



**El Colegio
de la Frontera
Norte**

DO-IT-YOURSELF ART

ESTUDIO DE LA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA
Y LAS REDES SOCIALES
DE CUATRO GRUPOS DE ARTISTAS DE TIJUANA.

Tesis presentada por

Claudia Verónica Sandoval López

Para obtener el grado de

MAESTRO EN DESARROLLO REGIONAL

TIJUANA, B. C.

2004

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de Tesis: _____
Dra. Fiamma Cordero di Montezemolo

Aprobada por el Jurado Examinador:

1.- _____
Nombre y firma

2.- _____
Nombre y firma

3.- _____
Nombre y firma

Índice

Resumen general	4
Agradecimientos	5
Prólogo	6
Introducción	8
I Parte. Los grupos	18
Los Kraftwerk mexicanos	36
Nada es común	52
Reciclaje urbano	57
Conclusiones I Parte	63
II Parte. Producción artística y redes sociales	69
Las políticas culturales	76
El papel de las instituciones en Tijuana	81
¿El nuevo rostro de la política cultural?: la IP en Tijuana	85
El <i>mundo artístico</i> tijuanaense	90
Ser o no ser artista	93
La ciudad y los artistas	104
Re/presentación: imagen pública y medios	111
Estrategias de organización	119
Redes sociales	143
Colaboradores, sí, más integrantes, ¡no!	155
Proyectos vs. Organización	163
Conclusiones II Parte	171
Conclusiones finales	179
Apéndice fotográfico	185
Bibliografía	196
Revistas y periódicos	204
Lista de imágenes	206

Resumen general

Existen pocos estudios sobre la organización de los creadores para la producción artística en Tijuana. Tan sólo algunos trabajos sobre producción musical y producción cinematográfica y videográfica. Este vacío se justifica debido a que el papel del artista hasta hace poco era el de un artífice solitario de objetos de carácter estético, por lo que la organización del trabajo en grupo, las colaboraciones y los proyectos multidisciplinarios tenían poca relevancia para el proceso creativo de sus obras. La transformación del rol del artista ha ido de la mano de cambios en las formas de expresión artística (debidos principalmente a avances tecnológicos), que sin duda implican también nuevos esquemas de producción.

En la actualidad, la producción artística en Tijuana descansa sobre una red social articulada por las relaciones –informales, flexibles y de confianza—que establecen los artistas y grupos de artistas entre sí. La organización productiva a través de redes manifiesta sistemas abiertos y en permanente construcción que obedecen a la necesidad de los actores para resolver problemáticas y potenciar los recursos disponibles. Asimismo, propone un modo de articulación multicéntrica ya que se trata del enlazamiento de grupos e individuos.

En esta investigación se abordan las estrategias de producción de cuatro grupos de artistas: Colectivo Nortec, Yonke Art, Radio Global y Bulbo.

Agradecimientos

Este trabajo ha sido realizado gracias al apoyo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y El Colegio de la Frontera Norte, institución en la que cursé mis estudios de maestría de septiembre de 2002 a agosto de 2004.

Considero que tuve la fortuna de encontrar en El Colef a profesores-investigadores que estuvieron siempre dispuestos a brindarme su apoyo y a compartir conmigo su experiencia y conocimientos. De entre ellos, quiero destacar la generosidad de quienes permanecieron conmigo de manera más estrecha y se convirtieron en personas clave no sólo para esta investigación, sino en mi proceso de formación profesional. Se trata de Fiamma Montezemolo, Norma Iglesias y Manuel Valenzuela. En mi relación con cada uno de ellos prevaleció el respeto y la confianza, lo cual contribuyó a generar un entorno de trabajo no sólo cordial, sino apto para el desarrollo de mis propias reflexiones e interpretaciones. La atención, cuidado y seguimiento que prestaron a mi tesis fue en todo momento un importante estímulo para seguir trabajando.

Deseo expresar también mi reconocimiento a los integrantes de Bulbo, Radio Global, Colectivo Nortec y Yonke Art. En particular, agradezco el entusiasmo de quienes participaron en los grupos focales y en las entrevistas citadas en el texto, así como el que me hayan proporcionado material gráfico o la autorización para reproducir en esta tesis las imágenes con los que contaba.

Prólogo



Imagen 1. «La Mona».

Recientemente leía un artículo escrito por Mike Davis¹ en el que hablaba de la creatividad de los tijuanaenses para hacer frente a sus problemas urbanos. Tijuana, una ciudad joven, abandonada por el gobierno federal y los presupuestos para el desarrollo urbano; con intensos flujos de población migrante; enclavada en una zona desértica y de topografía accidentada, entre otras vicisitudes, había conseguido vencer las adversas circunstancias de su entorno y funcionar como ciudad. Decía Davis: «Tijuana seems to defy the ordinary laws of gravity», y para explicar esto hablaba de «La Mona», una casa que tiene la figura de una mujer desnuda, que triunfante alza su puño al cielo, construida y habitada por el arquitecto Armando Muñoz.

Davis explicaba que es necesario para las ciudades estadounidenses aprender el genio por la improvisación urbana de las ciudades de América Latina, en particular de Tijuana, una ciudad que se ha construido a sí misma:

«In the Do-It-Yourself City, bricolage supplants master-planning, and urban design becomes a kind of *art brut*, generated by populist bulding practices».

¹ «Learning from Tijuana», tomado de Radical Urban Theory: www.rut.com

El campo del arte en Tijuana se ha producido de la misma manera, con pocos recursos, prácticamente sin instituciones, escuelas o espacios culturales. Pero, como bien señala Davis, esta situación –que es un tanto de desamparo y aislamiento--, ha generado una forma propia de trabajar y de asumir la existencia misma: el «Do it Yourself», esta mezcla de voluntad y desafío, esperanza e ironía, para aprovechar los recursos disponibles, reconvertir sus usos y significados, y con esto, transformar la ciudad y hacer de ella un lugar digno de ser habitado.

Introducción

Comprender los procesos de la producción artística en Tijuana fue el objetivo que emprendí en este trabajo. Supuse en un inicio que las prácticas productivas posiblemente constituirían una estrategia local de producción. Me prepuse identificar las características de la producción artística de algunos grupos, compararlas entre sí, y analizar sus percepciones y valoraciones sobre sí mismos y las relaciones con otros artistas, grupos de artistas e instituciones de cultura.

Consideré que la práctica artística en Tijuana había generado una estrategia local de producción basada en una red social articulada en relaciones sociales que se caracterizan por ser informales, flexibles y de confianza. Advertí, sin embargo, que la especificidad de la estrategia se encontraba más en la adaptación de este tipo de relaciones al contexto de Tijuana que en el desarrollo de una práctica excepcional en el mundo de las artes.

Había observado que existía una red sin la cual difícilmente podrían realizar sus obras y eventos, pero que sin embargo, existían aspectos identitarios que construían, reforzaban, debilitaban o destruían los grupos y la red de artistas.

El concepto de identidad es el que me permitió acceder a la raíz explicativa de este fenómeno. Como artistas y grupos, su identidad es el resultado de un proceso que ocurre en tres dimensiones: la integración o interiorización de su rol y estatus —impuesto o adquirido— como artistas y grupos; la estrategia o la racionalidad instrumental de su identidad como artistas para alcanzar objetivos (la identidad individual y grupal como un medio para la acción), y el compromiso o la posibilidad de contemplar un futuro imaginado o una nueva realidad personal, grupal y/o social (Valenzuela, 1992).

Las identidades son inevitables y concomitantes a la existencia del ser humano. Se presentan como pactos simbólicos que influyen en las prácticas sociales y constituyen recursos para

la articulación de proyectos, como en este caso son la formación de grupos, colectivos y la red de artistas.

