consumir. Tampoco la dificultad de insertar esta cuestión en el estudio social nos disculpa de omitir, en el examen del consumo, un ingrediente tan utilizado para el diseño la producción y la publicidad de los objetos, que juega un papel insoslayable en la configuración semiótica de las relaciones sociales” (García, 2006: 86)

Modelo 6. El consumo como proceso ritual.

Antes de consumir hay procesos claves en la elección de los bienes. Cuando se compra y utiliza un bien, se satisface una necesidad o deseo pero también se dota de significados. “los rituales funcionan como las definiciones públicas de lo que resulta valioso. Pero los rituales más eficaces utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan”. (García Canclini, 2006, 87)

García Canclini (1993) explica que ninguno de estos modelos es autosuficiente para expresar el proceso del consumo cultural, al igual que sucede con la teoría económica para

responder la apropiación simbólica de los bienes. Los modelos propuestos contribuyen al entendimiento de cualquier tipo de consumo, sin embargo especifica que los consumos culturales tienen una particularidad desprendida de los actos simbólicos, estos actos se encuentran relacionados con los sectores sociales y la educación que perfilan la clase de públicos y consumo para cada bien.

La particularidad de los *productos culturales* es que su valor de uso y cambio permite que exista la circulación del capital, sin embargo, el valor simbólico implícito en los bienes materiales permite destacar la *dimensión cultural*. Es entonces que el **Consumo Cultural** es definido como: “*El conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos último se configuran subordinadas a la dimensión simbólica*”. (García Canclini, 1993: 34)

Esta definición incluye toda clase de bienes, desde aquellos relaciones con la dimensión más “alta, por ejemplo los bienes que circulan en los museos hasta los que provienen de la creación de las industrias culturales: televisión. Finalmente, estas formas de segregación de los bienes, así como de quienes los adquieren, propicia la diferenciación y desigualdades sociales reflejadas en las formas de consumo.

Conclusión:

En este capítulo se analizaron las diferentes perspectivas desde las cuales puede ser estudiado el concepto del Consumo Cultural. Además, se hizo una contextualización de los Estudios Culturales, así como los de Audiencias y Recepción. Esto permitió ubicar el enfoque de la presente investigación desde la propuesta teórica del García Canclini para entender el Consumo Cultural desde una visión sociocultural y de la Comunicación, de ahí surge el enfoque teórico de este estudio partiendo del modelo 3. Titulado: el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.

En el siguiente apartado se podrá encontrar el enfoque metodológico del presente estudio, así como las técnicas y herramientas utilizadas para la recolección de información.

CAPÍTULO 3: Marco metodológico. Plan de obtención de datos, procesamiento y sistematización de información.

En este capítulo se presenta una recopilación de las diversas etapas del trabajo de campo realizado para la presente investigación. Se ahonda específicamente en el enfoque metodológico, así como las herramientas y técnicas que facilitaron la recolección de información.

Se explica el porqué de las técnicas elegidas, desde que perspectiva se abordan y cuáles son los resultados que se esperan. Se añaden los guiones utilizados para la recogida de la información. Finalmente, se agrega un cuadro que explica el surgimiento de las categorías de análisis a partir del enfoque teórico y los observables de cada uno de estas.

3.1 Enfoque metodológico

La aplicación del enfoque cualitativo en las ciencias sociales ha permitido reconocer un campo de acercamiento hacia lo empírico; para Flick (2007), este enfoque concede una aproximación en la localización de características locales, temporales, situacionales, estilos de vida y patrones de interpretación en la vida moderna.

Tanto la psicología como las ciencias sociales se han preocupado porque este enfoque permita reconocer principios metodológicos que respondan a las exigencias de cientificidad pero que al mismo tiempo permitan una planificación invariable del proyecto de investigación. Uno de los principales propósitos de este enfoque es:

Aislar claramente las causas y los efectos, operacionalizar adecuadamente las relaciones teóricas, medir y cuantificar los fenómenos, crear diseños de investigación que permitan la generalización de los hallazgos y formular leyes generales. (Flick, 2007: 16)

Esto permite crear o elegir un diseño teórico y metodológico que apruebe y cumpla con los estándares académicos y que consecuentemente facilite el desarrollo de la investigación, reconociendo los alcances y limitaciones de las herramientas proporcionadas por el enfoque. Aunado a ello, permite a otros tener acceso a las bases que llevaron a ciertos resultados en el proceso de exploración.

3.2 Descripción del proyecto de investigación en lo que respecta al marco metodológico

Como se ha expuesto en otros apartados, el estudio del Consumo Cultural de música grupera en sujetos radicados en el municipio de Zapopan, Jalisco es el objetivo central de esta investigación, y se realiza a partir de las perspectivas teóricas aportadas por García Canclini (1993).

Se parte de un proceso de acercamiento con quienes mantienen una cercanía con el movimiento musical y los productos que de él se derivan, tales como conciertos, bailes, lugares con temáticas similares (bares/ “antro banda bar”), compra de discos o música en diversos formatos, formas de vestir, así como el consumo a través de la escucha de la radio y de canales de televisión.

La anterior explicación pone de manifiesto las diversas temáticas que ocupan a la música grupera y que en este trabajo se buscan poner al “descubierto”. Es de destacar que este movimiento musical representa uno de los más beneficiosos en la escena musical en la actualidad de México, ya que existen una gran cantidad de elementos que proporcionan a este trabajo pistas para comprender de qué manera se lleva a cabo el consumo de tanto de música grupera así como de productos relativos a la misma, es decir, más allá de las formas de consumo que pueden ser reducidas a números y estadísticas, resulta importante conocer y reconocer de qué manera se hace uso de esos productos en una dimensión sociocultural.

Una primera etapa del trabajo de campo estuvo compuesta por el acercamiento a campo a través de fuentes de internet, radio y televisión, así como la delimitación del objeto de estudio que permitió definir a los sujetos de estudio. Durante la segunda etapa se realizaron los ejercicios de observación y la realización de las entrevistas semiestructuradas.

Para realizar dicho trabajo de campo se realizaron instrumentos guías que permitieron tener un acercamiento a la dimensión empírica del objeto (no trabajas propiamente un “caso”) de estudio, se tuvo que trabajar conjuntamente con el ajuste al marco teórico. Esta parte fue primordial porque a través de esta se dio pie a la elección de los conceptos claves para la investigación así como las categorías de estudio.

3.3 Técnicas de recolección de información.

Las diferentes técnicas e instrumentos empleados para la obtención de información se escogieron estratégicamente, debido a que permitirían de manera general tener una visión de los cuatro niveles de consumo asociados a la música Gruper. La elección de los niveles surgió de la observación participante y entrevistas semiestructuradas.

3.3.1 Observación participante

La propuesta de Guber (2005) para definir el trabajo de campo, más allá del ámbito físico, se concentra en los actores y actividades, el investigador tendrá la habilidad de cruzar lo anterior con los elementos teóricos utilizados, así como el objetivo de la investigación. Para la antropología, la delimitación de ciertos escenarios y sujetos contribuye no sólo a la obtención de información, sino, como la autora mencionada señala, permite al investigador abrir, distorsionar o reconocer su mirada y el rumbo de la investigación.

No obstante, el investigador debe tener claro el abordaje teórico, ya que a través de este es que reconocerá al escenario y a los sujetos que a su vez, permitirán la aproximación a la respuesta planteada en la investigación. Sobre el diálogo, el trabajo de campo delimita el objeto de investigación, es decir, ir de lo plasmado en papel a lo “real”, aquello que probablemente el investigador sólo ve o busca encontrar mediante un activo diálogo.

Para Guber (2005) el objetivo principal de la observación participante ha sido identificar los contextos, las situaciones sociales y los actores clave. Esta técnica permite al investigador obtener información de manera directa y experimentar las actividades que se realizan en los escenarios planteados.

El interpretativismo sugiere que para que el investigador pueda acceder a las normas culturales y sociales de una determinada situación y lugar, debe experimentar dichas prácticas a través de la experiencia directa, “dar cuenta de esa cultura no es explicarla, sino comprenderla” (2005, 111). El investigador deberá desarrollar la capacidad de reflexionar acerca de sus propias subjetividades, nociones, actividades y ser crítico frente a ello para darle sentido a lo que está buscando.

Sin embargo, la observación trata de proporcionar al investigador una interacción directa con los miembros de un círculo social, además tratará de indagar en las subjetividades

de los individuos a los que estudia con la intención de interiorizar, a través de la explicación de los hechos observados, y la propia interacción con los sujetos investigación.

Spradley (1980) propone una guía de observación destacando ciertos aspectos importantes en los que el autor tendrá que elegir cuales corresponden o tienen mayor relevancia para la investigación. Esta guía sugiere una serie de preguntas que terminan relacionándose entre sí para determinar o poner mucha mayor atención en aspectos centrales: espacio, objeto, situación, tiempo, actor, meta, sentimiento.

Para esta técnica se han creado guiones de observaciones que permitieron registrar las actividades de acuerdo al marco teórico propuesto, cada guion de observación permitió un registro de información de acuerdo a la información que se requirió en lugares como conciertos y bares.

Se realizaron una serie de tomas fotográficas que contribuyeron a “guardar” la información en un registro visual; al igual se trabajó con archivos de video. Además de ello se realizó un tipo de observación en radio y televisión que permitió conocer las temáticas y canciones presentes en la programación.

Particularmente, en lo que respecta radio se hizo un seguimiento de la programación en tres estaciones de radio con frecuencia FM, particularmente las que difunden de manera más constante programación asociada a la música gruperá. Esta parte fue acabada con el ejercicio de observación de las páginas de Internet propias de cada una de las estaciones elegidas: las estaciones elegidas fueron 92.3 FM *Fiesta Mexicana*, 95.5 FM *La Mejor* y 97.1 FM *Ke Buena* que más adelante serán expuestas.

Para el caso de la televisión por cable, se eligió un canal completamente dedicado a este movimiento musical: *Bandamax*. La elección de este canal surgió a raíz del reconocimiento de la gran cantidad de programación afín al tema de estudio que se transmite; se trata de un canal que es parte de la empresa Televisa, por lo que parte de estos programas pueden ser vistos en señal abierta de televisión al menos para el estado de Jalisco a través del canal +*Vision* para televisión nacional y canal *Canal 4* para programación local. Este apartado y los instrumentos de observación generados serán presentados más adelante.

3.3.1.1 Instrumentos generados para la técnica de observación participante

Para la etapa inicial de obtención de información se realizó una descripción detallada en el que se incluyeron algunos mapas relativos a los lugares dónde, dentro del municipio de Zapopan, se están realizando eventos masivos relacionados con la Música Grupera, tanto públicos como privados. Este mapeo también sirvió para reconocer los principales lugares de consumo en el municipio ligados al concepto: **Antro Banda Bar**¹¹.

La técnica de observación participante se utilizó para eventos como conciertos y bailes y lo que corresponde a la temática antro banda bar. Para realizar este ejercicio fue necesario generar un guion de observación orientado al reconocimiento de las prácticas llevadas a cabo en estos espacios; así como la identificación de algunas de las formas de socialización ligadas a la música grupera por parte de los asistentes. Las primeras preguntas fueron más generales se h de manera general, por ejemplo:

- Dato de personas que se encuentran en el recinto
- Edades y géneros
- ¿Qué van a ver los asistentes?
- ¿Qué es lo que principalmente hacen?
- ¿Qué los motiva a ir más allá de ver al artista? (Para el caso de los conciertos)
- ¿Cómo se relacionan entre sí los asistentes?
- ¿Qué tipo de actividades realizan?
- Formas de convivencia (alcohol, fumar, comer, etc.)
- Forma de vestir
- ¿Cómo se preparan los asistentes para asistir al concierto? (o algún otro espacio asociado a la música grupera)

La sistematización de la observación se realizó a través de un diario de campo en el que técnicamente se respondieron las preguntas antes planteadas, también se hizo una descripción detallada del contexto y desarrollo del concierto. Se tomaron fotografías y videos durante el evento.

¹¹ Este tipo de lugares están orientados a presentar una oferta musical principalmente relacionada con la música de Banda y Norteña, aunque no excluyen algunos otros géneros musicales bailables, tales como la Tropical. Son espacios tipo bares que cada fin de semana abren sus puertas para presentar bandas locales que toquen música en vivo para todos los asistentes. Es común que se cobre una cuota llamada “cover” para que los asistentes puedan ingresar.

3.3.1.2 Observación participante en medios de comunicación estaciones de radio y televisión

En otro momento del trabajo de campo, se analizó la oferta musical realizada por algunas estaciones radio en el estado Jalisco. Debido a que las frecuencias son transmitidas en todo el estado, se decidió tomar únicamente tres estaciones radiales a partir del estudio de perfil de audiencias hecho por “Investigaciones de mercado” (INRA).

En los anexos 1, 2 y 3 se muestran algunos de los resultados obtenidos durante esta etapa. En este ejercicio de observaciones y con ayuda de las páginas de Internet de cada estación se hizo un cuadro de sistematización con el nombre del programa transmitido y un breve abstract del mismo para conocer las temáticas de cada uno de las transmisiones.

Lo que corresponde a televisión, solo se utilizó el canal Bandamax debido a ser el pionero en el concepto televisivo dedicado a la música grupera y porque es propiedad de la cadena televisiva: Televisa. Esto último es un punto de partida para explicar que aunque Bandamax es un canal de televisión de paga, dos de sus programas más importantes: “Las más picudas” y “Qué quiere la banda”, son transmitidos a través del canal local de Jalisco. Además, este último programa es producido en la ciudad de Guadalajara, Jalisco y transmitido todos los jueves en vivo por canal 4 TV.

La sistematización de esta información se organizó de tal manera que se permitiera explorar la oferta radial y televisiva en el municipio de Zapopan, y aunque se reconoce que la oferta es transmitida a nivel estatal, lo importante era identificar las funciones de los medios de comunicación en lo que respecta a la difusión de música grupera.

3.3.2 Entrevistas semiestructurada y entrevista a profundidad

De acuerdo con Guber (2005), las entrevistas antropológicas tienen la función de entrar a las significaciones hechas por los sujetos de estudio: sistemas de representación, nociones, ideas, creencias, valores, normas, criterios de adscripción, clasificación, entre otros. La gran variedad de este tipo de entrevistas proporciona la posibilidad de emplearla en diversos aspectos, investigaciones y disciplinas, no obstante, hay reglas básicas para emplearles, tales como el uso de un cuestionario previo proporcionado de igual y con las mismas características a cada entrevistado.

La entrevista antropológica, es un recurso usado por el positivismo para dar un rasgo de cientificismo a las investigaciones, la característica más sobresaliente en el uso de esta entrevista es la relación entre las preguntas y respuestas. (Guber, 2005). El investigador debe abordar manera cuidadosa las preguntas y por lo tanto el tratamiento de las respuestas hechas por los entrevistados, algunas pueden no parecer lógicas, sin embargo, por eso es importante el tratamiento previo al trabajo de campo.

Los marcos de referencia para la reflexión de las preguntas son parte de la flexibilidad con la que cuentan las entrevistas antropológicas, lo cual se deriva de situaciones contextuales, y las relaciones de perspectiva de los actores. Spradley (1980) afirma que para el desarrollo de una buena entrevista etnográfica hay que considerar dos puntos importantes: desarrollar una buena relación con los sujetos de estudio o a quienes se entrevista y, encontrar en las entrevistas los rasgos significativos que Guber ya había explicado.

Si bien, estas dos consideraciones son importantes para comenzar el desarrollo de este recurso, hay cuatro etapas que se desarrollan durante el proceso de relación explicadas a continuación:

- a) Aprehensión: durante la realización de la entrevista es “normal” que existan sentimientos aprensivos o incertidumbre por parte del entrevistado y entrevistador.
- b) Exploración: ya que se ha pasado la primera fase, la segunda etapa es que tanto el investigador como el sujeto de investigación se sientan mucho más cómodos.
- c) Cooperación: la cooperación es el paso en el cual el entrevistado toma mucha mayor confianza y ofrece al investigador datos o información que puede ser útil, información mucho más “profunda”.

3.3.2.1 Instrumentos generados para la técnica de entrevista semiestructurada y a profundidad

Con el propósito de conocer las subjetividades estrechamente ligadas a la música Grupera se realizaron ocho entrevistas. Debido al gran abanico que representa el gusto por la esta música se contempló que las edades de los individuos entrevistados oscilaran entre los 23 y 40 años, ya que esto representa un recorte temporal que facilita la identificación de algunos artistas y solistas presentes desde la década de los años noventa del siglo XX.

Este ejercicio se realizó a cinco mujeres y tres hombres, con niveles de escolaridad que van desde secundaria hasta licenciatura. Las preguntas generadoras tuvieron como intención iniciar un diálogo entre los participantes para así conocer algunas las formas en que llevan a cabo sus prácticas de consumo y los significados que el mismo tiene en relación a la música gruperá. Los guiones de entrevista estuvieron organizados de la siguiente manera:

**Cuadro 3. Primer instrumento de recolección de datos. Entrevista
semiestructurada**

<p>Año de nacimiento:</p> <p>Ocupación:</p> <p>Escolaridad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué música es la que te gusta? 2. ¿Desde cuándo te gusta esta música? 3. ¿Quién crees que te influenció en el gusto por la música gruperá? 4. ¿Cuáles o quiénes son tus artistas preferidos? ¿Has ido a algún concierto de él/ellos? ¿Podrías describirme cómo son? ¿son conciertos públicos o en los que tienes que pagar un boleto? 5. Describe tu primer recuerdo o acercamiento con ella (la música). 6. ¿Cuál es la música que NO te gusta? 7. ¿Cómo clasificarías la <i>música gruperá</i>? 8. ¿Qué estaciones de radio escuchas con más frecuencia? 9. ¿Cuántas horas al día escuchas música? ¿Qué clase de actividades realizas cuando la escuchas? 10. En televisión ¿qué tipo de canales o programas sintonizas para poder escuchar esta música? ¿lo haces por televisión abierta o de paga? 11. Cuando sales ¿qué tipo de lugares frecuentas, por ejemplo, bares, antros o bailes? ¿dónde se encuentran ubicados y cómo se llaman? 12. Describe cómo es que te vistes para acudir a ellos al igual que a los conciertos y bailes 13. En tus redes sociales ¿qué tipo de artistas sigues?
--

14. ¿qué tipo de publicaciones prefieres (fotos, comentarios, etc.)?