Las identidades se forjan a partir de las posiciones relacionales de poder entre individuos y colectividades, y en la construcción social de la alteridad y otredad para el individuo y el grupo, esto es, en la creación de un «yo» y un «nosotros» frente a «los otros». Esto implica, por ejemplo, la definición de un modo de ser artista y la adscripción a un grupo *versus* los no artistas, o los que lo son de un modo que se percibe y asimila como *diferente*, y/o están adscritos a otros grupos. Además, los aspectos identitarios están definidos a partir de los elementos reales o ficticios *introyectados*, y tienden a reconocerse en las condiciones objetivas de vida, como son —entre otras cosas— las clases sociales.

Los grupos que seleccioné para realizar esta investigación han asumido su trabajo como el resultado de la colaboración dentro de un colectivo; desarrollan un proyecto común; han exhibido; cuentan con una trayectoria de colaboración grupal reconocida; han sido duraderos y sujetos de reflexión, análisis y estudio en artículos periodísticos y/o académicos. A los que reunieron estas características los llamé «grupos consolidados» y concluí que cuatro cumplían con esta condición: el Colectivo Nortec, Radio Global, Yonke Art y Bulbo.

Los cuatro grupos realizan un trabajo creativo que se desarrolla en el tiempo y que se caracteriza por la originalidad, la adaptabilidad y por sus posibilidades de realización concreta. Generan objetos que transfiguran ampliamente sus ideas, imágenes y sentimientos, por lo que no sólo emiten mensajes² sino que inventan nuevos lenguajes a partir de los que generan conocimiento estético. Los mensajes del artista son nuevos, ambiguos y polisémicos por lo que constituyen expresiones simbólicas que pueden ser interpretadas (Barrera Bonilla, s/f; Bertasio y Marchetti, 2000 y Gadamer, 1994).

² Una manera de definir al sujeto creador es a partir de establecer la relación entre sus mensajes emitidos y los recibidos. Si emite más de los que recibe es creador; si, por el contrario, recibe más mensajes de los que produce es consumidor (Stolovich, s/f). Aunque válida, esta definición no me parece suficiente para explicar la tarea creativa.

En particular estos artistas (o creadores) enlazan a través de su oficio las artes visuales, la música, la comunicación y el diseño para crear obras, eventos y conceptos. En todos los campos en que se desarrollan es claro el uso intensivo de tecnología para realizar video (experimental, documental, ficción), multimedia, cine, fotografía, instalación, diseño gráfico y música electrónica; y canales de expresión y difusión como son la radio, la prensa, la televisión y el Internet.

La construcción de su identidad se realiza en un doble proceso de auto-identificación y hetero-reconocimiento que se delimita a partir de la tradición, las inercias culturales, lo permanente, la adscripción y lo específico, por lo que para comprender a mis sujetos de investigación indagué sobre la auto-percepción de su rol y estatus social, y contrasté esta visión con mi propia mirada, conducida por una metodología de trabajo que incluyó la selección de paradigmas teóricos y conceptuales, como son el concepto mismo de identidad y habitus; artista, grupos de artistas, mundos artísticos y producción artística; red social; frontera e hibridación cultural; ciudad y políticas culturales.

Me parece ahora que en particular el apartado «Ser o no ser artista» refleja un rasgo esencial de la problemática de la actividad cultural en Tijuana: encontré que la etiqueta de artista está desgastada y distorsionada en su sentido debido a un abuso en su utilización –en especial en los medios de comunicación--, lo que ha contribuido a generar estereotipos negativos sobre el artista. Estos enfoques reducen la dimensión del concepto al de «estrella» y al de «artista profesional» (por ejemplo, al que expone en galerías y museos de arte), en menoscabo de una dimensión más amplia, como puede ser la de sujeto creador y renovador de sistemas simbólicos.

Desde un principio apliqué de manera indistinta los conceptos de grupo y colectivo para referirme a sus organizaciones. Entiendo que en el mundo de las artes al hablar de grupo se alude a una organización que se supone unívoca; mientras que un colectivo refleja la pluralidad de las posiciones e intereses de sus integrantes. Sin embargo estas posturas no son excluyentes en la realidad y por el contrario, los intereses individuales y grupales se ajustan cotidianamente en las prácticas organizativas de los grupos y colectivos que he investigado. Por ello sólo incluí las

visiones de los *integrantes* de los grupos y no las de sus colaboradores. Esta es una distinción relevante en mi investigación pues supongo que las decisiones relacionadas con los procesos productivos son tomadas principalmente por los integrantes, aunque en algunos grupos los colaboradores pueden incidir en ellas. Este fue un supuesto con el que inicié mi investigación, y que una vez concluida considero se sigue sosteniendo.

Para explorar las dinámicas de negociación en los grupos manejé la técnica de grupos focales en mi metodología. Realicé una sesión por cada grupo con un tiempo de duración de una hora y media a tres horas y media, aproximadamente³. Participaron todos los miembros de Radio Global y Yonke Art (4 en cada uno), y sólo algunos de Bulbo (6 de 18) y Nortec (3 de 7). En las dinámicas grupales propuse los temas que me parecieran básicos para construir en sus propios términos –pero a partir de mis objetivos de investigación– un trabajo que mostrara la multiplicidad de maneras en que ocurre la producción artística en Tijuana aún entre quienes pertenecen a una misma generación.

Encontré que su organización, profesionalización, formación académica y técnica, consumo y estilo de vida están influenciados en gran medida por el contexto específico de frontera con Estados Unidos en que se encuentra Tijuana, en su condición geográfica y como prácticas sociales; una ciudad que se caracteriza por su heterogeneidad de clase social, étnica, generacional, genérica y regional, misma que se manifiesta en múltiples procesos de integración, desencuentro, conflicto y disputa.

Desde su fundación –en 1889– los tijuanenses han experimentado intensos procesos sociales transfronterizos debidos a las relaciones familiares, a la circularidad del lenguaje, los

³ Aunque a cada grupo le propuse discutir los mismos temas, el tiempo que se tomaron para hacerlo fue muy distinto. De antemano, pienso que esto muestra sus percepciones sobre los temas, así como sus intereses, inhibiciones, aspiraciones, etc. Por ejemplo en Yonke Art la discusión más larga fue la de si se consideraban artistas, mientras que en Nortec este aspecto apenas se tocó. Otros fueron muy organizados con sus respuestas, como Bulbo, que incluso tomaron la iniciativa de levantar la mano para pedir la palabra sin que se les hubiera solicitado que lo hicieran; mientras los de Radio Global estuvieron «jugando» toda la sesión con algunos de sus productos de Radioglobal Toy Co. En los casos de Bulbo y Yonke Art las sesiones se realizaron en sus oficinas, mientras que en Nortec y Radio Global en casa de alguno de sus miembros (de Pepe Mogt y Elías Mora, respectivamente).

movimientos culturales, las redes sociales y los servicios. Muchas de sus actividades económicas (que no todas, por cierto) han estado orientadas a captar el mercado californiano. Así, por ejemplo, la naciente ciudad contó primero con una plaza de toros, un casino y un hipódromo que con una carretera que la uniera al resto del país⁴. De hecho, hasta 1940 los fronterizos pudieron cruzar la línea Tijuana-San Ysidro sin mostrar su pasaporte.⁵

A lo largo de su corta historia, Tijuana ha sido afectada profundamente por las decisiones que se han tomado en el país del norte: desde la Ley Seca o Ley Volstead, hasta las medidas adoptadas tras los acontecimientos terroristas del 11 de septiembre en Nueva York, los sucesos que han cimbrado a Estados Unidos, y en particular a California, se han dejado sentir de manera inmediata en esta frontera. Las devaluaciones del peso mexicano frente al dólar afectan con mayor fuerza el nivel y estilo de vida del fronterizo, quien utiliza la «moneda americana» para muchas de las transacciones comerciales de la vida diaria como son el pago de los alquileres de vivienda y comercios; la compra de bienes muebles duraderos, como los automóviles (sobre todo los usados de procedencia estadounidense) y la adquisición de bienes raíces.

Actualmente, Tijuana tiene el más rápido crecimiento poblacional del país⁶: cada año llegan a la ciudad aproximadamente 65 mil personas en busca de empleo, muchos de los cuales los genera el sector servicios y el industrial maquilador⁷. Es posible que al finalizar este año cuente con 1.5 millones de habitantes con los cuales estará concentrando el 49% de la población del estado de Baja California, en su mayoría jóvenes de entre 15 y 25 años⁸.

⁴ La construcción de la carretera a Mexicali comenzó en 1917, pero la plaza de toros inició sus actividades en 1907, el Tijuana Fair Casino en 1915, al igual que el Sunset Race Track. Fuente: Página web del Ayuntamiento de Tijuana, www.tijuana.gob.mx.

⁵ *Ídem*.

⁶ En los últimos 20 años, la ciudad ha crecido a una tasa promedio anual de 4.9%, ritmo superior al crecimiento en el estado (3.9%) y al nacional (2.3%). (Fuente: INEGI y www.soyentrepreneur.com).

⁷ Las maquiladoras se establecieron desde 1965 en el norte de México a partir del Programa de Industrialización Fronteriza. En la actualidad Tijuana alberga a 27 maquiladoras, las cuales realizarán el próximo año inversiones que van de los 4 a los 50 millones de dólares cada una. (Fuente: INEGI y www.soyentrepreneur.com).

⁸ Fuente: INEGI y www.soyentrepreneur.com.

No obstante ser una de las ciudades más visitadas del mundo (17 millones de personas cada año que dejan una derrama económica de mil 100 millones de dólares)⁹ así como poseer el puerto de entrada a Estados Unidos más transitado de la frontera norte de México (atiende 50 mil cruces vehiculares y 25 mil peatonales al día)¹⁰, la ciudad enfrenta serios problemas urbanos debidos principalmente a su acelerado crecimiento demográfico. Los más apremiantes son el abastecimiento de agua potable¹¹, la escasez de vivienda¹² y la seguridad pública. A pesar de la adversidad, la ciudad es funcional gracias al esfuerzo diario de sus habitantes, quienes de manera rápida, práctica y creativa han desarrollado estrategias orientadas a mejorar sus niveles de vida –de acuerdo a sus valoraciones, percepciones e intereses--.

En el imaginario social, Tijuana es considerada un espacio de ruptura y pérdida de la identidad nacional, por lo que sus habitantes son vendepatrias, pochos o agringados. Es zona de tolerancia, ciudad de vicio y corrupción de la dignidad humana; puente de oportunidades, trinchera cultural y territorio intermedio entre México y Estados Unidos, entre el tercer y primer mundo. También es desierto cultural, capital mundial de la violencia, el narcotráfico, las drogas, la prostitución, las apuestas, los bares y las cantinas. Una ciudad cara, fea y desorganizada; sin iglesias, sin tradiciones; sin arquitectura moderna, sin museos ni galerías. No es una ciudad tradicional, pero tampoco luce como una ciudad moderna. No es como Florencia ni como Barcelona; no se parece a Guadalajara pero tampoco a Monterrey. *Tijuana es otra cosa*. Es indiscutible, entonces, que gran parte de la atención que ahora reciben Nortec, Bulbo, Yonke Art y Radio Global, pero que antes tuvieron artistas de otras generaciones, se debe al «lugar» simbólico que ocupa el mito de esta ciudad en la sociedad *global*.

⁹ *Ídem*.

¹⁰ *Ídem*.

¹¹ La ciudad se ubica en una zona desértica, por lo que el agua es un recurso escaso y valioso. Su principal fuente de abastecimiento es el Río Colorado.

¹² Existen 300 mil viviendas mismas que en un 70% cuentan con servicios públicos básicos (luz, drenaje y agua potable). Al finalizar este año, se espera que esta cifra haya aumentado a 367 mil. (Fuente: INEGI y www.soyentrepreneur.com).

Tijuana era hasta hace una década el modelo por excelencia de los procesos de hibridación cultural, los cuales se han vuelto fenómenos comunes a todas las sociedades debido, principalmente, a la expansión del Internet, los medios masivos de comunicación, las industrias culturales y la publicidad. La teoría de la hibridación cultural surge para analizar los componentes materiales y simbólicos de las culturas urbanas contemporáneas en un momento en que todas las prácticas, y particularmente las artísticas, carecen de paradigmas que las sustenten, y, además, han perdido su conexión explicativa –exclusiva-- con el territorio y el tiempo *local*. En la hibridación los agentes reconvierten su patrimonio cultural (por ejemplo su cultura local, su identidad nacional y regional) al incorporar los valores de la posmodernidad y la globalización como una estrategia de supervivencia cultural (García Canclini, 2003b y 1990).

El término «hibridación» remite a las mezclas interculturales, a los entrecruzamientos entre lo tradicional y moderno que se experimentan como expresiones culturales objetivadas: por ejemplo, los espectaculares en inglés y español o el puesto de tacos a la salida de un McDonald's. Pero la hibridación implica también la interiorización de estos significados híbridos en los sujetos: en los modos de hablar y en el uso de expresiones procedentes de otras matrices culturales; en las fusiones entre platillos de diversos orígenes; en la reinterpretación del sentido y de los componentes de las fiestas populares, etc. Me parece, entonces, que la hibridación cultural es un proceso vivo en los artistas tijuanenses, tal como lo está en cualquier sujeto del mundo contemporáneo. Creo que la diferencia estriba en que en esta frontera no ha habido otra manera de experimentar los procesos culturales, ni paradigmas que destruir sobre una supuesta «pureza» cultural previa a la globalización.

Para quienes cruzan física y culturalmente la frontera, el espacio de Tijuana es fronterizo y transfronterizo. Sobre este espacio fronterizo/transfronterizo se teje la red social de artistas, grupos e instituciones públicas y privadas de promoción de la cultura. Esta red es un constructo relacional en el que existen vínculos (*ties*) que unen actores (*nodes*) que pueden ser personas, grupos, organizaciones o *clusters* de vínculos –así como de individuos—en un sistema social (Borgatti,

2003). La red es la estrategia principal de producción artística frente a políticas culturales institucionales de bajo perfil. Por lo general, estas políticas carecen de una visión de largo plazo sobre las aspiraciones de desarrollo artístico para la ciudad de Tijuana. Sin embargo, las políticas culturales institucionales aportan a la dinámica local respuestas «rápidas» en momentos de coyuntura. De esta manera, la articulación de las relaciones sociales en la red constituye la puesta en práctica de políticas culturales en Tijuana, en las cuales, indudablemente, las instituciones también participan.

Si he de hablar de redes y relaciones sociales en esta investigación, considero propicio señalar que desde hace algunos años conozco a la mayoría de quienes integran los grupos. Sin duda, la proximidad generacional ha sido un factor crucial en esta investigación misma que me ha permitido disponer de información «de primera mano»: conozco de cerca mucho de lo que aquí expongo, tanto eventos como actores, pues pertenezco al mismo orden de la realidad que investigo, ya que como observadora también soy parte de mi observación. Este es un problema epistemológico (el de mi propia subjetividad involucrada en la investigación) que he hecho consciente a partir de una metodología de trabajo. Me queda claro, no obstante, que no hay valoraciones neutrales de la realidad, que no hay saber objetivo ni desinteresado ni espectadores imparciales. Sé que como investigadora e intérprete debo establecer un diálogo no sólo con el *texto* que analizo sino también examinar explícitamente el origen y la validez de mis pre-juicios (Gadamer, 1994).