Las entrevistas realizadas con el primer guion arrojaron algunos datos importantes, sin embargo, la siguiente serie de preguntas tuvo como intención tener un acercamiento con los entrevistados respecto al autoreconocimiento y el reconocimiento del otro como parte de la estrategia para responder como el consumo distingue social y simbólicamente.

En el siguiente recuadro se muestran algunas de las que fueron las preguntas utilizadas para este proceso:

**Cuadro 4. Segundo instrumento de recolección de datos. Entrevista
semiestructurada**

1. A partir de tu propia experiencia ¿cómo crees que eres visto al exterior por aquellos a los que no les gusta la música gruperá? ¿Eso ha favorecido o afectado la forma de verte a ti mismo?
2. Si tú no fueras parte de esta música ¿cómo reconocerías a alguien que tiene gusto por ella? Y de igual forma ¿cómo reconocerías a alguien que no le gusta esta música, por ejemplo un rockero? ¿Cuáles crees que son las cosas que hacen la diferencia?
3. Si bien la forma de vestir es importante ya que nos permite reconocer posibles aspectos en la vida de las otras personas, ¿por qué los gruperos tienen una forma peculiar de vestir? ¿por qué es importante el uso de la texana o las botas? ¿Por qué es importante vestir de esa manera?
4. ¿Cuáles son los puntos de reunión importantes para escuchar esta música? ¿hay algo más que la música que permita reunirlos en un solo lugar?
5. Desde la familia y la educación ¿crees que estos aspectos influyen para que un género musical sea de tu gusto? ¿Dónde están ubicados?
6. Si esta música estuviera por desaparecer ¿cómo podrías decir qué es lo que más te gusta de esta música, por qué ha sido importante en tu vida y que conservarías?

3.4 Categorías y observables

La elección de las categorías de análisis y observables proviene directamente de la teoría utilizada. La elección de los conceptos y categorías surgieron del tercer modelo para entender el consumo cultural de García Canclini (1996), la agrupación de las categorías quedan reflejadas en el acercamiento con lo empírico.

En la siguiente tabla se sintetiza, de manera general, cuáles fueron las categorías y observables que condujeron a la realización de la etapa del trabajo de campo:

Cuadro 5. Categorías y observables

Teoría	Concepto	Categorías	Observables	
Consumo Cultural (N. García Canclini)	Diferencia social	Producción	Estaciones de radio en Guadalajara	- Programación de 92.3 <i>Fiesta Mexicana</i> - Programación de 95.5 <i>La Mejor</i> - Programación de 97.1 <i>La K Buena</i>
			Televisión	Programación de <i>Bandamax</i>
			Bares (Zapopan)	Prácticas de consumo e interacciones llevadas a cabo en <i>El Saloon</i>
		Uso/Apropiación	Consumidores	Hombres y mujeres de entre 18 y 35 años que radiquen en el municipio de Zapopan y que hayan acudido a bares y conciertos de artistas de Música grupera.
	Significación			
	Distinción simbólica	Diferenciación del otro	Consumidores	
Reconocimiento de los mismos				
Consumo Cultural y el Gusto (Pierre Bourdieu)	El Gusto	Prácticas culturales	Consumidores	Relatos de Hombres y mujeres de entre 18 y 35 años que radiquen en el municipio de Zapopan y que hayan acudido a bares y conciertos de artistas de Música grupera.
		Educación		
		Círculo familiar (origen)		

Fuente: Elaboración propia basado. García Canclini (1993). *El consumo cultura en México*. México, D.F: CONACULTA.

En la Tabla 2, se muestran los conceptos utilizados a partir del tercer modelo de consumo propuestos por García Canclini (1993). En este modelo sobresale la diferenciación

social y simbólica existente a partir del consumo de los bienes. La reflexión está relacionada con la apropiación y uso de bienes al igual que el reconocimiento propio y del otro a partir del consumo de la música gruperá.

Las categorías propuestas dan lugar a la reflexión sobre el discurso generado a partir del propio uso y apropiación de los bienes (la música) Esto ayudó a comprender la dimensión simbólica de los bienes, y por otra parte a jerarquizar los usos de dichos bienes. Esta jerarquización contribuye a destacar quienes la consumen y quienes no, cómo la consumen, además de definir los atributos sociales que son consecuencia de los usos sociales y del consumo.

3.4.1 Explicación de las categorías de análisis

Hay que señalar que cada una de estas categorías con que se trabajó, surgieron de la teoría propuesta para el estudio del fenómeno antes señalado, y es por ello que cada una de ellas tiene su definición a partir de esta visión que las complementa y que para casos prácticos, permite que tener un panorama explicativo que permita entender los resultados y conclusiones de esta investigación:

Producción: Esta categoría se relaciona principalmente con la generación de bienes ofertados y creados por las industrias culturales, estos bienes se colocan en la esfera social a través de medios de comunicación, internet, principalmente. Estos bienes son consumidos y están ligados a la industria de la música gruperá, por ejemplo: medios de comunicación masiva radio y tv, conciertos, consumo de música a través de plataformas digitales, discos e inclusive casetes.

Esta categoría resulta importante porque la oferta para el consumo desde el punto de vista económico nos remite a reflexionar acerca de los bienes que resultan importantes o interesante para la adquisición y disfrute de los ciudadanos. Más que una categoría cercana a la parte de la creación musical, nos interesa observar la cantidad de bienes que se encuentran exhibidos –que de por si son muchos- nos hemos enfocado en tres que resultan los más cercanos a los sujetos y que resultan también parte de su vida cotidiana (ver televisión, sintonizar una estación de radio, comprar un disco, ir a un concierto), parte de esto es también el consumo cultural desde el punto de vista de García Canclini.

Uso: la propuesta de esta categoría nos permite reconocer que la música adquiere un papel importante en la vida de los sujetos y que además está relacionada con sus actividades cotidianas, escucho música gruperá cuando_____: estoy trabajando, quiero *pistear*, estoy con mis amigos, etc. Cada una de las actividades realizadas y la manera de vincular la música es una parte muy importante en la vida de los sujetos, es adentrarse a su cotidianidad pero también a algunas de sus actividades más íntimas. Por lo regular el uso de la música tiene un escenario o contexto específico.

Apropiación: la apropiación de la música por parte de los sujetos está orientada a entender cómo es que los individuos usan la música, como adjudicaron y metieron esta música a su vida. A través de las influencias familiares o las propias experiencias individuales los sujetos han encontrado una forma de apropiar la música y de incorporarla a su vida cotidiana, que finalmente tendrá repercusiones en el establecimiento de relaciones sociales, sociabilidad, etc.

Significación: esta categoría es importante porque permite dar cuenta de las subjetividades de los individuos representadas a través de la música. Muchas de las significaciones están relacionadas con las emociones, las experiencias propias y las cuales se les atribuyen valorizaciones “diferente” ya que contienen una forma propia de entender la realidad.

Autoreconocimiento: desde lo que planteamos se busca saber cómo es que las personas que gustan de la música gruperá se reconocen a sí mismos en la vida social, es decir, cuáles son los elementos que los hacen ser quienes son, que configuran sus gustos y relaciones sociales. Esta categoría aplica para quienes gustan del movimiento –u onda- gruperó(a) y quienes no lo hacen ya que finalmente el autoreconocimiento parte de una atribución o elementos propios que han sido adoptados para formar parte de un círculo social.

Distinción/reconocimiento del otro: contraria a la categoría de autoreconocimiento, esta pretende dar cuenta de cómo los sujetos ven aquellos con los que probablemente no comparten gustos y afinidades. Nuevamente aparecen los elementos que hacen reconocer al otro (forma de vestir, actuar, lugares que visita, música que escucha) y que finalmente crean un distanciamiento entre lo que somos y “no” queremos ser.

Sin embargo, esta categoría también estará orientada a definir como los aspectos familiares, educativos y sociales pueden ser un puente para mirar más allá y definir qué aspectos han hecho esta diferencia, y si los anteriores son claves para definir ciertos aspectos sociales adoptados.

3.5 Sistematización de la información

En este apartado se describen de manera general los pasos seguidos para la organización de la información recabada durante el trabajo de campo, dicha organización se realizó en función de la pregunta de investigación, marco teórico, de los conceptos y categorías que surgen de ella previo a la elección de cada uno de estos.

En primer lugar se realizó la transcripción completa de alguna de las entrevistas realizadas hasta el mes de abril del 2015, esto permite tener la información completa y concreta sobre la que se trabajó. De igual forma se hizo con los ejercicios de observación llevados a cabo en conciertos a través de un guion previamente realizado en el que se escribieron los detalles solicitados.

Para autores como Flick, este apartado sintetiza el trabajo de teoría y los datos obtenidos durante el trabajo de campo:

Los datos producidos como resultado de este proceso se sustituyen por las relaciones (sociológicas o sociales) estudiadas para que se puedan realizar los estadios siguientes del proceso de investigación, es decir, la interpretación y la generalización. El proceso de documentación de los datos comprende principalmente tres pasos: registrar los datos, editarlos (transcripción) y construir una “nueva” realidad en y por el texto producido. En conjunto, este proceso es un aspecto esencial en la construcción de la realidad en el proceso de investigación. (Flick, 2007: 183)

Cuadro 6. Matriz de sistematización para las entrevistas realizadas. (Ejemplo)

Variable 1. (Nombre de la variable)			
Descripción de la variable			
Concepto rector	Código de la unidad de análisis	Unidad de análisis	Enunciaciones hechas por los sujetos entrevistados y que están dentro de la categoría de análisis.

Posterior a la transcripción de entrevistas se elaboraron una serie de matrices que permitieron tener una organización mayor de la información. Estas matrices están organizadas de la siguiente manera:

Esto nos permitió reconocer en un primer momento el concepto rector, posteriormente el código de la unidad de análisis y finalmente las enunciaciones hechas por los individuos entrevistados.

3.6 Consideraciones éticas

La metodología utilizada para este trabajo consideró que el trato con estas personas debe llevarse a cabo de manera respetuosa, con formalidad y contando siempre con su autorización para ser entrevistados y grabados, así como para publicar los resultados de esta investigación que los involucre.

La confidencialidad de sus datos personales, así como un acuerdo previo firmado para el uso del material obtenido fue una manera de proteger lo aquí expuesto. En todo momento existió un consentimiento informado hacia los sujetos que participarán en esta investigación.

De igual forma, la elección de los sujetos de investigación no estuvo determinada por otra condición más que el que estas personas contribuyan a los efectos de la investigación de manera imparcial, al igual que por su libre elección. Se dio la libertad de elegir si el material obtenido a través de ellos puede ser trabajado o no, inclusive se habló de su permanencia en la investigación, teniendo la opción de abandonarla, al igual que la eliminación del material auditivo o visual existente.

La dimensión ética también está enfocada en realizar un trabajo que aporte a la discusión alrededor del movimiento grupero, y que invite a incorporar su estudio en la discusión académica como parte de una expresión cultural. Aunque existen algunos trabajos que hablan sobre la importancia de incorporar estos elementos a la debate, lo cierto es que es poco lo que se ha escrito sobre ello, podría ser por el estigma que exista hacia esta música y su público.

Conclusión:

Este capítulo ofreció las técnicas de recolección de información utilizadas a partir de Guber y Spradley: entrevistas semiestructuradas y observación participante. La primera fue

utilizada para las entrevistas realizadas a los sujetos de investigación; la segunda, se utilizó principalmente para los espacios asociados a la música grupera y los medios de comunicación.

Posteriormente se realizó una guía para entender las categorías de análisis surgidas a partir del enfoque teórico del Consumo Cultural y el Gusto (García Canclini y Bourdieu). Además, se hace una demostración de la organización y sistematización de información en las variables que dan lugar a los capítulos 4 y 5 de este estudio.

Capítulo 4. ¿Y todo para qué? Los consumidores de Música Grupera a través de categorías, experiencias y medios de comunicación.

En este capítulo se encuentra la primera parte de los resultados de la investigación, antes se muestra una clasificación de los *gruperos*, realizadas a partir de las entrevistas hechas. Estas están organizadas en tres niveles: valorizaciones, experiencias y prácticas de consumo asociadas a la música grupera.

La segunda parte está realizada en función de medios de comunicación: radio y televisión. En este apartado se podrá encontrar una revisión de las principales estaciones de radio emitidas en la ZMG a partir de un estudio realizado por INRA, además de la oferta televisiva asociada a la música grupera.

Considero que más allá de entender las valorizaciones y experiencias atribuidas a la música Grupera por parte de los consumidores, una propuesta valiosa es la de realizar una breve categorización de los mismos. Mucho se ha hablado de la forma en que los escuchas heredan el gusto o preferencias musicales, sin embargo, para el caso de un estudio de Consumo Cultural construido por un eje conceptual que es el Gusto, lo ideal es retomar algunas de las categorizaciones ya dadas por otros autores, que al igual que yo, han encontrado en sus datos una serie de constantes en el consumo musical.

Espinoza (2013) explica que hay al menos tres tipos de consumidores en lo que a música respecta y lo hace a través de una analogía que está relacionada con una elección de caminos o *navíos* musicales. Estos navíos permiten al navegante construir el gusto musical a través de tres modelos. El primero es el *navegante amateur*, este se caracteriza por no tener experiencias previas con el acervo musical familiar, su elección musical no sobrepasa más de dos géneros musicales y además de ello no tiene mucha relación con listas de reproducción, plataformas de descarga o escucha musical, etc.

El segundo tipo de clasificación es el *coleccionista de mapas*, una de las características primordiales de este tipo de consumidores es que cuenta con una gran variedad de géneros musicales añadidos a su carpeta musical. Una de las particularidades de este sujeto es que la mayoría de su elección de géneros musicales está compuesta por tradiciones musicales a fines con los géneros predilectos. Espinoza (2013), explica que uno de los

distintivos del coleccionista de mapas es que se mantiene estático en la identidad que conserva con los géneros musicales, esto aplica muy bien a al modo en que los *gruperos* visten cuando asisten a un lugar donde el movimiento musical en el principal concepto.

Y, finalmente el *navegante experto*, que está totalmente relacionado con el acervo musical familiar, esto tuvo gran influencia en la construcción del gusto musical. La nueva incorporación de géneros musicales es de acuerdo a los primeros recuerdos o influencias familiares o del círculo de amigos. Esta tercera categoría resulta importante para los resultados de esta investigación ya que a partir de esta es que la mayor parte de los entrevistados remiten a las experiencias familiares o de amigos para su acercamiento con ciertos artistas, principalmente con los géneros musicales adoptados por la música gruperá.

4.1 Tres grandes categorías. Una clasificación para los consumidores de música Gruperá

A partir de la clasificación realizada por Espinoza (2013), la cual tiene la intención de hacer una breve contextualización a la categorización generada a partir de los datos recabados durante las entrevistas para esta investigación, se busca realizar una clasificación acorde con los consumidores de la música gruperá. . Se entiende que algunas similitudes encontradas en ambas Espinoza (2013)- investigaciones permitieron crear la siguiente tipología:

- 1) ***Gruperos de tradición:*** Este tipo de consumidores únicamente consumen –valga la redundancia- aquellos géneros musicales que se encuentran dentro de la gran carpeta musical que es la música gruperá. La elección de su gusto musical proviene del círculo familiar, principalmente del padre, al igual que la elección de asistir a ciertos conciertos y espacios asociados a la música gruperá.

Respecto a los lugares que suelen frecuentar, estos son únicamente los que tienen un concepto gruperó, principalmente donde se toca Banda y Norteño. Aunque su estilo de vestir no está completamente relacionado con el estereotipo gruperó, indican que cuando van a algún concierto o lugar para bailar, suelen utilizar el atuendo caracterizado por botas, *texana* y pantalón vaquero.

- 2) ***Gruperos por el círculo de amigos:*** Estos consumidores descubrieron el movimiento musical gruperó a través de sus amigos, principalmente en la etapa de la adolescencia, donde se asocia este tipo de música con el baile y el

establecimiento de relaciones interpersonales. Una característica importante de estos consumidores es que aunque gustan de los géneros musicales que se encuentran en la música grupera, su gusto no es estático y puede enriquecerse de algunas otras tradiciones musicales, por más alejadas que resulten, principalmente el rock y el rap.

Aunque a los padres no se les atribuye la elección musical, de cierta forma influenciaron algunos de los géneros musicales elegidos. No obstante, estos sujetos han sabido encontrar nuevas líneas sonoras que los lleven a descubrir experiencias.

Si bien, gustan de asistir a conciertos y lugares enfocados en el concepto grupero no se encasillan en estos sitios, sino que su curiosidad musical los lleva a encontrar entretenimiento similar en otros lugares, bailando otros ritmos.

- 3) ***Gruperos por convivencia:*** Ellos ven en la música grupera un género musical que ofrece alternativas de entretenimiento. Aunque gustan de las tradiciones musicales incorporadas a esta carpeta, estas no trascienden de forma especial en sus vidas. En edad adulta encontraron que algunas letras y canciones representan episodios de su vida pero no tienen preferencia musical por la música grupera.