He prestado especial atención al contexto en que se han desarrollado mis sujetos de investigación, pues me interesa vincular este momento de su producción artística con la historia reciente de la ciudad. Mi intención al hacer esto es que mi trabajo no muestre a los grupos, su organización, actividades e incluso sus logros como hechos aislados sino como fenómenos plenamente enraizados a la geografía tijuanense. Este también es un esfuerzo por objetivar la subjetividad de los artistas y la mía propia en las condiciones materiales de vida.

Aunque no analizo la producción de estos grupos en términos estéticos ni simbólicos, no puedo dejar de reconocer su contribución en la construcción de un *nuevo* imaginario sobre Tijuana

cuyos efectos se palpan tanto al interior como al exterior de este contexto. Creo que es posible encontrar también en sus formas de organización propuestas sobre el proceso de producción artística. Con esto quiero decir que no sólo están ampliando el imaginario que existe sobre esta ciudad y la frontera, sino que están desarrollando relaciones de trabajo y maneras de conducir proyectos artísticos y culturales de los que se pueden obtener valiosas lecciones. Nuevas formas de expresión están generando nuevas formas de organización, y en ambos casos la tecnología está cumpliendo una función relevante, tanto como herramienta para la creación como para la comunicación.

Otros aspectos de la producción artística de estos grupos que no abordo y que me parecen relevantes para la comprensión del tema son la perspectiva de sus colaboradores, esto es, aquellos que no toman las decisiones centrales sobre el grupo, pero que sin duda influyen y son determinantes para su funcionamiento; la recepción de sus obras y las características de su público; la perspectiva de las instituciones con respecto a las nuevas formas de expresión y las nuevas estrategias de producción artística de estos –y otros-- grupos; y un análisis de la oferta educativa en artes y de la currícula en las carreras de comunicación y diseño gráfico. Sobre la producción artística en Tijuana es necesario conocer las condiciones laborales del trabajo artístico; la evolución de las formas de expresión y las estrategias de producción artística; y el trabajo creativo y artístico en los adolescentes¹³: sus formas de expresión, los foros, sus estrategias de organización y perspectivas de desarrollo.

Mi presentación de resultados y análisis de investigación refleja la lógica que seguí en los grupos focales. En la primera parte hablo de los integrantes los grupos, las circunstancias y lugares donde se conocieron; las actividades que han desarrollado y a las que se dedican en la actualidad; y

¹³Antes de iniciar esta investigación, ignoraba la dimensión y fuerza de los movimientos culturales encabezados por los adolescentes tijuanenses. A esta generación pertenecen los nacidos a finales de los ochentas y principios de los noventa, quienes en la actualidad forman parte del *resurgimiento* del fenómeno de las bandas locales, las cuales se caracterizan por la hibridación de géneros como el rock, ska, punk, reggae, rap, pop, etc. Puedo advertir que los seguidores de estos movimientos –en su mayoría-- no son los mismos que gustan de la electrónica, por ejemplo –aunque la electrónica también está renovando su público--.

la percepción de los momentos que consideran claves en la consolidación grupal. En esta parte abordo la cuestión del consumo televisivo y de bienes de procedencia estadounidense (y la presencia en la vida social juvenil de los hermanos Arellano Félix –de Ramón en especial-- y los narcojuniors).

La segunda parte, producción artística y redes sociales, trata sobre las formas de organización de los grupos y las relaciones que establecen con otros artistas, grupos e instituciones. Esta parte refleja más intensamente sus dinámicas, en especial porque sus percepciones son comparadas entre los cuatro grupos. Reproduzco fragmentos de los grupos focales con la intención de mostrar la lógica con la que fueron elaboradas sus ideas. Aún así, el orden en que aparecen los temas y los segmentos de las entrevistas no reflejan la secuencia del grupo focal. Esta modificación es responsabilidad mía y cumple el propósito de mostrar más adecuadamente mis intereses de investigación. Lo mismo ocurre con las intervenciones de los grupos sobre los temas que expongo: en algunos casos incluí opiniones de los cuatro pues consideré que todos aportaban algo a la discusión; y en otros, sólo mostré las de algunos (al menos de dos) debido a que ese aspecto no fue abordado a profundidad con los grupos omitidos, o bien juzgué que no contribuían al desarrollo del argumento. Por último presento las conclusiones generales de mi investigación, las cuales considero pueden estar aún sujetas a nuevas discusiones.



**Imagen 2. De la serie fotográfica «Caleidoscopios»,
de Itzel Martínez del Cañizo, Yonke Art.**

I Parte. Los grupos

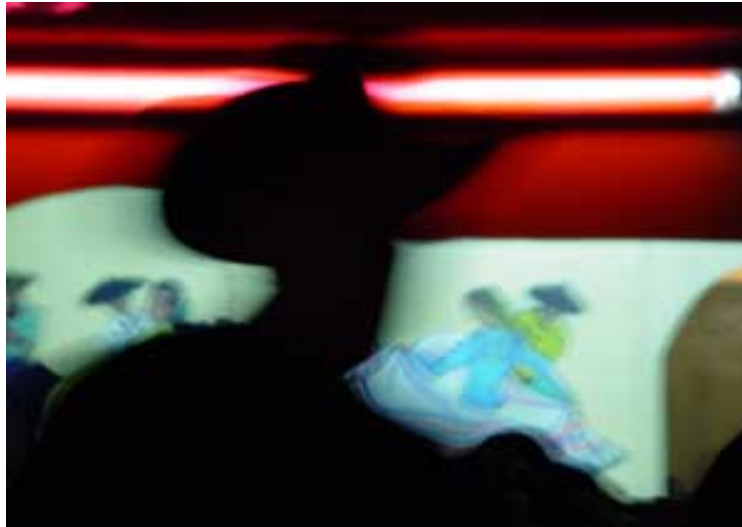


Imagen 3. Video still del documental «La Estrella Dancing Hall» realizado por Itzel Martínez del Cañizo (Yonke Art) y Sergio Brown, «Checo» y José Luis Martín, «Huicho» (Nortec Visual).

La formación de colectivos de artistas no es un fenómeno reciente en el mundo del arte. De hecho, la actividad artística requiere de una red de relaciones sociales que la sustenten

(Schibli, 2002; Becker, 1982). La «naturaleza» de los lazos entre artistas y de estos con las instituciones depende del contexto socioeconómico y cultural en que desarrollan sus actividades, así como de la etapa de desarrollo del artista, su reconocimiento y trayectoria, las actividades que realiza y la proyección de éstas, principalmente.

En México, a raíz del reconocimiento internacional¹⁴ del colectivo Nortec, se intensifica la formación de grupos y colectivos de músicos en ciudades como México, Monterrey y Guadalajara¹⁵. Esta tendencia se extiende a otras disciplinas con rapidez. En Tijuana, después de Nortec –surgido en 1999–, aparecieron Galatea Audio/visual en el 2000 y Bulbo en el 2001; y Yonke Art y Radio Global en el 2002. Estos grupos consideran al colectivo de música electrónica como el detonante de un fenómeno que hasta entonces permanecía latente. Aunque las relaciones de los grupos con Nortec se abordarán en la segunda parte, considero pertinente mencionar en este espacio dos comentarios que explican la relevancia de la presencia del colectivo para la creación de otros grupos en la ciudad. En una entrevista que realicé en la Cervecería Tijuana¹⁶, el coordinador de Radio Global, Mauricio Cuevas, el «Fab», afirmó que su proyecto forma parte de la «Era Nortec», lo cual reforzó en el grupo focal: «yo veo a Nortec que fue un detonador, aquí en la región, impresionante... invitó a mucha gente a sumarse, a aportar algo, aquí en Tijuana». Iván Díaz de Yonke Art coincidió en este punto:

¹⁴ Sin el reconocimiento internacional de Nortec, la aceptación del colectivo, principalmente entre los melómanos tijuanenses, seguramente no se habría dado. En un encuentro de escritores bajacalifornianos que se realiza cada año en la Cervecería Tecate, en Tecate, Nortec ofreció una presentación en el verano de 1999 cuando tenía poco tiempo de haber salido el Nortec Sampler. En esta presentación, algunos de los asistentes cuestionaron el proyecto, sobre todo su originalidad. El comentario era que realmente no podía distinguirse nada novedoso en su sonido. Meses más tarde, ninguno de los críticos de Nortec hacía estos comentarios. Otro punto importante en el rápido proceso de aceptación del sonido del colectivo y del reconocimiento de su originalidad se da cuando artistas reconocidos del mundo del rock, como Gustavo Cerati, incursionan en la electrónica y elogian ampliamente el trabajo de Nortec. Hay que recordar también que los críticos extranjeros de las principales revistas de música electrónica del mundo (*Wire*, *Wired*, *Urb*, *Gear*, etc.) fueron los primeros en celebrar al colectivo tijuanense, opiniones que marcaron la pauta de la crítica nacional en países como México, donde no existe una fuerte presencia ni de la música electrónica ni de revistas prestigiosas que aborden la escena electrónica.

¹⁵ «Static Radio» conducido por Ejival (Enrique Jiménez) y Roberto Castañeda en entrevista con Jorge Verdín, Clorofila. Estéreo Frontera, junio de 2004, Tijuana, B. C.

¹⁶ El 25 de marzo de 2004.

...ahorita estamos en una época digamos de transición en la que el artista descubre y surge, y tiene mucho que ver con Nortec, ¿no?, a partir de Nortec hay un boom, hay un detonador que ayuda a volcar los ojos internacionales en Tijuana en una visión más allá de la que tiene que ver con putas, con drogas y con que mataron a Colosio.

Nortec se presenta como el proyecto local que trasciende este contexto para insertarse con éxito en una dinámica global, lo cual hasta ese momento –el año 2000-- nadie cercano a ellos había logrado. En ese sentido, el reconocimiento de Nortec les plantea la posibilidad de crecer profesionalmente en sus respectivos campos de interés, pero también les demanda una nueva manera de abordar su producción.

Pienso que Nortec cumple un doble papel en la producción artística de la ciudad: por un lado es un grupo, y como tal en un principio lo abordé, de la misma manera que a Bulbo, Yonke y Radio Global; pero también es –como lo expusieron Iván y el «Fab»--, una pieza esencial del contexto que contribuyó a la renovación de la dinámica artística en la ciudad, un proceso que venía gestándose desde tiempo atrás, pero que encontró un fuerte aliento en la resonancia nacional e internacional del colectivo musical. Considero que fueron determinantes en el contexto local para la creación de nuevos grupos por lo que sus antecedentes y descripción requieren de una mayor exposición.

Pero sin duda, existen antecedentes fundamentales de la actividad artística en Tijuana previos a la aparición y visibilidad del Colectivo Nortec. Uno de ellos es InSite, un programa artístico binacional que desde sus inicios en 1992 ha intentado crear condiciones comunicativas para la región a partir de las expresiones artísticas. InSite ha invitado a artistas reconocidos internacionalmente a situarse en la frontera Tijuana-San Diego para desarrollar proyectos que reflejan la interculturalidad fronteriza. A pesar de las debilidades del programa (es un evento elitista y con escaso poder de convocatoria de públicos), InSite se deriva de un esfuerzo sin precedentes en la región que ha enriquecido las experiencias de arte en la frontera (García Canclini y Valenzuela Arce, 2000). Otros antecedentes de la formación del campo artístico en Tijuana son el Festival Internacional de la Raza (posteriormente Festival de la Frontera); el Taller de Arte Fronterizo; las

bienales estatales de artes plásticas y literatura; el taller de artes plásticas de la UABC en Tecate; la Orquesta de Baja California, el Centro Hispanoamericana de Guitarra y la Escuela de Música del Noroeste; y la creación en la década de los ochentas del Centro Cultural Tijuana, El Colegio de la Frontera Norte, la Universidad Iberoamericana y la Escuela de Humanidades en la UABC.

Recupero de los antecedentes de Nortec, Bulbo, Yonke Art y Radio Global elementos que percibo esenciales, que reflejan sus similitudes y particularidades: he tratado de identificar los contextos en que se dieron los primeros contactos, el tipo de lazos que los unieron y los mantienen unidos como grupos hasta hoy, y las características de los proyectos que presentan. En este ejercicio no sólo se evidencia la complejidad de la dinámica colectiva, sino que una vez más aparece un postulado básico de mi investigación: cada uno de los participantes de estos grupos tiene fuertes razones para integrarse a un colectivo, sin embargo hay aspectos identitarios sin los cuales esta lógica no se pondría en marcha.

Los músicos del Colectivo Nortec oscilan en edades que van de los 30 a los 40 años; mientras que los integrantes de los otros grupos –Bulbo, Yonke Art y Radio Global--, tienen edades que van de los 20 a los 35 como máximo. Además, existe una continuidad de gustos e intereses entre todos ellos ya que fueron influenciados en mayor o menor grado por los mismos sucesos. Es posible identificarlos, entonces, como representantes de una misma generación¹⁷ (Kun, 2004; Iglesias, 2002; Amparán, 1996; Marías y Rintala, 1975; Dennis, s/f).

El espacio en el que se desenvuelven estos grupos es el de Tijuana, no obstante están influenciados por acontecimientos sociales, económicos y culturales cuyos focos se encuentran muy lejanos geográficamente de esta ciudad. En la literatura académica y periodística que trata sobre

¹⁷ Otros que también pertenecen a la misma generación son los hermanos Arellano Félix. Cuando empecé a buscar información sobre la presencia de la banda sinaloense en Tijuana, encontré coincidencias en las actividades sociales de Benjamín y Ramón con las de algunos de los miembros de mis grupos de estudio. Su vida social en la ciudad, sus amistades con los jóvenes de sociedad, los lugares donde se divertían y las colonias por donde circulaban, me llevaron a establecer una conexión entre ellos. Considero, entonces, que pertenecen a la misma generación, en particular Ramón, quien más se desarrolló socialmente en Tijuana, y que, además, nació el 31 de agosto de 1964, apenas un año después que Bostich (el integrante de más edad de Nortec).

esta frontera se dice que Tijuana es un punto intermedio entre Estados Unidos y México, el primer y tercer mundo sin ser ninguno de los dos, sino negociando continuamente su identidad; un espacio que lleva la delantera en la construcción de espacios híbridos, mezcla de lo tradicional, moderno y posmoderno, una clara muestra de lo que se espera de las sociedades en el futuro si continúa la lógica marcada por los procesos de globalización.

Un aspecto fundamental en la conformación de los grupos es el espacio en que se conocieron. La mayoría de ellos lo hizo en el contexto de la escuela. También sobresalen las relaciones que entablaron a raíz de coincidir en gustos musicales, en lugares de esparcimiento (clubes, bares, conciertos, tocadás, fiestas, etc.) e incluso por intereses religiosos o espirituales (meditación).

En ese sentido, se puede hablar de un estrato social y económico común: la clase media. Tal vez el rasgo más característico de este sector sea el poseer una visa para cruzar legalmente a Estados Unidos. La obtención de este documento implica que debieron reunirse una serie de requisitos que excluyen a gran parte de la población: se debió comprobar, por ejemplo, el ingreso económico; la estabilidad en el empleo o la rentabilidad de la fuente de ingresos (si se trata de un negocio o comercio propio); la existencia de cuentas bancarias; las propiedades (automóviles, casas, terrenos) y el arraigo en la ciudad.