Al igual que en la música, los lugares que frecuentan con el concepto grupero son sitios de recreación que no trascienden más allá de la convivencia que se genera con el círculo de amigos que gustan de este movimiento musical.

Sería muy arriesgado pensar que esta clasificación proporciona una definición exacta de los tipos de consumidores de música grupera, de igual forma hay que aclarar que algunos de los consumidores pueden tener particularidades de dos o tres de las clasificaciones anteriormente presentada.

Este solo un ejercicio realizado para poner sobre la mesa algunas de las manifestaciones proporcionadas por los sujetos que participaron en esta investigación y qué, permitieron concentrarlos en una gran carpeta de consumidores del movimiento grupero.

Un último aspecto importante a destacar es el baile. Este tiene una gran valorización, es necesario tener la técnicaailable para ejecutar en ambos géneros musicales: Banda, Norteño y Cumbia. Por lo regular, cualquier consumidor de música grupera acuden a un bar o concierto por tres razones importantes: el baile, lo que significa encontrar o buscar una

pareja para realizarlo, saber que habrá música que en vivo que anime el ambiente, y finalmente el alcohol, este es un aspecto asociado totalmente a la convivencia.

4.2 Valorizaciones, prácticas y experiencias de consumo asociadas a la Música Grupera

Este apartado tiene la intención de mostrar los resultados más sobresalientes de la presente investigación y que permiten aproximarse a la respuesta a la pregunta que guía este trabajo. A través de estas tres categorías relacionadas con la música grupera se pretende dar cuenta de lo que hay detrás de este movimiento musical en lo que a subjetividades respecta. Cada apartado se alimenta de enunciaciones realizadas por los entrevistados, que están organizadas en función la siguiente clasificación: valorización, prácticas y experiencias asociadas a la música grupera.

4.2.1 Valorizaciones asociadas a la Música Grupera

Raúl indica que la música es parte esencial de su vida, principalmente en lo que refiere a la música romántica, gusto que heredó de su padre. La música le ha permitido consolidarse dentro de un grupo de amigos y el lugar donde vive; explica que tanto el lugar de residencia, así como el círculo de amigos se convierten en un elemento central para arraigar un gusto musical, lo que también ha servido para diferenciarse de los otros:

... Yo vivo aquí en el Colli, no sé si conozcas, entonces era de que diario, o sea salías, como te digo escuchabas al vecino poniendo música o sea banda, cambiabas de cuadra y banda, los viernes y los sábados *vámonos a bailar banda*, vámonos a esto... entonces quieras o no vas creciendo, se te va calentando más la hormona, entonces dices: “oye wey la chava me encanta y no sé bailar, todas están bailando, si quiero bailar con ella tengo que aprender a bailar, no me voy a quedar aquí sentado”. Entonces me imagino que tiene que ver mucho eso aunque por ejemplo dices: “vivo en el Colli, es un barrio”, pero yo escucho más banda, era para que a lo mejor dijeras “me estuviera juntando con unos cholos”, me estuviera... (Entrevista Raúl, 17 de marzo 2015)

Se explica que la música, en lo que respecta a los consumidores de música grupera, logra diferenciarse por varios aspectos: uno es el lugar donde se vive, las experiencias acumuladas a través de amigos y familiares cercanos, y el tercero es aquel que corresponde a la grupalidad generada por las afinidades presentes en cada relación:

A lo mejor te ponen a pensar si le dices a uno de Banda: “oye, va a venir *Korn*”, dices: “van a venir esos pinches nacos, vestidos de negro y pintados”, ¡wey! A lo mejor viven mejor que tú, siempre hay como esa discriminación, como que hasta en lo mismo, por ejemplo: a mí me ha tocado mucho, yo siempre he dicho que no es que fomentes, no es que... uno es el que toma las decisiones, por ejemplo en un barrio donde había cholos, había drogas, había esto, había aquello, golpes y la fregada pero yo no me... (Entrevista Raúl, 17 de marzo 2015)

Este tipo de afirmaciones nos permiten reconocer que existe una visión peculiar de ver al otro tan solo por el género musical que se prefiere, García Canclini (2006) fundamenta que la distinción social puede estar justificada por los gustos que separan un grupo de otro. Pero el autoreconocimiento los ubica como consumidores capaces de distar de los que otros grupos sociales a través de los discursos y estereotipos, lo que está relacionado con la forma en que se valoriza la música y el lugar tan importante que ocupa dentro de la esfera social e individual:

Pues como dijo ¿cómo se llama este wey? Mm.... El que canta la de “1, 2, 3 por mí y por todos mis amigos” ¿no la ubicas? La que “no te me subas al coco ¡no!”. Como dice: “naco no mija, ranchero” (risas) De las personas que dicen que música para nacos, pues yo siempre he dicho que el gusto se rompe el géneros y cada quien tiene su punto de vista, según como se vive se piensa entonces si es persona me está diciendo o tratando de ofenderme con algún comentario en mi queda si le sigo el *rollo* o lo tomo como: “es su manera de pensar, que siga pensando lo mismo”, voy a seguir siendo el mismo ¿no? si me dieras un comentarios constructivo puedo dejar de ser el mismo ¿no? porque a lo mejor tu comentario me puede ayudar para crecer o para cambiar, pero en eso no voy a entrar en debate contigo porque a lo mejor me ganas y si te gano, qué voy a ganar? Nada. (Entrevista Raúl, 17 de marzo 2015)

Otra valorización hecha hacia la música grupera, es que ésta es un símbolo de la tradición de la música mexicana, lo que la hace aún más especial, ya que es parte de las raíces de la cultura mexicana asociada a lo rural lo que incluso exige una forma particular de vestir y bailar:

Cuando yo empecé a oír este tipo de música, en su momento a un Antonio Aguilar, son los primeros acercamientos con este tipo de música, de banda sobre todo. Y ya... me estás hablando de puro grupero? Si nada más, más que nada con esos grupos y la Banda el Recodo,

son con lo que yo empecé a oír este tipo de música, me empezó a gustar. (Entrevista a Edgar, 16 de octubre del 2014)

Pues a lo mejor la... la tradición música, a mi familia siempre le ha gustado la música mexicana. Mi papá sobre todo le gustaba mucho la música y pues oía todo el día eso me tenía que haber gustado (risas) y nos llevó a ver ese tipo de artistas, entonces pues de ahí nació el gusto. (Entrevista a Edgar, 16 de octubre del 2014)

En el modelo 4, de la propuesta de García Canclini (revisado en el capítulo 2 y que indica que al consumo como un sistema de integración y comunicación) se expone que una de las representaciones del consumo se da a través de procesos comunicacionales, lo que no solo establece una ruta de lenguaje, sino que además es un escenario donde quedan expuestas las prácticas cotidianas que son explicadas desde el consumo como el intercambio de significados; en este caso a través de la importancia de la música en la tradición familiar, esta es representada como objeto de establecimiento de interrelaciones y la confirmación de los significados que tiene la música en su vida.

Asociada al establecimiento de relaciones sociales marcados por las emociones. Para Mariana, la música gruperá es un sinónimo de recuerdos y nostalgia compartida con su padre, música con la creció y que ha estado asociada a sus propias relaciones interpersonales y las experiencias adquiridas durante estos procesos.

...Por decir como con *Los Bukis*, yo me acuerdo mucho de mi papá y ahí me da a mí un recuerdo de tristeza pero aun así me gusta escucharlos porque a veces somos masoquistas, y como con ellos pues a mi papá, es algo que me tiene marcada, yo escucho a Los Bukis y yo tengo una sensación como de querer llorar, como de tristeza porque yo veía a mi papá que las escuchaba y lloraba, entonces por decir, yo creo que también es de desamor, como lo de *Jenny Rivera* y todas esas y me acuerdo de... pues si... de cuando terminaba mis relaciones, más bien me transporta a eso, la música de *Jenny Rivera*, de *la Arrolladora*... de todo eso... (Entrevista a Mariana, 16 de octubre del 2014)

En diversas ocasiones el consumo de música –y de algunos otros bienes- está marcado por el deseo; no solo por el deseo primario de poseer cierto artículo, sino que además, hay deseos más profundos marcados por las necesidades sociales de ser aceptado, amado, e incluso aquellos deseos relacionados con la sexualidad. García Canclini (2006) explica que

en diversos momentos la publicidad ha servido para reconfigurar el establecimiento de las relaciones sociales y lo que se busca en ellas.

Una vez llegue a ir a ver *Los Terrícolas*, pero eso fue en un auditorio de un templo. Y más porque... era especial para parejas y la mecánica era también una cena baile, y fue muy bonito porque sacaron a los hombres y dejaron a las mujeres adentro y les dieron una rosa a los hombres y ya pasaban con su pareja y se la regalaban... para mí fue muy romántico ese baile de Los Terrícolas. (Entrevista a Mariana, 16 de octubre del 2014)

4.2.2 Prácticas de consumo asociadas a la música grupera

Las prácticas de consumo se dan principalmente de tres formas: al asistir a espacios de consumo donde la música grupera domina la escena, el consumo de medios, especialmente radio y televisión, las cuestiones relacionadas con el consumo simbólico incorporado a las subjetividades hechas a través de las experiencias y valorizaciones:

Fíjate, en la radio escucho más banda, si me dices pon la radio pongo más banda que lo romántico, a lo mejor, porque tú sabes que en la radio te pasan de cualquier... siendo banda de cualquier tipo: de romántico, de desamor, corridos, a lo mejor ya un poco censurados pero de todos modos te los pasan, la 95.5 es la que más escuchó la que más se me hace como la mejor estación de radio en cuestión de banda y eso. (Entrevista Raúl, 17 de marzo 2015)

Los lugares que se frecuentan están relacionados con el gusto musical. El baile, la sociabilidad y en alguna medida el alcohol se convierten en formas de consumo alrededor de la música grupera. Como indica García Canclini, el consumo cultural no solo tiene que ver con el ejercicio de consumo material, sino con los procesos de significación dotados a la música como un espacio donde se construyen interacciones más profundas:

El Sinaloense es el que a lo mejor, es el que más se escucha, el que más promueven, el que más esto, el *Tamborazo de Don Juan* es uno de los que más se escucha... pero por ejemplo fíjate, es lo que te digo te pones a acordar y no te acuerdas, pero por ejemplo hay uno que se llama *El Saloon*, ¿no sé si lo has visto? Para mí es uno de los mejores lugares, primero por la gente que va, tampoco por así de Pipa y guante, tu sabes que cuando sales es para, para... para lo que sea, pero vas y dices: “ah orale, no salen... estas si traen zapatos” (risas) te lo digo cotorreando pero si llegas a decir: “esta si se puso zapatos”. Entrás, te están ofreciendo Tequila, la manera en como... puedes mandar un saludo que aparece en la pantalla, ¡la banda! Que llevan son bandas que aunque no son muy conocidas tocan muy bien y ya para tocar en un lugar de esos ya te

tienes que defender 2/2. Son lugares que me dicen: “-oye vamos al saloon, - pues vamos”, te digo porque ya tiene ratillo que no voy pero yo sé que voy a ir y me la voy a pasar agusto, voy a ir a bailar, no voy a ir a platicar con un amigo, voy a bailar porque como te vuelvo a repetir no puedes platicar, tienes que estar gritando. (Entrevista Raúl, 17 de marzo 2015)

El baile se convierte un elemento particular dentro del movimiento grupero. Debido a la disminución de los grandes salones de baile presentes en los años ochenta, noventa y principios de los dos mil, el concepto del Antro Banda Bar ha venido a suplir esa necesidad. En estos lugares se presentan una o varias bandas que tocan en vivo, principalmente los fines de semana, en los intermedios hay una especie de “Dj” que ameniza mientras los músicos descansan o se cambian los instrumentos para que otra banda comience a tocar; estos espacios posibilitan el conocer o invitar a algún chica/o a bailar. La venta de bebidas de alcohol es otro mecanismo para atraer público, principalmente si los precios son razonables.

Aunque la racionalidad económica que se desprende de estos espacios, definidos como lugares que ofrecen una gran cantidad de comodidades para los consumidores de música grupera, son explicados por García Canclini como escenarios donde las personas ubican sus gustos musicales a partir de formas particulares pero también de las brechas económicas, generacionales y educativas. La noción de necesidad y la oferta de bienes fortalecen las formas de consumo a manera de satisfacción:

No bueno, con mi papá pues se usaban en ese tiempo los LPS, los discos, teníamos un estéreo y mi papá tenía la casa llena de discos y variedad de todo y, nos llevaba, de hecho te digo nos llevaba a ver ese tipo de artistas Joan, Antonio Aguilar con sus espectáculos, a Vicente, y ya después pues ha ido evolucionando, a mí me tocaron todavía los, digo, aparte del disco que fue poco tiempo pero pues yo empezaba a traer cuando empecé a tener uso de más razón y me empezó a gustar ya los bailes... y empecé a tener vehículo también, pues casete y ya después el disco, y ahorita pues la práctica, la USB sobre todo. Ahí grabas tu música y así es como escucho y ya generas un montón de música para no aburrirte todo el día. (Entrevista a Edgar, 16 de octubre del 2014)

Los consumidores de música grupera indican que existen notables diferencias entre los bienes ofertados dentro del círculo del género musical. Desde estar sentado y solo observar hasta la incorporación de elementos de socialización:

Pues un concierto para mi es ir... para el género que me estas preguntando, o bueno para cualquier género, para mi es ir, ver al artista, sentarte... y estarlo viendo, estarlo disfrutando,

cantando a lo mejor. Y pues el baile, obviamente como empieza, no hay tanta formalidad, es un lugar más abierto, y pues como dice: vas a bailar; vas y empiezas a buscar o llevar con quien bailar. Un concierto nada más estás viendo y disfrutando al artista, tu foco está en el artista pues. Y en un baile pues a lo mejor lo puedes estar oyendo pero no lo puedes estar viendo, no? más que nada yo creo que es la diferencia, el foco que le pones al artista.(Entrevista a Edgar, 16 de octubre del 2014)

pues mira, si es para escuchar este tipo de música pues un bar este... pues ahorita, sobre todo ahorita más o menos uno en el que haya seguridad y todo pero que sí este ese tipo de música, aunque no sean bandas muy famosas pero que toquen ese tipo de música en ese lugar, que sea un bar como tal pero que hay un grupo en vivo, sobre todo una bandita, un norteño este... pero también me gusta ir de antro, algo más tranquilo, pero normalmente es depende, si voy a bailar si busco un lugar, te digo, pero más que nada estar agusto en tu mesa y todo y haya una pista de baile. Ya no tanto las aglomeraciones, antes si lo hacía pues a lo mejor por la edad pero ahorita más que nada estar agusto en una mesa y si se puede bailar un rato pues también, que haya espacio para bailar y que este tocando a lo mejor un grupo o banda este... en vivo, más que nada. (Entrevista a Edgar, 16 de octubre del 2014)

El Gusto musical influye en gran medida en las decisiones. Al igual que la satisfacción de necesidades en lo que a la música respecta, la gran oferta de bienes nos permite adoptar elementos que distinguen socialmente de los otros frente a las representaciones simbólicas atribuidas a los bienes materiales adoptados, estas elecciones son tomadas a través de las experiencias que los sujetos dotan a la música grupera:

Antes cada año juntaba desde dos o tres meses antes para ver a Vicente Fernández o ya sabía que se iba a presentar de repente la Arrolladora o el Recodo en algún lado, que eran bandas pues que cobraban y antes no tenía, bueno... Ahorita tampoco tengo tanto pero (risas) los medios así, empezábamos a ahorrar dos tres semanitas antes. Con Vicente ya te imaginas, a lo mejor dos meses antes, tres meses para ir a verlos de cerquitas, podrían ser esos artistas, esas bandas.(Entrevista a Edgar, 16 de octubre del 2014)

Las prácticas de consumo relacionadas a la música grupera son variadas debido a la diversidad de bienes ofertados, sin embargo, puede destacarse el consumo significativo, es decir, aquel que está relacionado con las formas de apropiación y significación otorgadas a la música. Por una parte la representación de la música en la vida cotidiana y las actividades

diarias mediante la construcción de relaciones, y por otra parte, el consumo basado en la lógica económica, en ocasiones marcado por la reproducción de la fuerza de trabajo y la expansión del capital como lo indica García Canclini en su primer modelo (2006, 81), aquel que surge de una clase dominante que dicta las reglas de consumo.

Tengo tiempo, de ahora que ando con Chuy, casi no salimos, o sea sí salimos que no mucho... si él y yo salimos así a tomar, así de algo a mí me gusta mucho ir a los lugares del centro, por decir, está el “California” [...] el que arriba de capa de ozono, hay dos, hay uno que esta por esa calle que no sé cómo se llama, donde está La Surtidora, ahí ponen más banda y más de eso y otro que está a espaldas que es más de rock-pop y de repente te sueltan la banda pero es más así de rock en español, me gusta.(Entrevista a Mariana, 16 de octubre del 2014)

De ir así a antros de música electrónica, no, la verdad no, muy poco fui, pero si un día yo quiero ir a bailar me voy... hay un lugar que se llama el “Oasis”, está en el centro también, pero ahí es música de “Los Yonics”, de cumbia... desde “Perfume de gardenias” hasta “Como agua y aceite” de la *Sonora caliente*, no hay nada de Banda. Yo me la paso agradable, me siento a veces como viejita porque estamos jóvenes. Vamos a bares de micheladas que es más bien rock en español.(Entrevista a Mariana, 16 de octubre del 2014)

Mariana es una persona que accede a la música a través de plataformas digitales como *Spotify*, de esta manera organiza la música de acuerdo a sus preferencias musicales y su conocimiento acerca de cada uno de estos. De igual forma puede tener la música disponible en cualquier dispositivo. Otra forma de consumo es a través de las redes sociales, en donde se encuentra un espacio digital de promoción en la fan page de cada uno de los artistas que sigue.