La clase media tijuanense se caracteriza, entonces, por cruzar habitualmente la frontera. Las razones por las que lo hace son diversas, pero algunas de las principales son el consumo de bienes, diversión y entretenimiento; la formación educativa; las relaciones laborales y los vínculos afectivos. Por ejemplo, los integrantes de los 4 grupos de esta investigación cruzan al menos para consumir bienes, cultura o diversión; pero también los hay que estudiaron en California, como Pedro, Jorge y Pepe de Nortec; y Cristina y Carla de Bulbo –aunque en realidad todo el grupo ha tomado cursos prácticos en Chula Vista–; sé que Pepe, Carla y Sebastián (Bulbo) trabajaron del otro lado, y que actualmente lo hacen Adriana (Yonke) y Jorge (éste último no sólo trabaja sino

también radica en Pasadena, California). En cuanto a los vínculos afectivos, todos tienen alguna parte de su familia y/o amistades en la ciudad o estado vecino.

En la frontera, contar con la doble ciudadanía, la mexicana y la estadounidense, representa la posibilidad de acceder a «lo mejor de ambos mundos»¹⁸: por un lado, Tijuana, una ciudad dinámica y con una intensa vida social (y más lo parece si se le compara con San Diego, una ciudad conservadora, cara y un tanto aburrida); y por el otro, la oportunidad de disfrutar los beneficios del primer mundo: una oferta educativa amplia, empleos pagados en dólares y créditos para la adquisición de bienes de consumo (como los automóviles). Lo ideal para las personas en esa situación es ser commuters, esto es: vivir en Tijuana y trabajar y/o estudiar en San Diego. Diariamente, miles de personas viven esta experiencia: ir y venir de uno y otro lado de la frontera. Pero ganar en dólares y gastar en pesos, tiene «su precio», y éste es el tiempo de espera en las largas «colas» para cruzar la línea fronteriza, lo cual es física y emocionalmente desgastante. Sin embargo, una medida que ha agilizado este proceso para los commuters y para muchos fronterizos, es la adquisición de un pase anual y personal que les permite cruzar más rápidamente por una línea especial llamada Senti¹⁹, lo cual representa para los fronterizos un signo más de estatus social: para empezar, el trámite del pase tiene un costo aproximado de 130 dólares por persona; el gobierno de Estados Unidos realiza una detallada investigación de los antecedentes del solicitante para aprobarlo, por lo que es factible que el permiso no le sea concedido, a pesar de haber cubierto el importe del trámite (tal como ocurre con la visa láser). Por último, es sólo para quienes cruzan en

¹⁸ Muchos fronterizos hacen esfuerzos económicos y de logística notables con tal de que sus hijos disfruten de este privilegio. Primero, cubrir los costos hospitalarios: 5 mil o más dólares para partos normales –costo similar al que tendría en un hospital privado en Tijuana-- pero muy altos para cesáreas y otras complicaciones (15 mil dólares o más). Además, hay que cruzar la línea con anterioridad y permanecer en territorio estadounidense para no correr el riesgo de que los agentes de inmigración le impidan entrar al país a la futura mamá. Esta práctica discrecional tiene como fin prevenir que las embarazadas reciban atención gratuita en hospitales públicos, pero también es una media para custodiar la nacionalidad.

¹⁹ Senti son las siglas de Secure Electronic Network for Travelers Rapid Inspection, un programa del US Customs and Border Protection que utiliza tecnología de identificación vehicular automática para revisar al conductor y su vehículo cada vez que cruzan la frontera.

automóvil, y no hay alternativas que agilicen el cruce peatonal, el cual, a ciertas horas el día es tan intenso como el vehicular.

Debido a que la obtención de la doble ciudadanía implica un trámite ante el gobierno mexicano, muchos fronterizos no lo realizan. Son ciudadanos norteamericanos por haber nacido en Estados Unidos, y como tales no votan en México ni tienen derecho a los servicios de educación que ofrece el Estado. En esta situación se encuentran Pepe Mogt y Jorge Verdín. Como lo indiqué antes, muchos fronterizos de la clase media –a pesar de no tener la ciudadanía--, encuentran la manera de trabajar y estudiar en Estados Unidos.

Por lo general, los hijos de la clase media asisten a escuelas privadas en Tijuana y cuando se trata de públicas, son las de mayor prestigio. Radican y desarrollan gran parte de sus actividades diarias en las zonas urbanizadas de la ciudad. Temen la violencia, sobre todo la generada por el narcotráfico, y, sin embargo, este sector es el que más ha penetrado el narco mundo. De la clase media tijuanense no sólo han obtenido complicidad, sino elementos valiosos para la organización de la mafia. Los narco juniors son un fenómeno social tijuanense que no se ha extinguido con la muerte de quienes recibieron por primera vez este nombre: los amigos y colaboradores de los hermanos Arellano Félix. Por el contrario, nuevos jóvenes se están incorporando a las filas de organizaciones criminales. Es posible, además, que no todos los que parecen vinculados al narco mundo lo estén, pero eso muestra que existe una poderosa cultura de la violencia que los impulsa a seguir estos modelos de comportamiento²⁰, así como una sociedad que lo tolera.

En general, los tijuanenses aplauden el éxito económico y lo persiguen afanosamente. Es una ciudad industrial y propicia para el desarrollo de emprendedores. A su manera, Tijuana es tierra de oportunidades, en donde ya sea por medios legales o ilegales es posible acceder a la riqueza. No obstante, como en todo México, ciertos sectores de la clase media atraviesan un proceso

²⁰ Por ejemplo, portar armas de fuego y dispararlas a la menor provocación en sitios públicos, en ocasiones causando la muerte de sus víctimas.

de reducción de su capacidad adquisitiva, y una disminución paulatina de sus posibilidades de crecimiento.

El interés por la cultura y el arte es una cuestión de estatus; lo mismo ocurre con las problemáticas sociales derivadas de la pobreza. De cierta manera, también es una sociedad racista: discrimina a los migrantes indígenas, responsabiliza a los foráneos de la delincuencia en las calles y menosprecia a los gringos que abarrotan los centros nocturnos de la Avenida Revolución, lugares que los jóvenes de clase media no frecuentan pues ellos se divierten en otras zonas de la ciudad, en sitios a los que sólo asisten *locales*.

Nada más lejos de suponer que la clase media es un sector homogéneo, y que los integrantes de Bulbo, Yonke Art, Nortec y Radio Global son puramente el resultado de este entorno social: hay aspectos introyectados como parte de su identidad (por eso me parece importante describir las características principales de su estrato social y cultural), pero sin duda, como sujetos capaces de discriminación, selección y adscripción de estos elementos identitarios, existen otros que no sólo no han sido asimilados, sino en los que se sitúan en oposición.

La mayor parte de los integrantes de Bulbo se conocieron en la escuela en los niveles de primaria, secundaria y preparatoria²¹. Asistieron a los colegios más antiguos de Tijuana, como son el Instituto Progreso, el Colegio La Paz e el Instituto México, todos ellos religiosos (católicos) y privados. Más adelante aparecieron las fiestas y las agrupaciones musicales; algunos bares como el desaparecido Rana's de Plaza Fiesta y la House (Casa Alvarado) de la calle sexta en la Zona Centro de la ciudad²². Sin embargo, para Bulbo en particular, fueron esenciales en su historia las clases de meditación Chi-kung que tomaron en la unidad deportiva CREA a finales de los años noventa, pues ahí se integró el grupo de amigos que se habían conocido en el ambiente escolar con otro grupo de

²¹ En el ambiente escolar se conocieron Paola Rodríguez, Carla Pataky, Lorena Fuentes, Cristina Velasco, Omar Foglio, Miguel Ángel Álvarez, Miguel Velasco y Laura Velasco.