De los espacios como conciertos y bailes comenta que en estos lo importante es ver artista, en muchas ocasiones no importan las incomodidades que puedan surgir, sino solamente el disfrute de la música.

He pagado boleto y he ido a gratuitos. Este... las veces que fui a ver los gratuitos fue en el auditorio Benito Juárez, entonces ahí prácticamente la comodidad no se compara, porque estas apretado y todo. Y en cuanto a diferencia del artista no se me hizo mucho porque son las mismas canciones, hacen prácticamente lo mismo, más bien eso: la comodidad, puede que lo veas de más cerca porque tú decides que boleto quieres comprar y en el otro es de llegar

temprano si quieres estar cerca del artista, pero en cuanto a tiempo y en cuanto a eso a mí se me ha hecho igual los dos conciertos. (Entrevista a Mariana, 16 de octubre del 2014)

4.3.3 Experiencias sociales asociadas a la música gruper.

Las experiencias sociales se construyen en un primer momento por el círculo familiar más cercano, en el primer acercamiento con la música y la configuración del gusto musical. En un segundo momento, a través de las experiencias propias: el amor, el crecimiento físico, emocional prácticamente irreversible. De esta forma el acercamiento a la música tiene diversas formas de proximidad:

Fíjate que yo empecé a escuchar música hasta la fecha, como te comente cuando quedamos, eh... Arjona a mí me gusta mucho. De hecho las primeras canciones que yo empecé a escuchar fue con un *casete*, en el cuarto de mi abuelita vi un casete y decía Arjona y me gustaron las canciones que tenía, entonces de ahí yo como que me proyecté y dije: “yo voy a componer como él”. (Entrevista a Raúl, 17 de marzo 2015)

Vas viendo a tus amigos o escuchas una canción y un amigo la está cantando: “oye esa canción esta padre, -¿quién la canta? -No pues tal”, entonces ya te vas a escuchar a ese artista para escuchar la canción, y entonces empiezas a ver más diversidad de canciones, de música ¿si me explicó? Desde los 10 años fue cuando yo empecé a ubicar la banda, o sea qué era banda, o sea ir a conociendo los artistas y eso, más o menos desde los 10 años. (Entrevista a Luis, 20 de mayo del 2015)

Los amigos, la zona donde vives, que sales a alguna fiesta y ya están todos sacando los corridos, o la banda, o “x”, o por ejemplo se presta mucho que hay banda bar viernes y sábado y *'amonos* a escuchar banda pero era más que nada porque era todo el grupo y obviamente ya tenías un gusto por la banda pero si yo hubiera tenido a lo mejor otros amigos a lo mejor hasta estaría escuchando música clásica. Pero en si yo puedo decir que me influenciaron los amigos. (Entrevista Raúl, 17 de marzo 2015)

Dentro de estas pequeñas enunciaciones retomadas de las entrevistas, es posible situar que para los individuos las experiencias musicales estuvieron acompañadas e influenciadas por el entorno familiar, el lugar donde vivía y los amigos que frecuentaba, sin embargo, estas experiencias estuvieron acompañadas de la vida cotidiana, la convivencia y las relaciones establecidas con quienes actualmente no comparten ninguna afinidad.

Casi el 50% de los entrevistados indica que el género rock no es de su preferencia y que su gusto hacia la música gruperá ha sido tan fuerte que en ocasiones el trabajo y el ahorro económico se convirtieron en una forma de adquirir ciertos bienes productos asociados a este movimiento musical, principalmente para conciertos, bailes y fiestas.

Las principales experiencias sociales de algunos de los entrevistados se han dado a través del establecimiento de relaciones sociales, pero también de las experiencias de la infancia y la relación cercana que tenían sus padres hacia una de las principales influencias del género gruperó, la cual fue adoptada como otra forma de expresión ligada a las emociones y su empatía hacia las letras de las canciones que

De *Los Freddys*, bueno eran juntos... era los Freddys, *los Yonics*, *los Pasteles Verdes*, y cómo se llaman los que cantan la de “Deja de llorar chiquilla”, se me fue el nombre... *Los Terrícolas*. A mí se me hacían muy románticos porque se paraban a bailar.... Bueno porque en ese tiempo si había mesa, era como una cena baile, entonces tú sentado y obviamente había su pista y se paraban a bailar ya las parejas grandes... y se me hacían muy romántico porque estaban como a media luz y no (risas) y bailaban y otros cantando. A mí se me hacía muy romántico. (Entrevista a Mariana, 16 de octubre del 2014)

4.3 Medios de comunicación y Música Gruperá

Los medios de comunicación asociados a la producción y consumo de música gruperá representan un gran mercado y por lo tanto veta de exploración. Como se describió en el apartado metodológico, esta fase del documento pone de manifiesto algunas de las principales representaciones de la música gruperá en televisión y radio, por motivo prácticos, en esta ocasión se han dejado fuera otros medios, específicamente la internet y la amplitud de información que la compone.

Algunos de los resultados mostrados en este apartado corresponde a la oferta presentada en las estaciones de radio seleccionadas en la frecuencia FM y la televisión por cable, no obstante se destaca el programa *Qué quiere la banda*, siendo este el único programa en televisión abierta que representa al género gruperó.

Douglas e Isherwood (1990) afirman que la vinculación de los medios de comunicación con el proceso del consumo cultural es una fuente primordial para entender algunas de las

expresiones sociales, así como los significados que se están intercambiando. Aunado a ello, la vinculación tecnología permite la construcción de redes y relaciones reforzadas por algunos aspectos como el gusto que permite que los consumidores adquieran ciertas capacidades de entendimiento y códigos descifrados a través de la globalización y el aspecto como un aspecto meramente del mercado.

4.3.1 Televisión

La televisión por cable muestra que existen dos canales dedicados totalmente al movimiento grupero: Bandamax y VideoRola. La mayoría de los programas que se muestran en ambas transmisiones están cargadas de videos musicales, entrevistas con artistas y conciertos grabados¹². Se decidió observar Bandamax porque fue el pionero en el concepto de un canal totalmente grupero, en segundo lugar, porque pertenece a una de las industrias más rentables del país: Grupo Televisa y, en tercer lugar por la cantidad de programas transmitidos, los cuales pueden ser consultados en el anexo 4.

La mayor parte de los programas transmitidos muestran las principales preferencias musicales dictadas por el público a través sus votos por diversas vías: teléfono y redes sociales. Se aporta además algunas otras competencias relacionadas con las entrevistas y conciertos transmitidos, que traen a al público porque encuentran reflejadas en ellas el gusto por la música gruperá.

Este proceso de decodificación de estos símbolos dentro de la música gruperá y lo que esta representa, es explicado por Bourdieu como parte del proceso comunicativo y del consumo cultural el en que las habilidades aprendidas se dan a través de las prácticas culturales adquiridas el círculo más cercano, es por ello que la televisión como práctica cultural, así como los programas transmitidos a través de ella se convierten en los códigos descifrados a través del gusto.

Resulta difícil pensar la programación televisiva fuera del contexto cultural mexicano y latino así como en sus públicos, probablemente esto se relacione con el éxito que ha alcanzado la música gruperá, no obstante el reconocimiento de los medios de comunicación

¹² Creado en el año de 1998. Propiedad de Megacable.

y la cultura cobijada a través de los primeros muestra que el consumo cultural sirve para dar noción de las identidades culturales a través de imágenes y representaciones de lo que se conoce como cultura mexicana.

La televisión abierta mexicana emite poca programación dedicada totalmente al movimiento gruper, sin embargo, en distintas emisiones tratan de hacer referencia a él con artistas, bailes o vestimentas. Para el caso de Jalisco el único programa dedicado al movimiento es: *Qué quiere la banda*.

Este programa es el único hecho en Jalisco, aunque su transmisión también se hace por televisión de paga con al menos dos repeticiones semanales. Cada viernes el programa presenta uno o dos artistas de la escena gruper local y nacional, con un público y música en vivo se presentan algunas novedades musicales relacionadas con el movimiento gruper.

Otros de los programas transmitidos por cadena nacional a través de +Vision los días sábados -aunque realizados por Bandamax y Videorola- son: *Las más picudas* y *las Gruperronas*. Específicamente en estos programas se transmiten las canciones con mayor éxito durante la semana (un top ten), la selección de estas canciones se da principalmente por medio del voto espectadores a través de las redes sociales, principalmente vía Facebook y Twitter.

4.3.2 Radio

A partir del estudio realizado por INRA se señala que las estaciones con un concepto gruper son las más escuchadas, de las cuales destacan cuatro: *La mejor* 95.5 FM, *la Ke Buena* 97.1 FM, *Fiesta Mexicana* 92.3 FM y *Magia Digital* 89.9 FM. De acuerdo a un breve monitoreo que se realizó en frecuencia FM en la ZMG, se subraya que el 30% de las estaciones de radio trabajan bajo el este concepto:

Cuadro 7. Estaciones de radio en frecuencia FM presentes en la ZMG

Nombre de la estación	Frecuencia
89.1	Milenio Radio (Pop)
89.9	Magia Digital (Gruper)

90.7	Señal 90 (Clásicos)
91.5	Zona Tres (Noticias)
92.3	Fiesta Mexicana (Grupera)
93.1	Amor 93.1 (Pop)
94.7	Planeta (Pop juvenil)
95.5	La mejor FM (Grupera)
97.1	Ke Buena (Grupera)
97.9	Formula Melódica (Clásicos en español)
98.7	Stereo 99 (Rock, Indie)
99.5	Romance 99.5 (Pop)
100.3	RMX Radio (Rock, Indie)
101.1	EXA FM (Pop)
101.9	La Buena Onda (Pop)
103.5	La Tapatía FM (Grupera)
104.3	Radio Universidad de Guadalajara (Programación variada)
105.1	Milenio Bella Música (Música clásica)
105.9	Éxtasis Digital (Clásicos de rock)
106.7	Máxima (Alternativo)
107.5	La Z (Grupera)

Fuente: Elaboración propia

Se muestra que de veintiún canales de música radiofónica presentes en la ZMG, las estaciones que transmiten Música de Banda, Norteño y Música Tropical, etc., representa casi el 30% del total (28.5) de las estaciones, lo que indica que al menos en esta área, estos géneros tienen una gran aceptación entre el público que los consume y además, funciona como una plataforma para lanzar nuevos “productos”, artistas, conciertos, entre otros.

De alguna forma esta gran difusión existente en los medios de comunicación locales, principalmente en radio, pone de manifiesto que los primeros sirven como difusores de la

cultura convirtiendo las canciones y artistas en bienes culturales que serán consumidos como parte de la gran oferta musical, no sin antes haber pasado por un amplio filtro de capital simbólico de los individuos los cuales serán los encargados de determinar si tales o cuales bienes son dignos de ser consumidos y apropiados, y que finalmente se reducirán a las propias experiencias y valorizaciones atribuidas a la música grupera las que darán respuesta a si el Consumo Cultural y el Gusto por esta música no se derivan únicamente en el placer de consumir sino a una serie de prácticas aprendidas y aplicadas en los consumos.

Conclusión:

Este capítulo ofrece un panorama general, en primer lugar, de las subjetividades relacionadas con la música grupera hechas por los individuos entrevistados. A partir de esta información se hizo una clasificación de los *gruperos* que consta de tres categorías: gruperos por tradición, gruperos por el círculo de amigos y gruperos por convivencia.

Esta clasificación permite entender algunas de las apropiaciones hechas hacia la música ya que cada una de estas construida a partir de la información dada por los sujetos de investigación. Respecto a los medios de comunicación, se aportan las principales temáticas, canales y emisoras ligadas al movimiento grupero en el municipio de Zapopan, Jalisco y toda la ZMG.

El siguiente capítulo aborda los principales espacios de consumo asociados a la música grupera en el municipio antes mencionado.

Capítulo 5. La Música Grupera en Jalisco: exponentes y espacios de consumo en el municipio de Zapopan, Jalisco.

Este capítulo recopila los principales espacios de consumo asociados a la música grupera en el municipio de Zapopan, Jalisco. Cada uno de estos mantiene sus propias dinámicas y públicos, sin embargo también es posible encontrar características similares que los unen debido al concepto que lo rige. Se hace un contexto del municipio estudiado, así como los principales recintos ubicados en él, que permitieron tener una visión general del fenómeno y sus lugares.

5.1 Contexto sociourbano del municipio de Zapopan

Zapopan es un municipio que pertenece al estado de Jalisco, México. Junto con otros siete municipios del estado conforma la llamada Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). Según datos del ayuntamiento de Zapopan¹³, este municipio es el segundo más poblado del estado de Jalisco y el séptimo a nivel nacional.

Sus coordenadas son de latitud: 20° 43' N, longitud: 103° 24' O y altitud de 1,560 msnm, representa el 1.48% de la superficie del estado de Jalisco. Según datos del INEGI¹⁴, hasta el 2010 en Zapopan se contabilizaba una población de 1, 243, 756 habitantes. Los municipios con los que colinda son: Tequila, San Cristóbal de la Barranca, Ixtlahuacán del Río, Guadalajara, Tlajomulco de Zúñiga, Tala, El Arenal, y Amatitán.

Las principales localidades dentro del municipio son: la Base Aérea Militar de la XV Zona Tesistán, Valle Real, Ciudad Bugambilias, Nuevo México, San Esteban (San Miguel Tateposco), La Venta del Astillero, La Magdalena (San José Ejidal) y Nextipac. En la siguiente imagen se muestra su ubicación dentro del estado de Jalisco, así como el sitio donde están situados los municipios con los que colinda y las localidades más representativas.

¹³ Véase: “Historia y geografía. Breve historia del municipio de Zapopan”. Disponible en: <http://www.zapopan.gob.mx/soy-turista/historia-y-geografia/>

¹⁴ Véase: “Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos Zapopan, Jalisco” (2014). Disponible en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/datos-geograficos/14/14120.pdf>

Imagen 2. Localidades e infraestructura del municipio de Zapopan, Jalisco.



Fuente: INEGI. 2010.

Según datos del Plan Municipal de Desarrollo¹⁵ (2012-2015) a pesar de que el municipio cuenta con una gran área urbanizada, aún hay algunas comunidades rurales dentro del mismo.

El municipio de Zapopan es reconocido como la segunda ciudad más importante del estado de Jalisco la zona urbana en que se asienta la cabecera de este municipio ha logrado consolidarse como un lugar que

cuenta con la infraestructura necesaria para realizar cualquier tipo de evento relacionado con el entretenimiento y la cultura:

Desde el auditorio *Telmex* hasta el auditorio *Benito Juárez* en el cual se instalan las famosas *fiestas de octubre*, la oferta musical es variada, y estos recintos, que son los principalmente visitados, permiten que cualquier agrupación, de géneros musicales diversos,

¹⁵Según el PMD Zapopan (2012-2015) la población económicamente activa (PEA) de Zapopan asciende a 562 mil 233 personas, es decir la segunda más grande de la Zona Metropolitana de Guadalajara. El porcentaje de la PEA ocupada en Zapopan es 96.5%, el cual se distribuye, predominantemente, en el sector terciario (transporte, gobierno y otros servicios y comercio), con 71.53% de la PEA; en el sector secundario (minería, extracción de petróleo y gas, industria manufacturera, electricidad, agua y construcción) con 26.06% y en el sector primario (agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca) únicamente con 1.16%.

puedan presentarse en la ciudad. De igual forma hay una numerosa cantidad de centros nocturnos que invitan a los consumidores cada fin de semana a disfrutar de la diversidad musical que habita los espacios del municipio.

5.2 Preferencias musicales y estadísticas a partir de la Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural Jalisco (2010)

A partir de la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Cultural, Jalisco, realizada 2010, se toman algunas de las gráficas que permiten entender las preferencias musicales así como las motivaciones para asistir a un algún concierto. Estas resultan reveladores porque, en primer lugar, permiten comprender los alcances de la música grupera en el estado y, segundo, dejar claro que la música grupera se encuentra presente en la escena social a pesar de lo polémico que resulta hablar de ella.

Es por eso que a continuación presento los datos presentados por el Consejo Nacional para la Cultural y las Artes (CONACULTA), entidad encargada de realizar dicho proyecto. Estas encuestas muestran una peculiaridad, se centran en una gran cantidad de géneros musicales presentes en lo que se conoce como música grupera, no los introduce en dicha carpeta, sino que logra separar cada de uno de ellos, muy probablemente debido a las respuestas recibidas por los encuestados y quienes tienen un mayor conocimiento de que “trata” cada uno de estos géneros y las particularidades de cada uno.

Gráfica 1. Preferencias musicales y particularidad de asistencia a los conciertos (Conciertos y géneros musicales).



Fuente: Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Cultural, Jalisco (2010). Pp. 29. La presente gráfica solo muestra los primeros cinco resultados, otros géneros musicales encontrados son: Tecno/electrónica, Jazz, Rock en inglés, New Age, entre otros.

Debido a que la MG muestra una gran cantidad de géneros incorporados a su propia categoría, estos géneros son preferidos por sobre el Rock en español; así, la banda se posiciona como un género musical predilecto para los habitantes de Jalisco, seguido por la MG y el Duranguense.

Grafica 2. Motivaciones para asistir a un concierto musical



Fuente: Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Cultural, Jalisco (2010). Pp. 32.

Finalmente, de acuerdo de las gráficas mostradas se resume que la Música de Banda, el Pasito Duranguense, la Música Ranchera y el Mariachi son expresiones ligadas totalmente el movimiento grupero, aunque cada una tiene sus propias características instrumentales que los diferencian de los otros pero que quedan encasillados en una sola carpeta, o lo que para algunos se define como el “Género Regional Mexicano”, dejando claro que es un movimiento sumamente popular y consumido por los individuos, al menos en el estado de Jalisco.

5.3 La Música Grupera en Jalisco. Espacios masivos: Rio Nilo Música Hall

A partir del estudio realizado por Triana (2005) sobre el surgimiento de la música Grupera en Guadalajara y algunos otros municipios del estado de Jalisco, específicamente en el municipio de Chapala, los inicios de esta se encuentran ligados a dos géneros musicales: lo norteño y lo tropical. Si bien, el autor explica que la música Grupera tiene sus orígenes dentro del bolero y posteriormente la balada romántica, a partir de esta fusión o combinación es

posible identificar otra clase de subgéneros relacionados con el bolero mambo, bolero rítmico, el bolero cha, bolero ranchero e incluso, bachata.

Las raíces del rock en Guadalajara crecieron a la par de los pre-gruperos en Guadalajara, sin embargo, estos últimos no tenían tanta proyección y lugares donde fuera posible llevar a cabo presentaciones dirigidas a un público mayor. Triana explica:

El verdadero movimiento grupero que ahora es conocido en nuestro país tuvo sus inicios, según algunos estudiosos y clavados en las historias de la música popular, en la década de los años ochenta; otros dicen (o se contradicen) que la música gruperera viene desde antes del rock and roll. La versión más aproximada, sin duda alguna, es que el género que hora disfrutan y bailan millones de personas en México, Estados Unidos y diferentes partes del mundo, surge en los bellos surestes de la República Mexicana. Se cuenta, según el conocimiento popular, que en los estados de Veracruz, Campeche, Tabasco y Yucatán. (2005: 158)

Se considera que aunque Triana ofrece algunas pistas para descifrar los orígenes e influencias de la música Gruperera, la realidad es que esta tiene numerosos puntos de quiebre que permiten entender que no fue solo la música Tropical la principal influencia, sino que el mismo contexto social y de mercado proporcionaron oportunidades de fusiones musicales. Y aun después de lo que es considerado tradicional grupero, la realidad es que hasta el momento es difícil aportar una definición exacta a cerca de la música gruperera debido a las numerosas tradiciones que desde el inicio la alimentaron.

Desde los años 70's Jalisco se convirtió en una importante plataforma de lanzamiento para artistas de todos los géneros musicales principalmente los que están dentro de la música popular mexicana. Antes de la aparición del *Río Niloya* había algunos lugares que presentaban el concepto musical de dicho recinto aunque en dimensiones menores algunos de ellos fueron: el *Real de Minas*, *Salón Bugambilias*, el lienzo charro *Margarito Yañez*, *Jesy James*, *Salón Princess*, *Fiesta Premier*, *Santa María Tequepexpan*, *Colon Colon 4000* y *Fiesta Guadalajara*, por mencionar algunos.

Sin embargo, no se podría hablar de Música Grupera en la Zona Metropolitana de Guadalajara sin mencionar al ahora inexistente *Río Nilo Music Hall*¹⁶ espacio situado en el municipio de Tonalá, Jalisco, del que inclusive existió una “sucursal” en el estado de Nuevo León llamado “La Fe Music Hall” y (o) “El Volcán”. Reconocido por ser “el centro de

Imagen 3. Río Nilo Music Hall, Tonalá, Jalisco, México.



Fuente:

http://www.albuernearquitectos.com/wp-content/uploads/2012/02/cet_06.jpg

espectáculos más grande de Latinoamérica”, superó a cada uno de los lugares presentados en el párrafo anterior; la capacidad era para 35 mil personas, además de ello la presentación del “Baile del amor” –referente al 14 de febrero- y el “Baile de Primavera” en marzo” permitió su gran popularización.

Este lugar fue considerado uno de los escenarios más importantes porque resultaba innovador y fresco, un concepto que en ningún otro lugar con anterioridad estuvo presente en la ciudad, no solo se podían realizar los tradicionales bailes masivos, sino que podía escucharse música en vivo de los artistas del momento, contaba con salas VIP y terraza, y su horario en cada baile variaba, sin embargo, por lo regular abrían sus puertas a partir de las 6 PM y se cerraban a las 5 AM.

Algunos mencionan en que este lugar fue donde se popularizo el llamado “baile de caballito” o “quebradita” a finales de los años ochenta y principios de los noventa, y que se introdujo con la variación de la música de Banda Tradicional convirtiéndola en la llamada TechnoBanda. Para “Edgar”, una persona entrevistada, indica que este particular causa sensación en el estado de Jalisco:

Te digo, empezó, unos de los que empezaron fue Antonio Aguilar, que empezó a meterse, lo que era tambora en ese tiempo, Joan Sebastian surge. El Recodo pues que toda la vida pero

¹⁶Probablemente el nombre y concepto provengan de la influencia norteamericana del Radio City Music Hall ubicado en la ciudad de Nueva York.

solo acompañaba artistas, después se independizó y metió vocalistas. En ese tiempo Vaqueros Musical, la Movil, Banda Machos, son los iniciadores, y el Mexicano que era una banda *sintética* pero que pegó mucho por la música muy movida y porque en ese momento la gente le gustaba mucho aprender a bailar ese estilo que se estaba usando, entonces esa banda lo que traía era música para bailar pues realmente, no tanto como ahorita que cambio un poco el romanticismo y los narcocorridos, antes si, la música, más que nada la banda, si era música para bailar pues, música para bailar rápido porque ese baile así lo ameritaba. Entonces ahí empezó todo eso, con ese tipo de bandas y más que nada por el gusto de aprender a formar ese tipo de bailes, aprender ese tipo de bailes que se estaba usando, era la efervescencia en ese momento. (Entrevista Edgar, 16 de octubre 2014)

Este movimiento de la música grupera estuvo representada por agrupaciones como “Mi banda el mexicano”, que inclusive hoy en día aún se escucha en algunos lugares aquella famosa melodía titulada “No bailes de caballito”:

"Atención muchachas/ Ya llegó su majestad/El rey del baile del caballito/ Mi banda el mexicano/Cuando vas al baile qué te dice tu mamá/No bailes de caballito que te voy a regañar/ No bailes de caballito que te voy a regañar [...] Te toma bien apretada/Te coge por la cintura/tú mueves muy bien los hombros y la cadera con sabrosura/ Luego te dice al oído: ¡ay! Chiquitita linda pechocha pepirimama".¹⁷

Algunos de los artistas que se presentaron en este recinto fueron: Antonio Aguilar, Bronco, Los Bukis, Los Tigres del Norte, Grupo Límite, Banda El Recodo, Banda Pequeños Musical, Banda El Pueblito, Banda Kora, Banda Cuisillos, Paquita la del barrio, Grupo Pesado, entre muchos otros. Una de las atracciones más importantes del recinto era que en una misma noche podían estar presentes una gran cantidad de bandas que permitían que el público eligiera a quien o quienes prefería ver o con quién bailar.

¹⁷ Del álbum “Su majestad: Mi Banda el Mexicano, con ustedes”, compuesta por la voz principal Casimiro Zamudio. Destaca que su tema “Ramito de violetas” los llevo a conseguir gran fama colocándolos por 20 consecutivas semanas en las listas Billboard.

Imagen 4. Álbum "Su majestad: Mi banda el mexicano, con ustedes..."



Fuente: Álbum de 1993. Es el disco que los llevo a la fama con éxitos como: "Feliz, feliz...", "La bota", "Bailando de caballito", "Ramito de violetas", entre otros.

Desde principios de los dos mil el Río Nilo Music Hall fue demolido, algunos mencionan que el descenso de la afluencia a los bailes masivos y conciertos gruperos se dio a partir de la ola de violencia que azotó a diversos estados, y en específico a algunos recintos donde se tocaba música grupera en el estado de Jalisco, lo que probablemente alimento la idea de que este tipo de música colaboraba al incremento de la violencia:

“"Muchos lugares han cerrado, por ejemplo el que era el Chapus, ahora se llama de otra forma y es un karaoke, el que era El Coyote Sinaloense, ahora es un antro de una onda setentera, en casi todos los antros se comenzó a calmar la onda (...) en cuestión de presentaciones la gente dejó de contratar a los grupos de norteño y banda, les cancelaron presentaciones, etcétera", añade José Luis. Además en aquella ocasión no paró todo, pues en un antro que no es de género grupero ubicado en la Glorieta Chapalita también se dio una balacera, "o en un lugar que estaba a lado de un hotel que hace referencia al festejo de América, ahí la balacera estuvo peor, hubo muchos muertos y heridos (...) es por eso que Guadalajara ha bajado en cuanto a nivel de plaza, pues se acabaron los antros banda a nivel masivo, también ha mermado, pues El Rodeo Santa Fe ya está en ruinas, no hacen eventos, en el Margarito Yañez era una convivencia excelente los domingos de jaripeo y ya cerró sus puertas, en Santa María Tequepexpan hacen eventos todavía pero muy de vez en cuando; otro ejemplo fue el Río Nilo Music Hall, que era el centro de espectáculos más grande de Latinoamérica, muy famoso por sus bailes con Los Temerarios, Bronco, ahora ya es una tienda departamental, una plaza comercial". (El Occidental, *Escasean presentaciones a causa de la violencia*, 9 de octubre del 2011)

5.4 Espacios de consumo asociados a la Música Grupera

La siguiente selección de espacios en el municipio de Zapopan fue un aspecto que se fue construyendo de acuerdo a las enunciaciones de los entrevistados, así como en la etapa del trabajo de campo. Aunque hay muchos otros lugares que podrían entrar en este apartado se intentó reconocer los más trascendentes.

Debido a la lógica de algunos espacios, en un primer momento de contemplaron recintos específicos, en esta categoría están las Fiestas de octubre y el auditorio “Benito Juárez”, al igual que su famoso palenque, que año con año y por casi 31 días consecutivos, recibe a una gran variedad de artistas.

Los bailes, conciertos, y el concepto *antro banda bar*, compone la segunda tipología de los espacios. Esta categoría se realizó de una manera mucha más general, con la intención de englobar aquellos espacios dedicados al concepto grupero, cada uno con sus particularidades que los distinguen de los otros.

Por ejemplo, al hablar del antro banda bar, entendemos que hay un gran número de estos espacios en el municipio de Zapopan, pero por cuestiones metodológicas y prácticas en la investigación solo se contemplaron dos, sin embargo, todos los lugares que cumplan con características similares.

De esa manera se intenta dar cuenta de forma general de los principales espacios que comparten el municipio de Zapopan bajo el concepto grupero, cada uno con públicos diferentes pero con ofertas musicales muy similares a las que rodean a la música grupera.

1) Fiestas de octubre y su Palenque

Las Fiestas de Octubre es un evento que engloba entretenimiento, espectáculos, gastronomía y cultura. Desde 1965 que fueron inauguradas, se ha tratado de impulsar –soportar y consagrar- a los artistas favoritos del público tapatío en su primera sede: el parque Agua Azul, ubicado en el municipio de Guadalajara.

Debido al éxito de dichas festividades, en 1984 se trasladaron al auditorio “Benito Juárez” y sus alrededores, en el municipio de Zapopan, Jalisco. Actualmente, aún es posible encontrar el festival en dichas instalaciones, desde el primero de octubre hasta los primeros días de noviembre es posible encontrar una gran oferta musical que engloba diversos sonidos

y representantes de los géneros musicales presentes en la escena musical jalisciense, desde el rock hasta la banda, todos con sus seguidores y éxitos.

Imagen 5. Programa de las Fiestas de octubre 2015 (Foro principal/Auditorio “Benito Juárez”)



Este festival tiene una duración aproximada de 30 días y durante cada uno de estos se presentarán diversos artistas en el recinto principal: el Auditorio “Benito Juárez”. Destaca que aunque la mayor parte de los conciertos que se presentan en este lugar son gratuitos, algunos tienen zona VIP (o la zona conocida como ruedo, que está ubicada en la parte frontal y baja del escenario), esto permite a los asistentes estar más cerca del escenario, y

con boleto en mano, evitarse los tumultos que se generan en las gradas.

Destaca la gran oferta de música grupera presente en el festival. Durante el 2014, casi el 40% de las presentaciones llevadas a cabo de manera gratuita en el auditorio principal fueron de artistas de la escena grupera y de Banda, entre ellos destacaron: Banda el Recodo, Alfreddito Olivas y la Trakalosa, Banda Fresnitos y Banda Pueblito, Sonora Dinamita, Banda

Cuisillos y Juli3n 3lvarez, este 3ltimo fue el encargado de cerrar los eventos gratuitos del 2014 con un lleno total en el recinto principal.

Durante el 2015 la historia no ha cambiado mucho, al menos en el auditorio principal, otra vez, el 40% de sus presentaciones estuvieron a cargo de artistas de la escena grupera, entre ellos destaca: Ram3n Ayala, La Banda Sinaloense MS, Los 3ngeles Azules, Banda Machos y alg3n otro concierto organizado por una estaci3n de radio grupera y tapat3a, que re3ne a algunos artistas mucho m3s locales.

Sin embargo, esta no es la 3nica oferta musical que se ofrece en las Fiestas de Octubre, “El Palenque, de las Fiestas de Octubre”, es el recinto donde a3o con a3o se concentran los artistas con m3s prestigio o 3xito en la escena musical mexicana. Durante el 2014 casi el 70% de las presentaciones en el palenque fueron a cargo de un artista grupero.

El Palenque de las Fiestas de Octubre

El Palenque es el recinto alterno de las fiestas de octubre. Cuando parece haber acabado toda la actividad que durante el d3a estuvo compuesta por los sonidos de los juegos mec3nicos, los gritos y risas de las personas, la m3sica que sale de las bocinas de los puestos de comida y juegos de feria, inician las actividades nocturnas.

Pasada la media noche, el palenque se ilumina de sus 8 pantallas led para dar lugar al primer de sus conciertos. El escenario es un gran c3rculo y alrededor de este se agrupan todas las gradas que componen el recinto, no hay lugar para que el artista ni sus m3sicos se escondan, todo en el escenario queda a la vista.

Una de las principales cualidades de este tipo de espect3culos es que no hay l3mite de canciones ni de tiempo, el artista puede cantar por varias horas consecutivas, hasta casi el amanecer. Mientras, a los asistentes se les ofrecen variadas bebidas y botanas –las cuales est3n a la venta- que ambientan los 3nimos de los asistentes.

Aunque el palenque parece ser una tradici3n mucho m3s cercana a la m3sica de mariachi, de Banda y Norte3a, el caso de las fiestas de octubre es especial, ah3 se presentan artistas como Alejandra Guzm3n, David Bisval, Emanuel y Mijares, por solo mencionar algunos, el escenario no limita el g3nero musical, casi cualquier artista puede presentar en 3l.

En lo que corresponde a la organización de las Fiestas de octubre y sus invitados, se pretende que la oferta musical sea variada y atraiga a gran diversidad de públicos. Una de las diferencias importantes entre el auditorio principal y este –el palenque- es el costo de los

boletos de entrada y el límite de capacidad de asistentes de cada uno de ellos:

Gilberto Ochoa, coordinador del evento, dio a conocer que la edición número 50 del evento será inaugurado el 2 de octubre por Pepe Aguilar. Después estarán la Banda MS, Noel Torres, David Bisbal, Los Tigres del Norte, Alejandra Guzmán, Los Cafres, Edith Márquez, Emmanuel y Mijares, Calibre 50, Platanito show, Juan Magan, Alejandro Fernández, Panteón Rococó y Julián Álvarez.

Ochoa aseguró que a diferencia de este año los precios serán más bajos que en 2014, donde hubo

Imagen 6. Programa del Palenque (Fiestas de octubre 2015)



boletos de hasta tres mil 300 pesos: "Ahora los más caros son de dos mil 500 pesos. Hubo negociaciones con todos los artistas de que se bajaran los costos". (*El Informador*, 15 de julio del 2015)

A continuación se presentan algunos de los costos de los boletos para los eventos organizados para el palenque 2015. Destaca que, para el caso del “Benito Juárez” los costos más altos circulan entre los 100 y 150 pesos, y este precio solo cubre el área VIP del auditorio, el acceso a las gradas es gratuito:

Cuadro 8. Costos y artistas presentados en el Palenque de las fiestas de octubre 2015

Fecha	Artista	Costo
2 de octubre	Pepe Aguilar (Ranchero)	De 400 a 1500
4 de octubre	Banda MS (Banda)	De 350 a 1500
7 de octubre	Noel Torres	De 200 a 500
8 de octubre	David Bisbal (Pop)	De 200 a 600
9 de octubre	Los Tigres del Norte (Norteño)	De 300 a 1100
10 de octubre	Alejandra Guzmán (Rock/pop)	De 300 a 1100
11 de octubre	Luis Coronel (Norteño/banda)	De 250 a 600
14 de octubre	Los Cafres (Reggae)	De 200 a 500
15 de octubre	Edith Márquez (Pop/ranchero)	De 250 a 600
16 de octubre	Emmanuel y Mijares (Pop)	De 600 a 2300
17 de octubre	La adictiva (Banda)	De 250 a 600
18 de octubre	Calibre 50 (Norteño/banda)	De 300 a 900
20 de octubre	Platanito show	De 150 a 400
21 de octubre	Juan Magan	De 250 a 600
22 y 23 de octubre	Alejandro Fernández (Ranchero/pop)	De 700 a 2500
25 de octubre	Pesado y Los Invasores (Norteño)	De 250 a 600
28 de octubre	Panteon Rococó (Ska)	De 200 a 500
29 de octubre	La Trakalosa (Banda)	De 250 a 900
31 de octubre y 1 de noviembre	Julián Álvarez (Norteño/banda)	De 300 a 1500
24 y 30 de octubre	Artista sorpresa	
2 de noviembre	Artista sorpresa	

Fuente: “Presentan invitados al palenque de las fiestas de octubre”. *El Informador*, 15 de julio del 2015.