²² En el ambiente de las fiestas y las tocadas conocieron a Sebastián Díaz y a Eduardo Navarrete.

personas que practicaban la meditación²³. Bulbo tiene su origen en este grupo de meditación, pero no sólo porque la mayoría de sus integrantes proceden de él sino por los valores *grupales* que desarrollaron.

La meditación como lazo espiritual de los integrantes de Bulbo es un factor de unión intenso ya que por años han realizado ejercicios espirituales, algunos de ellos arduos, que han estado orientados al autoconocimiento, a fomentar la disciplina, a la renuncia del ego y el encauzamiento de la energía, entre otros. Sin embargo, no todos los que participaron de este grupo de meditación han llegado hasta Bulbo. Sin duda los gustos, intereses e incluso el estrato social y económico han influido en la conformación actual del grupo²⁴.

Por su parte, los integrantes de Yonke Art señalaron como su principal contexto de referencia la etapa de estudio en la Escuela de Humanidades de la Universidad Autónoma de Baja California. Dos de los integrantes del grupo, Itzel Martínez del Cañizo Fernández e Iván Díaz Robledo, se conocieron en la preparatoria; a Adriana Trujillo Méndez la conocieron en la universidad, y a César García Valderrama (ex el «Chiquis», ahora «Sajjad Abderrahman» o sólo «Sajjad») lo conocieron, como ellos mismos dicen, «andando en la bola»: en fiestas, bares y, en particular, por ser músico de Nona Delichas²⁵, una agrupación de rock local ya desaparecida.

La Escuela de Humanidades fue un espacio de encuentro de esta generación de jóvenes artistas, como lo señalaron los de Yonke Art. Por ejemplo, Bulbo cuenta con dos integrantes –Dulce y Adán-- estudiantes de Humanidades y que entraron al grupo a realizar sus prácticas de servicio social, además hay un par de egresados de Lengua y Literatura Hispanoamericana y Comunicación –Paola Rodríguez España y Eduardo Navarrete Pajarito--; y algunos otros dan clases en la carrera

²³ Al grupo de meditación pertenecen David Figueroa y José Luis Figueroa.

²⁴ La meditación es una práctica que se inserta en el movimiento New Age iniciado en la década de los setentas, y que se ha difundido ampliamente en los países desarrollados, sobre todo entre los habitantes de las grandes metrópolis. En México también se ha dado este fenómeno, en particular en la población de clase media y alta, escolarizada y residente de zonas urbanas. Es un movimiento espiritual de raíces heterogéneas que responde a la crisis de paradigmas religiosos, sociales y políticos, y a la percepción de decaimiento social y espiritual de las sociedades contemporáneas (www.religioustolerance.org/newage.htm).

²⁵ La cantante del grupo, Claudia Morfín Beas, mejor conocida como Iaia, es sobrina de Pedro Gabriel Beas de Nortec; además Pedro y Chiquis fueron vecinos los primeros 20 años de sus vidas.

de Comunicación –Carla Pataky Durán y Omar Foglio Almada--. Para Nortec –y en especial para la conformación del colectivo visual-- fue esencial que uno de los miembros del colectivo musical, Pedro Gabriel Beas²⁶, perteneciera a la Family²⁷, un grupo de amigos –en su mayoría estudiantes de Humanidades-- del cual salieron todos los video-jockeys de Nortec.

Durante la etapa de estudiantes universitarios algunos miembros del grupo de amigos la Family se fueron a vivir juntos a una casa ubicada en la Mesa de Otay, a 10 minutos de la universidad y a unos cuantos pasos de la Garita de Otay (puerto de entrada a Estados Unidos), a la que llamaron «La Locura» y que sirvió como punto de reunión de todo el grupo. Reunidos en esa casa dos de los integrantes actuales de Yonke, Itzel e Iván, y otros jóvenes creadores, algunos de los cuales formaron parte del colectivo visual de Nortec (Sal Ricalde y el «Tavo» Castellanos), surge por primera vez la idea de crear una casa productora. Como ellos mismos cuentan, la casa fue más para «echar desmadre» que para trabajar, pero coincidieron en señalar que este fue de los primeros intentos de organización que realizaron para algo más que las fiestas. Tan sólo unas cuantas producciones generó «Familia la Locura», entre ellas algunas participaciones en exposiciones colectivas y una revista-objeto, *La Vena Pública*.

Otro antecedente de Yonke Art es el grupo de producción audiovisual Bola 8, formado en el contexto de la Escuela de Humanidades con estudiantes de la universidad interesados en el cine. A Bola 8 pertenecieron varios de los integrantes del grupo de amigos La Family, y prácticamente todos los habitantes de la casa la Locura. Como ellos mismos cuentan, hubo varios intentos de formar asociaciones de trabajo, siendo el proyecto más acabado hasta el presente el de Yonke Art.

Bola 8 fue un grupo que generó una dinámica interesante en la ciudad ya que representa el primer esfuerzo por forjar una producción organizada e «independiente» (aunque con el apoyo limitado de la UABC) (Iglesias, 2002). Sin embargo, su renombre se debe más a los comentarios que

²⁶ Cuando nace Nortec, Pedro estudiaba el quinto semestre de la carrera de Literatura (la cual dejó inconclusa). Antes había terminado sus estudios en Economía, también en la UABC.

²⁷ Al grupo de amigos la Family pertenecen además los escritores Rafa Saavedra y Carlos Adolfo Gutiérrez Vidal.

se hicieron entorno al grupo y al proyecto que en sí a la calidad o las propuestas de producción: se produjo muy poco, tan sólo unas cuantas obras fueron terminadas y de esas aún menos fueron exhibidas²⁸. Fue un grupo de producción local que no rebasó este ámbito, pero que como experiencia formativa para quienes lo integraron resultó muy provechosa. Como señalan los de Yonke, en ese momento pertenecer a Bola 8 era «estar haciendo algo».

Los antecedentes de Radio Global se ubican en otro contexto. Su particularidad es que todos se desenvuelven en el campo del diseño gráfico: son diseñadores e ingenieros en diseño gráfico digital. Algunos de ellos estudiaron en el Cetys Universidad (escuela privada y laica) y otros en la Universidad Iberoamericana (privada y católica). Tres de ellos se conocieron en el Cetys, y al otro integrante, Elías, lo conocieron por medio de amigos mutuos y al coincidir en fiestas y conciertos.

Todos los grupos consideraron que la amistad es la base principal de su unión²⁹. Sin duda una forma de amistad es el noviazgo, situación que ningún grupo mencionó pero que se ha dado en los grupos y es bien conocida. Al interior de las agrupaciones ha habido relaciones afectivas, lo cual refleja la fortaleza de los lazos de amistad –como ellos mencionan–, y también que se vinculan socialmente con personas pertenecientes al mismo círculo de amigos³⁰.

La amistad es el vínculo de unión fundamental entre los grupos. Por amistad y cariño han resuelto problemas laborales, los cuales se han solucionado sin perder los lazos afectivos pero sí la relación laboral. Finalmente, siguiendo la trayectoria de todos los grupos y sus afirmaciones, la amistad es el factor que les ha permitido consolidarse, siendo aquellos con quienes los vínculos son más débiles, o bien «menos solidarios», los que no han podido integrarse o permanecer en los colectivos. A este respecto considero importante indicar el tamaño de los grupos: Bulbo está integrado por 18 personas (cuentan hasta con una representante en Monterrey), mientras que Yonke

²⁸ Para más información sobre la producción audiovisual en Tijuana ver el trabajo de tesis de Adriana Trujillo Méndez: *El cine y video independiente en Tijuana de 1996 al 2000*.