El palenque representa las propuestas más novedosas y exitosas del momento, pero también las que más público atraen y por consiguiente derrama económica para los organizadores y artistas que se presentan. Hay artistas como Joan Sebastián y Vicente

Fernández que se presentaron por muchos años consecutivos y que eran esperados por el público, ahora habrá que buscar nuevas propuestas musicales que se conviertan en los nuevos “clásicos” del palenque de las fiestas de octubre.

Este es uno de los pocos escenarios en el municipio de Zapopan que alberga una considerable cantidad de artistas importantes a nivel nacional e internacional, tal es el caso de Los Tigres del Norte y Alejandro Fernández, de igual forma ambos artistas se han presentado en el recinto público –“Benito Juárez”- y el privado –Palenque-.

Sin duda, por muchos años más, el palenque será una buena opción de espectáculo y entretenimiento para los zapopanos, siempre y cuando el municipio y el Ejecutivo estatal sigan apostándole a las propuestas musicales populares, que, como ya se ha hablado en otros apartados, reflejan en buena medida las tradiciones musicales mexicanas contemporáneas.

2) El concepto Antro Banda Bar

El concepto de **Antro Banda Bar** permite a los asistentes escuchar música en vivo o dirigida por un DJ, algunos hacen hincapié que es similar a una “disco” –o lo que actualmente se conoce como “antro-, donde una pista de baile es el elemento esencial para este concepto. La mayor parte de estos lugares están acomodados de forma que la pista de baile o escenario queden al centro, alrededor estarán acomodadas las mesas, sillas y salas.

En este tipo de lugar lo que más se consume es la música de Banda y el Norteño o Norteño/Banda, este último una hibridación entre ambos géneros que en los últimos años se ha vuelto muy popular.

Estos lugares por lo regular funcionan de jueves a sábado, considerando que son los días más próximos al fin de semana, días en los cuales las personas se disponen a salir a buscar a entretenimiento. Es común ver a las afueras de estos espacios lonas que indican las próximas presentaciones, que por lo regular son bandas y conjuntos norteños locales, pero que como uno de los entrevistados indica: “debe saberse defender” para tocar en algún recinto como este.

No obstante, un aspecto especial de este lugar es que la Banda y el Norteño no son exclusivos. Debido a que se anuncian como “antro”, el lugar cuenta con un DJ que incorpora géneros musicales como la música tropical y cumbia, bachata, pop, y algo de *electrónica*. Se

incorporan todos los elementos que atraigan y diviertan a los asistentes, tratando de cubrir una demanda para todos los gustos musicales.

En la mayoría de estos recintos se cubre una cuota de “cover” que oscila entre los 50 a 150 pesos, más alta para los hombres y menor o nula para las mujeres. Del mismo modo, se favorece la asistencia de mujeres o personas que festejan su cumpleaños en el lugar, por ejemplo, si asisten cinco mujeres solas, se les regala una botella de alguna bebida (whisky, tequila, ron, etc.), y, si algún asistente cumple años se le regala alguna botella o un porcentaje de descuento especial a su consumo.

En la mayor parte de los lugares que tuve oportunidad de visitar con este concepto, note un común denominador, todos mantienen una decoración rustica haciendo una referencia a la cultura western –Antro Banda Bar-, parecen ser lugares sacados de una escenografía de alguna película del viejo oeste. Considero que esto permanece debido a la relación existente en el imaginario social de la música de Banda, Norteña y los Corridos con lo rural, es decir, un pedazo de lo rural u el oeste en la ciudad.

Muchos de los asistentes visten de tal forma que hacen referencia a la añoranza de lo rural o lo western. El consumo cultural entonces de estos lugares retrata que muy a pesar del estigma existente hacia los consumidores se sigue considerando un aspecto de identidad, el uso de botas y texana, pantalón vaquero y camisa a cuadros es un aspecto común entre los concurrentes a estos bares:

pues tu sabes que casi donde quiera es lo mismo, aunque si esta *cariñoso*, si esta medio...por ejemplo, una limonada te cuesta casi 60 pesos y una cerveza te cuesta creo 30, pero ya te pones a ver y te sale casi al doble del que cuesta en la calle, tampoco si vas a ir para allá vas a ir con 100 pesos, me voy a divertir y ánimo, tráeme 2, 3 cervezas y lo que cuesten, tampoco voy a decir: “¡tan caras!”, pues entonces salte”. Para empezar ya estas pagando cover: 50 pesos. Por ejemplo, en El Sinaloense te cobran 110-120 pero por cuatro covers te regalan un cartón de cervezas, en El Sinaloense, nada más en la entrada, vas llegando y un tequilita, dices: “ah órale, ya lo desquite” [...] pues fíjate que en eso casi no me he fijado. Realmente a los lugares que yo he ido los veo casi los veo con la línea, tratan de vestirse chachas y dices: “¡ay wey, no manches, ese wey ha de ser mafioso!” y al rato lo ves vendiendo en el tianguis, pero bueno... pero en si casi siempre manejan la misma línea. No me ha tocado ver... pero como te digo, cambia la zona por ejemplo si te vas todo Mariano Otero, casi casi donde acaba este... pasando

todavía periférico hay un barecito que se llama *La Cochera*, tocan banda y la fregada y si vas... ¡híjole! Parece el fumadero, no quieres voltear a ver a nadie. (Entrevista Raúl, 17 de marzo 2015)

Otro aspecto interesante de estos lugares es que dependiendo del lugar donde estén ubicados es posible identificar diversas tribus urbanas que los visitan. En algún fragmento de la entrevista realizada a Raúl, se indica que al menos en los lugares ubicados en zonas populares del municipio de Zapopan es posible encontrar “cholos” y “chakas”, lo que muestra un desdibujamiento del monopolio de los consumidores *gruperos* o *banderos*. La música es un placer sobre el que no se puede generalizar.

No olvidemos que el papel del vestuario informa sobre la *identidad* de los hombres que componen el grupo, marca sus divisiones internas, de manera que el vestido permite no solo la identificación de lo que une, sino también de lo que separa. (Morín, 2000, 12)

Finalmente, el aspecto más interesante de este lugar y *los Bailes* –tema que será abordado más adelante– es el baile en sí. Los consumidores ven estos lugares como espacios idóneos para el baile, la música en vivo, para encontrar pareja o para solicitar alguna canción. Para bailar al ritmo de la música de banda y norteño es necesaria una técnica especializada de baile, algunos dicen que es una herencia de la technobanda, la llamada “La quebradita”:

La quebradita, un baile que combina el country y western con la cumbia, la salsa y algunas veces el flamenco. Esta danza obtiene su nombre, *la quebradita*, cuando el compañero de baile blande a su compañera en un ángulo hacía atrás, y balanceando su cuerpo con un solo brazo, apenas roza contra el piso mientras se bambolea con el ritmo [...] La quebradita se parece un poco al paso combinado tejano se parece un poco al paso combinado tejano que muestra un vertiginoso juego de piernas de una parranda en las altas tierras de Escocia. La parte superior del cuerpo permanece algo rígida mientras su bailarines talonean de atrás hacia delante pandeando a sus compañeras hacia atrás en una *quebradita* [...] Las parejas “taconeas sus bota contra el piso y combinan el sensual baile latino de salón, el paso combinado de los bailes country y western y la anticuada polka. (Simonet, 2004, 305)

La versión actual del baile de la música de Banda y Norteño requiere mucho menor esfuerzo acrobático, sin embargo destaca que este tipo de baile surgió en el municipio de

Tlaquepaque, Jalisco, en uno de los lienzos charros más famosos de los años en los años 80s y 90s.

Finalmente, el antro banda bar puede considerarse como el resurgimiento de *los bailes* ofreciendo a los consumidores un ambiente fresco e innovador de los aspectos más actuales de la música grupera. Los dueños de estos bares han pensado con detenimiento aspectos de consumo y demanda por parte de los asistentes que realmente ofrezcan un concepto completo en cuanto a música y gustos.

3) *Los Bailes*

Desde los años 80 y 90 del siglo XX, la pinta de bardas para anunciar un baile grupero era algo muy común, era una forma de dar difusión a los eventos. Estas pintas se hacían de forma estratégica, tratando de concentrar el mensaje en lugares concurridos o donde el frecuente y multitudinario paso de personas hiciera que corriera la voz.

Al menos en Guadalajara, uno de los recintos más importante para este tipo de eventos fue el anteriormente mencionado: Rio Nilo Music Hall, ubicado en el municipio de Tonalá, Jalisco. Durante las décadas de los 80s y 90s este lugar se convirtió en un espacio donde se ofrecía una amplia variedad de artistas y bandas relacionados con la música grupera, principalmente durante los fines de semana y fechas especiales –específicamente el 14 de febrero-, terminando sus presentaciones a altas horas de la madrugada.

El atuendo y las ganas de bailar eran un requisito indispensable. Lorena, una de las entrevistadas para este trabajo, menciona que el Rio Nilo era el único lugar en Guadalajara con este tipo de ambiente y música, y aunque hubo algunos otros espacios similares, su éxito nunca se comparó con dicho espacio:

(Los artistas)... era donde se presentaban porque no había otro lugar para ese tipo de ambiente Me refiero en cuanto a la música... Yo vi a Antonio Aguilar, Bronco, Los Tigres del Norte, Los Temerarios, y bandas pues El Recodo, El Mexicano, Pequeños musical, El Pueblito, Banda Kora....Fueron muchos porque siempre por lo regular había muchos eran varios los que se presentaban. (Entrevista a Lorena, 23 de marzo del 2015)

No. Eran en diferentes fechas, como el baile del amor, en febrero, el baile de primavera, en marzo y así. Por lo regular en tiempo de lluvias no había porque ni estaba techado.

Había solo dos lugares tipo terrazas que estaban techadas, era llamada zona VIP, uno en cada extremo del lugar. Las puertas abrían desde las 6 de la tarde y terminaba hasta las 5 de la mañana más o menos. De hecho yo llegue a caminar desde el rio Nilo hasta la clínica 14 del seguro. (Entrevista a Lorena, 23 de marzo del 2015)

Los llamados *bailes* hacían total referencia a su nombre, en ellos la intención era asistir a bailar en un espacio adaptado a ello, en el que tener pareja es de los requisitos más importantes. El Rio Nilo –y algunos otros espacios- popularizaron *los bailes* como un espectáculo creado por y para los asistentes:

Aunque en la cultura mexicana el baile es (en la actualidad) una actividad difundida, se argumenta que bailar en clubes nocturnos junto con fumar fue el primer acto de las mujeres para liberarse de los límites sociales tradicionales. [...] No solo las identidades sociales y culturales están inscritas en los cuerpos que bailan, sino también las ideas o los conceptos de género y las relaciones de pareja son representados en la pista de baile. Los eventos de baile público contribuyen a la continuidad del sistema social establecido alentando a ambos, a los hombres y a las mujeres, a comportarse conforme a su rol. (Simonet, 2004, 332-335)

Actualmente, el concepto del lugar de baile o *los bailes* solo se llevan a cabo en espacios como canchas deportivas o lugares muy abiertos (explanadas, en espacios donde se cierra un perímetro de las calles, o lienzos charros). Parece que el concepto ha sido suplido por espacios como el antro banda bar, que al igual que los bailes, ofrece música en vivo de Banda y Norteño, con muchas variantes asociados a la actualidad, una de las variantes de que la música tropical corre a cargo de un DJ.

Un aspecto importante a destacar de *los bailes*, es que actualmente estos se llevan a cabo cerca de las colonias más populares del municipio de Zapopan –y el estado de Jalisco-, así como en algunos municipios a las afueras de la ZMG. Esto indica que a pesar de que el baile es uno de los sitios más importante para los consumidores gruperos, no todos los espacios están creados para los mismos consumidores. Considero que todo esto está relacionado con el lugar donde radiquen y el círculo social en el que se desenvuelven.

4) Conciertos

La modalidad de los conciertos es muy variada, puede ser en lugares abiertos o cerrados, con gran capacidad para albergar cientos de espectadores o solo unos cuantos. El fenómeno grupero ha logrado posicionarse sólidamente en todo tipo de espacios en lo que a conciertos refiere.

Esta categoría también podría estar construida por el nombre de los recintos que se ubican en el municipio de Zapopan. Uno de ellos y más importante es el auditorio *Telmex*, el cual tiene una capacidad de entre 2700 hasta 8712 espectadores. Debido a la reciente

Imagen 7. Sold out para el concierto de Julión Álvarez en el Auditorio Telmex



Fuente: <https://www.facebook.com/AuditorioTELMEX>

construcción del espacio (2007), solo podremos hablar de algunos de los artistas del momento presentados por el movimiento grupero, algunos de ellos son: Julión Álvarez, Banda Sinaloense MS, Jenny Rivera, Gerardo Ortiz, La Arrolladora Banda el Limón, Marco Antonio Solís, Voz de Mando, Los Tigres de Norte, entre otros.

Este tipo de espacios no están adaptados para el baile, sin embargo, los asistentes buscan alternativas para hacerlo, este puede realizarse en los pasillos o

en el diminuto espacios entre cada una de las fila que están formadas por las butacas. Edgar,

uno de los entrevistados, menciona que cuando se asiste a un concierto lo importante de este es centrar toda la atención en el artista, el disfrute está en escucharlo cantar y verlo actuar.

No obstante, los conciertos que se realizan en las calles tienen una dinámica diferente. Por lo regular estos son organizados por las estaciones de radio gruperas, así que el *line up* está conformado por varios artistas, entre 15 y 20 presentaciones. Estos conciertos comienzan desde muy tempranas horas, cada artista tiene aproximadamente una hora de presentación y los asistentes tienen la opción de elegir a quien ver y a quien no. Las mejores presentaciones se dan al cierre de los eventos.

Estos espacios tienen un ambiente bastante familiar, en ellos pueden verse familias completas disfrutando de un artista o simplemente esperando a que salga otro. La gran variedad de presentaciones permite que los públicos sean diversos, y aunque todos los artistas tienen presencia dentro de la música grupera, la realidad es que jóvenes, niños y adultos pueden disfrutar de la música de maneras similares.

Una de las cosas más interesantes es que dentro de estos escenarios es posible dar cuenta de la cantidad de tribus urbanas reunidas en torno a la música grupera, esto da cuenta del desdibujamiento de algunos estereotipos y generalizaciones en torno al movimiento grupero, aunque el uso de ciertas vestimentas o actitudes hacen referencia a dicha música, el contexto permite observar características que no son caben en todos los consumidores.

Por otra parte, una nueva modalidad que se está llevando a cabo en los conciertos gratuitos de la ZMG, es la realización de conciertos con un concepto más *rockero* o *indiepero* con la variante de un artista de tipo grupero. El concierto realizado por la estación de radio RMX FM, una estación dedicada principalmente a la música de rock, y a darle difusión a nuevas bandas locales, ha logrado reunir en un mismo escenario dicha variedad.

Tal es el caso del concierto realizado por dicha estación en octubre del 2014 en la Av. Chapultepec del municipio de Guadalajara. Llamó la atención que en el cartel aparecieran juntos artistas como: *Telefunka*, *Porter*, *Nortec Collective Presents: Bostich+Fussible* y Fidel Rueda, este último creó una gran polémica y expectativa debido a la diferencia de los géneros musical y la arriesgada propuesta de la estación radiofónica,

aunque igualmente proporcionó la idea del estigma que existe entre algunos sectores hacia la música grupera y la poca tolerancia de algunos asistentes.

Sin embargo, aunque la propuesta ya tiene tiempo realizándose en algunos otros importantes festivales del país –por ejemplo el festival Vive Latino, en la ciudad de México– aun no es bien vista por algunos sectores sociales las propuestas de que artistas de diversos géneros compartan el mismo escenario. Indican que la miscelánea de música incorporada a la música grupera y géneros musicales como el *rock*, *indie*, *alternativo* e inclusive el *ska* no deben ser combinados y cada uno debe tener sus espacios, con las limitaciones que hace algunos años aún estaban muy marcadas.

Imagen 8. Puesto ambulante de souvenirs



Fuente: Ziayra Rivera, tomada durante el concierto “Fiesta Plata”, organizado por la estación 92.3 Fiesta Mexicana (21/agosto/2014)

Conclusión:

Este capítulo mostró los principales espacios y oferta musical asociada a la música grupera en el municipio de Zapopan: *Las fiestas de octubre* y su palenque, el antro banda bar, los bailes y conciertos son los lugares que más relacion tienen con la música grupera, y cada uno de estos mantienen dinámicas que los hacen tener diferente públicos y consumidores. Cada de uno de los individuos entrevistados explicó por qué estos espacios son los que más llaman la atención, siendo el baile, la música en vivo, las bebidas, el estatus social y el establecimiento de relaciones sociales y de poder las que tienen mayor relevancia.

Conclusiones generales

Considero que este trabajo da cuenta de las principales prácticas de consumo asociadas a la música gruperá. Esto permite reconocer los centros y medios que están participando en la difusión del movimiento musical, de igual forma de algunos aspectos ligados a las subjetividades de los consumidores de dicha música.

Es por ello que coloco cuatro aspectos claves para entender el consumo cultural de la música gruperá. El primero está relacionado con una tipologización de los consumidores, esto permite que se dé cuenta de las dinámicas de los propios actores al momento de usar y apropiarse el movimiento musical. Esta categorización está hecha en función de aspectos como el círculo familiar y de amigos, su primer acercamiento y experiencias con el género.

Si bien, estos son aspectos que también pueden observarse en el apartado de valorizaciones y experiencias, lo importante es resaltar algunas de las particularidades claves en los consumidores y los tipos de estos. Se entiende que esta clasificación no atiende a todas las demandas y características de los sujetos, y mucho menos intenta ser una clasificación exhaustiva y exacta de ellos. Este, ha sido un primer ejercicio para reconocer a los consumidores de la música gruperá y entender de donde se parte para apreciar el gusto y consumo que se está realizando actualmente.

Al mismo tiempo, la clasificación realizada permite entender algunos procesos de socialización asociados a la música, entre los que destacan el círculo familiar como dador de la tradición musical, los espacios frecuentados para el disfrute de esta música y el establecimiento de relaciones sociales. La alusión de los nombres de la clasificación generada (*Gruperos de tradición, Gruperos por el círculo de amigos y Gruperos por convivencia*) intenta ser una primera pista para entender a los consumidores.

La segunda clave, surge a partir de la exposición de los relatos y experiencias de los sujetos entrevistados. En ellos es posible reconocer tanto elementos comunes como diferenciadores. En primer lugar, los elementos comunes se encuentran cuando ellos relatan la forma en que el gusto musical nació, esto debido a la influencia de los padres, más tarde a través del círculo de amigos. La forma en que sus padres y ellos socializaron con la música

se convierte en un elemento de apropiación de la música otorgándole un valor de uso y simbólico.

Las prácticas de consumo ligadas a la música gruperá no están sujetas únicamente a la escucha de esta, es posible distinguir que esta –la música- tiende a ser el espacio de socialización y ejercicio reflexivo asociada a las emociones y recuerdos; este ejercicio es adoptado por los sujetos cuando se visualizan a ellos mismos como personas capaces de diferenciarse de los demás solo por su gusto musical. Las prácticas y diferencias también están presentes en los espacios que frecuentan, por lo regular lugares donde el baile y la bebida son parte de la oferta, de la misma manera esto representa un estilo de vida asociado a prácticas y estereotipos tales como la forma de vestir; la percepción social se vuelven un referente en la esfera social.

La evolución de las prácticas a través de la tecnología muestra que los usuarios han logrado adaptarse a ellos, el uso de dispositivos y plataformas digitales para el uso de la música son ejes recurrentes en la actualidad, sin embargo, explican que a lo largo de su vida la forma de interacción con la reproducción musical ha estado integrada desde el uso del casete y LP hasta de una USB y la Internet.

Es entonces que la música gruperá adquiere un reconocimiento emocional, en el que el intercambio y la interacción dentro del proceso comunicativo reflejan una conexión con la vida social y cultural a la que los individuos se han enfrentado.

La tercera clave está relacionada con los espacios de consumo. La diferenciación social y simbólica radica incluso entre los mismos consumidores de música gruperá. Los lugares que frecuentan están destinados a un público especial que busca en ellos una alternativa de entretenimiento, socialización, y relaciones de poder basadas el distanciamiento social a través del acceso y uso de las ofertas espaciales.

El primer espacio que coloqué en este estudio es el de las Fiestas de octubre con el auditorio *Benito Juárez* y el Palenque. Estos dos últimos dan cuenta que la accesibilidad a la oferta musical presentada en el municipio de Zapopan no es similar, uno puede notar esto a través de los precios de cada uno de los recintos, así como de la popularidad de los artistas presentados en cada uno. El primero está organizado con precios muy accesibles aunque con

una oferta musical más limitada, el segundo proporciona un espacio más íntimo con los artistas, en el que las horas de presentación son variadas y mucho más extensas.

El segundo espacio es el del concepto Antro Banda Bar, este concepto que tiene funcionando en la ciudad casi 10 años, da cuenta de otro tipo de oferta musical. Este funciona prácticamente a través del baile, la música en vivo y el alcohol. Ofrece a los consumidores ciertas comodidades de las que carecen otros espacios, por ejemplo, que no importa mucho la popularidad de las bandas presentadas, principalmente aquellas que tocan Banda o Norteño, sino el ambiente que se genere en el espacio, es entonces que el baile adquiere una importancia relevante –no más que en otros espacios pero si la suficiente para cada fin de semana una cantidad considerable de asistentes frecuente el lugar-.

Considero que estos espacios han venido a llenar el vacío que dejaron *los bailes*, famosos durante la década de los años 80s y 90s en la ciudad. Existen ciertas semejanzas en ambos espacios que permiten reflexionar acerca de que la oferta de espacios de consumo se aminoró con la falta de espacios asociados al baile y la música grupera, aunque nunca inexistentes.

Con lo anterior, llego al tercer elemento de los espacios que son *los bailes*. Como ya ha sido mencionado, estos y su popularidad son una fuente inagotable de posibilidades para la música grupera. Aunque han tenido fuertes intentos por recuperar la popularidad de hace algunos años, la realidad es que actualmente no han logrado consolidarse a pesar de que en algunos recintos aún es posible encontrar este tipo de ofertas espacio-musicales.

Las interacciones surgidas en *los bailes* son una importante reflexión para entender el establecimiento de relaciones a través de este, la adopción de roles y el análisis del consumo realizado por los asistentes. A pesar de que actualmente este concepto no es el más popular, su realización se lleva a cabo, principalmente en las zonas populares del municipio de Zapopan, y comunidades a las afueras de la ZMG.

El cuarto elemento que conforma los espacios son los conciertos. A pesar de las limitaciones espaciales que hay en los conciertos, lo interesante de estos es ver la manera en que funcionan, por lo regular este tipo de espacios están creados para ver al artista, ninguno

de los otros espacios antes citados funciona de esa forma, sin embargo para los consumidores ir a un concierto es significados de placer y gusto porque crean vínculos con la música.

Puedo reconocer que los conciertos funcionan bajo dos dinámicas, aquellos realizados en espacios hechos para tales eventos y aquellos que de manera más improvisada se realizan en las calles o espacios abiertos. Los conciertos representan en cierta medida la circulación de so bienes asociados a la música grupera, ya que a través de estos se conocen las propuestas más populares en la escena musical.

Considero que la incorporación de artistas gruperos al contexto de conciertos realizados bajo conceptos asociados a la rock, principalmente, está relacionado con la fuerte influencia de los primeros tienen, la gran cantidad de públicos y un intento por trabajar la tolerancia social a través de los géneros musicales.

La cuarta clave para entender el consumo cultural de música grupera está ligado a los medios de comunicación, específicamente la radio y televisión. Estos son grandes difusores de los bienes culturales, a través de ellos diversas tradiciones musicales, entre ellas el Mariachi, han tomado gran relevancia en la escena local e internacional.

La música grupera abarca una gran cantidad de públicos y edades, por ello, los programas en radio y televisivos mantienen un status general de auditorios, la programación está hecha para que cualquier individuo y su enfoque está diseñado para quienes gustan de la música en ellos transmitida.

La escena local muestra que al menos en radio, la gran oferta de música grupera es importante debido a la gran cantidad de bandas locales que emergen y los que han logrado posicionarse entre los preferidos del público, es entonces que la televisión refuerza, y lo que de manera local surge a través de la televisión se expande.

Para los consumidores, estos dos medios son importantes porque son con lo que principalmente se relacionan, la radio tiene una importancia fundamental porque a través de esta se dan a conocer las nuevas propuestas y se conoce lo que se está consumiendo en la escena local.

Como reflexiones generales puedo afirmar que la producción de sentido frente a los usos sociales de música grupera se convierten en elementos que dan forma y recurren a ciertas

competencias culturales que, como indica García Canclini (2006), son espacios clave para la comprensión de los comportamientos sociales.

Estos están ligados a la forma de uso y apropiación de la música, lo que también podría ser llamado el valor simbólico y de uso de los productos. García Canclini (2009) afirma que más allá de que los bienes son mercancías que expanden el mercado económico, tal y como está presentándose el mercado de la música gruperá, los consumidores se distinguen frente a los demás por los procesos comunicativos que le han otorgado a la música, siendo esta un espacio de referencia social y cultural frente a los otros grupos.

El autor afirma además que la forma en que los consumidores han decidido hacer uso de la música tiene relación con los hábitos tradicionales, como fue usada la música en el círculo familiar, el consumo como un proceso de rituales y deseos que aunque estos tiene comunes denominares, la realidad es las prácticas cotidianas son un proceso integrador de significados que permite que los individuos del mismo círculo comprenden, si estos significados no estuvieran presentes la realidad es que no se podrían intercambiar porque no serían entendidos bajo el mismo contexto.

El consumo cultural de la música gruperá no solo está conducido por las lógicas económicas, sino también en las variables de los usos sociales y su reconocimiento hacia la cultura popular. En el último capítulo de esta investigación se ha expuesto que una gran cantidad de enunciaciones hechas por los sujetos entrevistados dan cuenta de las relaciones establecidas a través de la música, y esto, a partir de lo señalado por Martín Barbero (1999) indica que a la música se le otorgan resignificaciones, las cuales son sometidas a nuevos procesos de significación.

Destaca la forma de hacer uso de la música, al dar cuenta de una cierta circulación del mercado que al mismo tiempo refleja una forma particular de propiciar distribuciones y diferencias sociales, y como los consumidores se vinculan con ella. No obstante, este trabajo permite hacer un acercamiento con las significaciones más relevantes para aquellos asociados a este gusto musical y visualizar las distinciones presentes a partir de este bien. También se proporciona un panorama general del consumo cultural de música gruperá en el municipio de Zapopan.

Finalmente, puedo concluir que el consumo cultural no funciona meramente como proceso de apropiación y uso, sino que, a través de él se manifiestan diversas variables de los usos sociales de los bienes que circulan en la esfera social. Es así como este trabajo manifiesta que más allá de las estadísticas y números que rodean a la música grupera este fenómeno musical ha estado y está vigente en la vida social proporcionando referentes sobre la cultura popular y las problemáticas sociales a la que se enfrentan los individuos.

Bibliografía

- Arias, E. (2013) “La industria de la música independiente y su consumo cultural”. *Derecho a comunicar*. Disponible en: http://derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num8/05_dac_8.pdf. (Recuperado 11 de febrero del 2015)
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción*. Madrid: Taurus
- (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultural*. D.F., México: Siglo Veintiuno editores.
- Callejas, L. y Cupatizio Mendoza (2005).
“La estigmatización social como factor fundamental de la discriminación juvenil”. *El cotidiano*. D.F., México: UAM, núm. 134, pp. 64-70.
- Douglas, M. y Baron Isherwood. (1979).
El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo. México: Grijalbo/CNCA.
- Espinoza, J. (2013).
La construcción social del gusto juvenil en Guadalajara. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara (Tesis de maestría)
- Featherson, M. (2006).
Cultura de consumo y posmodernidad. Londres: Sage Publications.
- Garcia, N. (1991).
El consumo cultura en México. México, D.F: CONACULTA.
- (1992)
“Los estudios sobre Comunicación y Consumo: El trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores”. *Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogos-los-estudios-sobre-comunicaci%C3%B3n.pdf>
- (2006).

- “El consumo cultural: una propuesta teórica”. En Sunkel, G. (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello, pp. 72-95.
- (2009).
Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: DEBOLSILLO.
- Giménez, G. (2007).
Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. Tlaquepaque, Jalisco, México: ITESO/CONACULTA.
- Guber, R. (2005).
“La entrevistas antropológica: Introducción a la no directividad. *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós, pp. 203-249.
- (2005). “El trabajo de campo como instancia reflexiva del conocimiento” y “¿Adónde y con quiénes? Preliminares y reformulaciones de la delimitación del campo”. *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento Social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós, pp. 83-125.
- (2005)
“La observación participante: nueva identidad para una vieja técnica”, pp. 109-121
- Gutiérrez, P. 2007.
Reseña de “Las industrias culturales para el desarrollo de México” de Nestor García Canclini, Ernesto Piedras”, en *Comunicación y Sociedad* 7. Pp. 227-232.
- Hormigos, J. (2008).
Música y sociedad. Análisis sociológico de la cultural música de la posmodernidad. Madrid: Fundación Autor, pp. 305
- Madrid, A. (2013).
Music in Mexico. Experiencing music, expressing culture. New York: Oxford University Press, pp. 139
- Mata, C. (1997).
Públicos y consumos culturales en Córdoba. Córdoba: Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, pp. 17.
- Morín, E. (2000).

- “Vaqueros y grupero en el Rodeo Santa Fe. La reorganización de lo real por el imaginario”. *Revista de Estudios sobre Juventud*. México, D.F, Nueva Época, año 4 (11), pp. 1-65.
- Larsen, G. et Al. (2010)
 “The symbolic consumption of music”. *Journal of Marketing Managment*. Taylpor & Francis, vol. 26 (7-8), July.
- Luengo, M. (2006).
 “Fundamentos y carencias de los estudios culturales: una revisión teórica-crítica del ámbito popular culture. *Reis, Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. España: Centro de Investigaciones sociológicas 15, pp. 101-133.
- Ragland, C. (2009).
Música Norteña. Los migrantes mexicanos que crean una Nación entre las Naciones. Estados Unidos de America: Temple, pp. 205-213
- Simón, J. (2004).
 “Onda grupera”. En *La música profesional. El staff y sus espectáculos*. México: Plaza y Valdez, pp. 148-152. Disponible en <http://books.google.es/>
- Simonet, H. (2004).
En Sinaloa Nací. Historia de la música de banda. Mazatlán, Sinaloa: Asociación de gestores del Patrimonio histórico y cultural de Mazatlán, A.C.
- Olvera, J. 2008.
 “Las dimensiones del sonido. Música, frontera e identidad en el noreste”, en *Trayectorias* 10 (26). Pp. 20-30.
- Spradley, J. (1980).
Participant observation. Orlando, EUA: Harcourt.
- Sunkel, G. (2006)
El consumo cultural en América Latina. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Triana, J. (2005).
 “Los orígenes de lo grupero y su paso por Jalisco”. En: García Media, Antonio *et. Al.*, *Música y Danzas urbanas*. Jalisco: Secretaría de Cultura/Gobierno del Estado de Jalisco, pp. 151- 169.
- Terrero, P. (2006)

“Ocio, prácticas y consumos culturales”. En *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello. Pp. 207-228.

Vidal, M (2007).

“La música hardcore en Bogotá: convicciones-perseverancia y valor. Acercamiento al quehacer humano-artístico y productivo de bandas y gestores”. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Bogotá, Colombia: Universidad EAN, núm. 60, pp. 71-103.

Yudice, G. (1999).

“La industria de la música en la integración América Latina-Estado Unidos”. En. García, N. y Carlos Moneta. *Las industrias culturales en la integración de América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires/Eudeba, pp. 115-164.

- Noticias

“Escasean presentaciones a causa de la violencia”. *El Occidental*. Guadalajara, Jalisco a 9 de octubre del 2011. <http://www.oem.com.mx/eloccidental/notas/n2260264.htm>

“Juli3n 3lvarez es el 3nico artista mexicano que escuchan los mexicanos”. Disponible en: <http://www.lifeboxset.com/2014/julion-alvarez-spotify-mexico/>

ANEXOS

Anexo 1 Programación en radio

Programación 92.3 FM “Fiesta Mexicana” de lunes a viernes

Nombre del programa	Horarios de transmisión	Descripción breve del programa
LA CHICARRA 92.Tres	Lunes a viernes 5:00 – 7:00 AM	Con este programa se abren las actividades de la estación, se habla de algún tema que pueda ser comentado y también se incluyen lapsos de música.
DESMORNING SHOW	Lunes a viernes 7:00 – 11:00 AM	Debido a que el horario del programa es largo pero es un horario en que la gran mayoría de las personas ya comenzaron actividades, es por ello que se encuentra dividido en secciones, por ejemplo: santoral, cumpleaños y mañanitas, deportes, espectáculos, noticias, etc. C
COMPLAFIESTAS AL INSTANTE	Lunes a viernes 11:00 – 13:00	En este programa los radioescuchas llaman vía telefónica o a través de redes sociales para pedir la canción de su preferencia que será transmitida casi inmediatamente.
ADRIÁN LÓPEZ “EL NEGRITO AL AIRE”	Lunes a viernes 13:00-15:00 PM	Al comienzo del programa se propone un tema en el que se leen o escuchan las opiniones de los radioescuchas. La música es el ingrediente principal del programa.
FIESTA RETRO	Lunes a viernes 15:00-16:00 PM	Se escuchan los temas más populares de la música grupera. “Regresa para ti el programa más solicitado de la radio, todos los éxitos que marcaron varias generaciones y aun viven en la memoria de nuestro corazón”

HECTOR FLORES AL AIRE	Lunes a viernes 16:00- 18:00 PM	PROGRAMACION NORMAL
COMPLAFIESTAS AL INSTANTE	Lunes a viernes 18:00-20:00 PM	Es hora de dejar en tus manos toda la programación de Fiesta Mexicana, solo llama a cabina a través de los Telefiestas o por mensaje de celular XHBIO espacio más tu rola y envíalo al 30500
NOCHE POR NOCHE	Lunes a viernes 20:00-22:00 PM	Programa unitario que Secciones: Tema del día B) La regadas (el público participará con temas sobre problemas con familiares, amigos o parejas) y al finalizar tocar una melodía alusiva al problema con mensaje positivo) C) Chistes (solo AAA) D) Espectáculos E) Mini conciertos La parte musical corre a cargo de éxitos actuales y recientes que se encuentran al gusto de los radioescuchas.
A LA CAMA CON EL NEGRO	Lunes a viernes 22:00-00:00 AM	Cerramos el día, llevándote a la cama, con Adrián López el Negrito y Doña Clifas, disfruta de todas sus ocurrencias que ellos tienen para ti. La parte musical corre a cargo de éxitos actuales y recientes que se encuentran al gusto de los radioescuchas.
FIESTA MIX	Viernes y Sábado 22:00-1:00 AM	Las mejores mezclas musicales están por el 92.3 FM. Fiesta Mix, más de 3 horas, de música con DJ canelo. Fiesta Mix toda la música de

Fuente: Elaboración propia a partir del ejercicio de observación participante, esta tabla fue completada con la información que se presenta en la página oficial de la estación.
<http://www.fiestamexicanafm.com/programacion>

Programación LA Z, 107.5

Programa	Días y horario de transmisión	Programación alternativa	Descripción
ROA SHOW	Lunes-Domingo 6 am- 1 pm		Programa de revista caracterizado por ofrecer al radioescucha noticias, efemérides, horóscopos, clima, etc.
		LAS SERENATAS DE LA Z De 6-8 am	En este programa se realizan concursos para que la audiencia gane dinero en efectivo o el llenado del tanque de gasolina de su carro.
		LOS SONIDOS DEL AYER De 10-11 am	Programación de música de los años setentas, ochenta y noventa.
EL RECREO	Lunes- Sábado 1 -2 pm		Programa dedicado a las canciones y artistas más populares del momento, así como la invitación de eventos, bailes y conciertos.
FRENTE A FRENTE	Lunes-Sábado 2- 3 pm		En este programa los radioescuchas deciden que canciones quieren escuchar, se pone a competir dos canciones y la audiencia a través de su voto, vía telefónica, elige la canción ganadora.
LA CASCARITA DE LA Z	Lunes-Sábado 3-4 pm		Este espacio está dedicado a noticias sobre el futbol mexicano. Además, se regalan entradas a partidos y souvenir alusivos al deporte.
USTED PROPONE, LA Z LA PONE	Lunes-Sábado 4-5 pm		En este programa los radioescuchas son quienes proponen las canciones que serán escuchadas, las cuales serán programadas al instante.

CARRUSEL MUSICAL	Lunes- Sábado 5- 9 pm	Se programan las canciones más solicitadas durante la semana.
ENLACE PAISANO	Martes-Jueves 7-8 pm	<p>Este programa tiene la intención de vincular a las personas radicas en los Estados Unidos con sus familiares y amigos en México.</p> <p>“¿Quieres saludar a tus familiares y amigos que viven en Estados Unidos?</p> <p>Este es el espacio en donde se derriban las fronteras entre México y el mundo, enlazando corazones y sentimientos alrededor del universo, acompáñanos los martes y jueves de 19 a 20 hrs tiempo del centro.</p> <p>Cuando tengas ganas de escuchar la voz de alguien que esté del otro lado del Río Bravo llámanos y participa”.</p>
LOS ADOLORIDOS	Lunes-Jueves 10 PM-1 AM	En este programa la audiencia llama y cuenta circunstancias relacionadas con sus propias decepciones amorosas, se programan canciones que tienen el mismo concepto.
LAS TANDAS DE LA Z	Viernes- Sábado 9 – 11 pm	La selección musical está orientada al baile, se transmiten canciones de música de Banda, Salsa, Cumbia, Norteño, entre otras. con
LAS GRANDES DE LA Z	Sábado 12 a 1 pm	Aquí se programa el <i>top ten</i> de la semana con las canciones más escuchadas, acompañada de noticias sobre los artistas y próximas presentaciones en la ciudad.

Fuente: Elaboración propia. Basado en la programación de LA Z y su página en internet <http://laz.mx/programacion>

Anexo 2 Programación *Bandamax*: días, horarios y descripción de la programación a a partir de su página de Internet .

Programa	Días y horario de transmisión	Descripción
“Al compás de tus latidos”	Lunes, Miércoles y Viernes 5:00 pm	<p>Este es un programa en el que la pieza clave eres tú. Joselyn Juncal es la conductora de este programa, en donde se le da la oportunidad al público de realizar enlaces telefónicos con la persona que más aman, con su mejor amigo, e incluso investigar si su novio o novia les están poniendo el cuerno o simplemente dedicar un video.</p> <p>En Al Compás De Tus Latidos, Joselyn trata de darte los mejores consejos respecto al amor.</p>
“Bandamax tv”	Viernes 4:00 pm Repetición Domingo, 7:30 pm	<p>BandamaxTv es una emisión hecha para ti. Donde tú, el fan, eres el protagonista.</p> <p>Eres vital en la vida de los artistas y mereces un reconocimiento especial, por eso creamos este espacio para ti, donde tu foto o video a lado de tu artista favorito es lo más importante y queremos que lo compartas.</p> <p>Blanca Martínez "La Chicuela" será quien presente tu imagen y/o video a lado de tu artista favorito. No te puedes perder esta oportunidad de ser parte de BandamaxTv.</p> <p>Los requisitos son los siguientes:</p> <p>En la foto y/o video deben salir tú y tu artista.</p> <p>Sube tu fotografía y/o video al facebook de Bandamax: facebook.com/Bandamaxtv</p> <p>También puedes participar subiéndolo a través de tu Instagram ó Twitter utilizando el Hashtag #Bandamax_____ más el nombre de la agrupación que se dará a conocer semana con semana.</p> <p>Características del video:</p> <p>Deben salir tú y tu artista favorita (no se transmitirían videos donde solamente salga el artista)</p>

La foto y/o video debe incluir:

- Nombre completo
- Ciudad natal
- Anécdota de cómo conseguiste la foto y/o video
- Dónde y cuándo fue tomada la foto y/o video.

“Con + alma
grupera”

Viernes 8:00 pm |
repetición Sábado,
8:30 pm y Domingo,
4:00 pm

Este programa fue creado con el propósito de ofrecer a los nuevos talentos de la música grupera una plataforma para dar a conocer su proyecto a nivel internacional. “Con Más alma grupera”, busca convertirse en el puente idóneo para el público de este canal y las figuras del futuro en el territorio, esto mediante su conductora Joselyn Juncal que todos los viernes te presenta a los grupos y solistas que están buscando darse a conocer.

En este programa, Joselyn presenta el más reciente sencillo que estas promesas musicales están promocionando y mediante una entrevista permite a los televidentes conocerlos y saber lo que han hecho a lo largo de su carrera artística.

“Contacto paisano”

Sábado y Domingo
7:30 pm

“Contrabandeando”

Martes y Jueves 5:30
pm |
Repetición Domingo,
12:30 pm y 1:00 pm

Contrabandeando" es un programa conducido por Melinna y Melissa León, quienes se enfrentan en un mano a mano todos los martes y jueves para defender a su banda, grupo o cantante favorito, y harán todo lo posible para convencerte de que estés de su lado. En cada emisión te presentan a dos artistas con algunos de sus mejores videos, y además te pondrán al tanto de todo lo que acontece alrededor de su carrera: logros, premios recibidos, discografía, clubs de fans, fechas de presentaciones y datos curiosos. Pero tú opinión también cuenta, así que estarán al tanto de tus comentarios en las redes sociales.

“El Naucalpan son machin”	Lunes 8:00 pm Repetición Sábado y Domingo, 2:00 pm	Programa musical con entrevistas y mucho humor en donde tendremos la actuación especial de Albertano como el nuevo VJ de Bandamax y junto a El Macaco ellos estarán a cargo de la conducción del show y serán los anfitriones de este espacio en el que veras desfilan a las súper estrellas de la música grupera, así como a grandes personalidades del espectáculo. “El Naucalpan Son Machín” tiene el propósito de divertir y entretener al público de Bandamax.
“La canina del Tunco Maclovio”	Miércoles 8:00 pm Repetición Sábado, 12:30 pm y Miércoles, 2:00 pm	"La Cantina del Tunco Maclovich" por Israel Jaitovich incursiona en el mundo grupero con su personaje del "Tunco Maclovich" en este nuevo estilo de hacer televisión grupera. "La Cantina del Tunco Maclovich" es el espacio divertido y cómico del canal, que cuenta con la participación del inseparable "Gamborimbo" interpretado por Miguel Vallejo. El programa del Tunco, contiene secciones divertidas, sugerencias musicales, adivinanzas, análisis literario de las letras gruperas, y la lectura de los mailgramas en donde el público manda sus saludos y puede tener el honor de ser "ejecutado" por El Tunco siempre y cuando manden su foto.
“La Reina del Norte”	Martes 7:00 pm Repetición Jueves y Sábado, 9:00 pm	<p>Vanessa Arias es la encargada de conducir "La Reina del Norte", un programa en el que se presentan divertidas secciones "El Duelo De La Reina", donde se confrontan a dos artistas que se enfrentan para ganar compitiendo con algún rasgo físico que tengan en común, desde su sonrisa, hasta el color de piel y la estatura.</p> <p>"Los Combos De La Reina", aquí Vanessa Arias presenta dos videos continuos, cabe mencionar que esto es algo que únicamente puede encontrarse en este programa</p> <p>"El Tema De La Semana", en el que de una manera divertida "La Reina del Norte" nos platica acerca de situaciones cotidianas de pareja, sexuales y conquista y que al mismo tiempo que informa, entretiene al público.</p>

“Las más picudas”	Miércoles 7:00 pm Repetición Domingo, 5:30 pm	Programa conducido por Lizette Briones donde semana a semana nos llevará de la mano para conocer el top ten de Bandamax, que está conformado por los diez mejores videos de la semana, un programa en donde el público puede votar para que su video favorito ingrese o permanezca en el conteo, además de conocer las noticias más frescas y fechas de presentación de los grupos que integran la lista de "Las Más Picudas".
“Los 15 que soñé”	Viernes 8:30 pm Repetición Domingo, 6:30 pm	<p>Los 15 que soñé" es un programa conducido por Belinda Urías y Roberto Carlo, en donde niñas de 14 años vivirán una experiencia inolvidable para poder cumplir un gran sueño, tener su vestido de 15 años.</p> <p>Belinda y Roberto tendrán el honor de presentar a 3 participantes dispuestas a bailar, cantar y sobre todo divertirse al máximo, con las diferentes dinámicas: "La Trivia Cachichurris", "Cántele mi'ja" y ¿Quién soy?.</p> <p>Hay un jurado que dará sus mejores consejos a las participantes y también les otorgará una calificación, la cual será fundamental para poder elegir a una ganadora que se hará acreedora de un lindo vestido.</p> <p>Si quieres ser parte de esta inolvidable experiencia manda todos tus datos a los15quesone@televisa.com.mx</p>
“Pa'la Banda Night Show”	Lunes 9:00 pm Repetición Sábado, 7:30 pm	<p>Pa'la Banda Night Show, es un programa 100% musical. En donde semana a semana se cuenta con un grupo, banda o solista que interpreta en vivo sus mejores éxitos.</p> <p>Durante 52 minutos el público podrá disfrutar de una entretenida entrevista, buena música, baile y hasta un toque de picardía con la sección "La Banda Canta en Pa'la Banda".</p>
“Pídasela a Sergio”	Lunes, Miércoles y Viernes 6:30 pm Repetición Lunes, Miércoles y Viernes, 12:30 pm	Espacio donde se transmiten los videos que el público solicita a través de las llamadas telefónicas y redes sociales, pero no sólo eso, pues Sergio te hablará del amor, la amistad o situaciones de la vida cotidiana a través del tema de la semana. Como buen brasileño, también enseña algunas frases en portugués para compartir un poco de su cultura e

		<p>idioma al público mexicano. Además Sergio realiza una trivia sobre los videos de las bandas, conductores del canal y temas del género grupero y el ganador se llevará un regalo.</p>
“Qué quiere la banda”	Viernes 9:30 pm	<p>Es un programa 100% musical y grupero, que orgullosamente cuenta con diez años ininterrumpidos al aire en Televisa Guadalajara y es conducido en la actualidad por la guapa Elizabeth Castro y el talentoso Adrián Padilla.</p> <p>Los máximos exponentes de la música regional mexicana han pisado el escenario de “Que Quiere La Banda” compartiendo sus éxitos con el público.</p> <p>"Que quiere la Banda" ha sido una plataforma importante para las agrupaciones que inician su carrera y han despuntado con éxito.</p> <p>Que quiere la Banda" un programa que ya forma parte de la familia BANDAMAX y que podrás disfrutar Los Viernes A Las 9:30</p>
“Vámonos recio”	Lunes a Viernes 4:30 pm Repetición Lunes a Viernes, 6:30 am	<p>"Vámonos Recio" es un programa conducido por Belinda Urías donde el público podrá disfrutar de los mejores videos del momento, estrenos, noticias exclusivas del mundo grupero, reportajes e invitados en vivo, los cuales serán entrevistados de una manera muy alegre y divertida. Este programa está lleno de lo mejor de la música grupera.</p>
“Kiubo, kien anda ay”	Lunes a Jueves 4:00pm Repetición Lunes a Jueves, 8:00 am	<p>“Kiubo, kien anda ay" es un programa en el que la interacción con el público es total.</p> <p>De lunes a viernes a las 4 de la tarde los televidentes son invitados a votar por uno de los dos videos que se enfrentan en una confrontación. Son 3 los videos que resultan victoriosos y éstos son los que elige el público mediante el envío de mensajes SMS desde su teléfono celular y a través de llamadas telefónicas donde, además de emitir su voto, tienen la oportunidad de platicar con Toño Aldeco. Mientras las confrontaciones se están realizando, Toño da a conocer las noticias más recientes de estas agrupaciones para que el público no solamente vea el video de su artista favorito, también para que pueda enterarse de lo que éstas están haciendo.</p>

<p>“XE MARILÉ”</p>	<p>Miércoles 9:00 pm Repetición Lunes 2:00 pm y Sábados 8:30 pm</p>	<p>XE MARILÉ es un programa televisivo con formato de magazine musical con la conducción de Marilé Andrade. XE MARILÉ estará presente a través de reportajes y entrevistas, en los eventos gruperos más importantes, como las entregas de premios, grandes conciertos y eventos radiofónicos y televisivos de primer nivel.</p> <p>Este programa mantendrá un contacto directo con el público en las redes a través de la interacción con los sitios oficiales de XE MARILÉ, BANDAMAX y LA KE BUENA usando las plataformas de Facebook, Instagram y Twitter.</p> <p>El concepto de XE MARILÉ es brindar un gran escaparate de la música y el espectáculo del genero regional mexicano, con un gran atractivo en cuanto a contenido se refiere, pero con un lenguaje sencillo, divertido y en donde el carisma y dinamismo de nuestra conductora logre captar y enganchar a nuestro público objetivo, ofreciendo la opción más divertida y completa dentro de la programación televisiva del canal.</p>
--------------------	---	--

*Elaboración propia. Basado en la página: <http://bandamax.tv/programas>

Anexo 3 Principales bares en Zapopan. Basado en las entrevistas realizadas

Principales bares del tipo “Antro Banda-Bar” en el municipio de Zapopan 2014-2015

Nombre	Dirección y datos adicionales
El saloon VIP	Av. Mariano Otero 2407, Zapopan, Jalisco. Teléfono: 36316851 Facebook: https://www.facebook.com/Elsaloonvip?fref=ts
La Oveja Negra Antro Banda	Av. Vallarta 4454, 45120 Zapopán, Jalisco mapa: http://goo.gl/maps/Pdc0h 3121.98.37 3121.97.22 https://www.facebook.com/laovejanegra.com.mx
Mangos Bar Vip	Av. López Mateos Sur #5025 Zapopan, Jalisco Tel: 044 33 1526 4514 Abierto a partir de los viernes 9 PM https://www.facebook.com/pages/MANGOS-BAR-VIP/116972588379344?sk=info&tab=overview
La Cochera Banda Bar	Av. Mariano Otero #1696 Zapopan, México https://www.facebook.com/lacochera.bandabar/about
La Martina Antro Banda	Av. Patria 321. Zapopan, Jalisco Tel. 33 3656 5602 Descripción: El mejor lugar de banda y nortño en vivo con gran variedad de alimento. https://www.facebook.com/pages/La-Martina/1466896750190002?sk=info&tab=overview
Zapotlan, Las limas	Av. Patria, 45058. Zapopan, Jalisco. Tel.: 31255025

<https://www.facebook.com/pages/Zapotlan-Patria-Y-Mariano-Otero/172679302765090?fref=ts>

Guadalajara Banda Bar

Prol. Mariano Otero #1696. Zapopan, Jalisco.

Tel. 01314 109 7635

<https://www.facebook.com/pages/Guadalajara-Banda-Bar/259213520950569?fref=ts>

Descripción: El mejor lugar para bailar.

Nahual Banda Bar

455180 Zapopan, Jalisco.

El Torito Ranch Bar Banda

Av. Los Manzanos 22-4. Zapopan, Jalisco.

Tel. 33 1603 0429

<https://www.facebook.com/Eltoritoranchbanda?fref=ts>

Descripción: Un lugar campestre con música banda y norteño en vivo (Domingos) alitas, karaoke, bebidas, carnitas y chicharrones. Frente a la empresa Cloe en Tesistán.

Bar Viejo Wallace

Bandidas GDL

Av. López Mateos Sur #2379-A, col. Ciudad del Sol, Zapopan, Jalisco.

Tel. 01 33 13 68 55 15

Descripción: Bandidas bar & cantina, es un innovador concepto western en Guadalajara, Jal. Mx. contamos con servicio de cocina y nuestra especialidad en cortes Texanos.

<https://www.facebook.com/bandidas.gdl/timeline>

Fuente: Elaboración propia. Basado en la información otorgada por los entrevistados y las respectivas paginas en Facebook de cada uno de los lugares señalados.