²⁹ Con frecuencia, la amistad se basa más en la semejanza de ideales que en la afinidad de los rasgos de la personalidad. Los individuos escogen a sus amigos porque les parece que reflejan lo que a ellos mismos les gustaría llegar a ser (Klein, 1975).

³⁰ Al respecto, se ha desarrollado la teoría de la homofilia, la cual señala que las personas tienden a relacionarse con personas de su mismo tipo: raza, género, clase de educación, unión organizativa, etc. (Borgatti, 2003).

Art sólo lo está por 4 personas. Sin embargo, en La Family, la matriz de Yonke, hay fácilmente más de 20 personas, varias de las cuales también se dedican a la producción audiovisual. Radio Global, por su parte, está integrado por 4 personas también, pero colaboran de manera muy estrecha Efrén Miranda, diseñador gráfico, creador de *Sube/Baja*, una revista de la que se habla mucho en el ambiente *cultural* «joven» de Tijuana, pero de la que sólo se han publicado 2 números desde el 2000 año en que salió por primera vez; y Poncho Muriedas, representante de Kimika en Tijuana, una empresa promotora dedicada a la organización de fiestas de música electrónica conducida por Jesús Navarro desde San Diego (aunque él es de Tijuana también) y que realiza eventos para público californiano y baja californiano en el corredor turístico Tijuana-Ensenada. Sin embargo, esos son los colaboradores más cercanos de Radio Global, con quienes comparten las oficinas ubicadas en la Colonia Cacho, pero su estructura y dinámica de trabajo los acercan casi a manera de equipo a muchas más personas.

La mayoría de los integrantes de Nortec se conocieron siendo estudiantes de preparatoria: en el bachillerato de la Universidad Iberoamericana, institución privada y de hermanos jesuitas, y en la Preparatoria Federal Lázaro Cárdenas, escuela pública y laica. Pedro Gabriel Beas Urueta y Pepe Mogt³¹ se conocieron en la prepa de la Ibero³², pero Pepe ya conocía a Roberto Mendoza López, Panóptica, pues antes de estar en la Ibero cursó un par de semestres en la prepa federal. Pedro visitaba con frecuencia la *Lázaro* porque tenía amigos en ella, y conocía de vista a Roberto. Por ese

³¹ José Trinidad Morales G.

³² En el bachillerato de la UIA conocieron a las gemelas Julieta e Ivonne Venegas. Acerca de la famosa cantante, a quien llamaron en un artículo publicado en El País «La princesa de Tijuana», se dijo que proviene de «esa clase media que vota por el PAN y se agarra al desvanecido sentido de identidad de la vieja Tijuana, que creció con la Ley Seca y la facilidad para los divorcios. Gente conservadora y laboriosa» (*Zeta*, núm. 1579). El papá de las artistas (una rockera y la otra fotógrafa artística) es un fotógrafo muy conocido en la ciudad, José Luis Venegas. Su actividad profesional se ha dirigido a eventos sociales, como los estudios de boda, actividad que ha complementado en los últimos años con la organización de los eventos «Expo-Boda». Asimismo, fue el fotógrafo de cientos de estudiantes de colegios privados quienes lo llamaban «tío Venegas».

tiempo en que había pocos seguidores del new wave en Tijuana, el estilo de vida expresado a través de la vestimenta les permitía identificarse³³.

Las tardeadas de los domingos en la Oh! (discoteca ya desaparecida) fueron un punto de reunión importante para los adolescentes de los ochentas, donde escuchaban lo más selecto del pop rock, electrónica y new wave inglés, alemán, español y estadounidense. Una mención aparte merecen los conciertos del Iguanas³⁴, un club ubicado a unos pasos de la línea fronteriza en el centro comercial Pueblo Amigo en Tijuana. En este lugar llegaron a presentarse los grupos y artistas más importantes del rock mundial³⁵. Aunque permaneció abierto poco tiempo, de 1988 a 1990, y estuvo dirigido al público californiano, repercutió intensamente en la formación musical de algunos tijuanenses, entre los que se encuentran los músicos de Nortec. En esa misma época, se ubican las tocaditas del Río Rita, un centro nocturno ubicado en la Avenida Revolución, en el que esporádicamente se organizaban presentaciones de música electrónica e industrial, por lo general con grupos locales. A estos eventos asistía un público conformado en su mayoría por tijuanenses, que podría definirse como fiel a sus gustos musicales pero también muy escaso. Un poco más adelante, ya en la década de los noventa, el Club A, también sobre la Avenida Revolución, destinó una sección a la música electrónica, industrial y new wave.

Algunos de los grupos precursores de la electrónica en Tijuana son Avant Garde, Vandana, Synthesis, La Place, VIV, Bostich³⁶, Voces Múltiples y Neo Danza, entre otros. A principios de los noventa se formó Artefakto (antes Synthesis), una agrupación que ganó reconocimiento nacional entre los seguidores de la electrónica pos-industrial y con el cual se editaron 3 álbumes (1991 y 1996), entre ellos un vinilo (Mendoza, 1999). En 1997 Artefakto cambió de nuevo de nombre,

³³ Copetes altos, cabellos pintados de negro, ropa oscura, camisetas de los grupos del momento como The Cure, The Smiths, Depeche Mode, entre otros; chamarras de piel negra con sierres; clippers y pantalones de colores intensos, entre otros, eran algunos de los distintivos en su arreglo personal.

³⁴ Sobre el Iguanas y otros espacios del rock en Tijuana ver el artículo de Rafa Saavedra «Terminal Norte. Los espacios para el rock tijuanense en los noventa» (1999).

³⁵ Algunos de los grupos que llegaron a presentarse son Nirvana, Jane's Addiction, Pearl Jam, Nine Inch Nails, Dee-Lite, Soundgarden, KMFDM, Bad Religion, Sepultura y Sonic Youth. *Ibidem*.

³⁶ Ramón Amezcua, mejor conocido como Ramón Bostich, quien por cierto, estudió música clásica junto a Julieta Venegas con músicos profesores de la Orquesta de Baja California.

convirtiéndose en Fussible, y poco tiempo después, con la salida de Roberto Mendoza, apareció Panóptica, un proyecto también de electrónica creado e integrado sólo por Roberto. Así, es posible identificar las raíces de Nortec en los inicios de la escena electrónica tijuanaense, que datan de finales de los años ochenta.

Melómanos, coleccionistas de música y de sintetizadores, cajas de ritmo y teclados que produjeron los sonidos clásicos de los ochentas, los miembros del Colectivo Nortec están unidos por la *pasión* a la música y a la tecnología. Sus conversaciones puedan llegar a ser totalmente incomprensibles sobre todo cuando comentan acerca de las posibilidades de los equipos electrónicos y los programas de software con los que trabajan. Entre ellos hablan un lenguaje común, que les permite entenderse a pesar de las diferencias «ideológicas».

Podría decirse que es la pasión por la música el factor de unión de esta generación, pero no sólo para los de Nortec. Radio Global nació para satisfacer el gusto musical de un grupo de amigos (diseñadores gráficos en su mayoría), quienes descontentos con la programación de las estaciones de radio locales decidieron crear su propio canal. De sus gustos musicales, hay uno muy especial: Soda Stereo. De hecho, el nacimiento de Radio Global está ligado a la admiración por Gustavo Cerati, líder de este grupo. De él fue la primera canción que programaron el 10 de octubre de 2002, día en que iniciaron sus transmisiones por Internet.

La influencia de los medios de comunicación estadounidenses fue muy poderosa para quienes crecieron en Tijuana en los años ochenta y noventa³⁷. Lo primero que hay que anotar es que Tijuana no recibía la señal de la televisión nacional, así que el único canal en español era el 12. La programación local era muy limitada y no ofrecía contenidos atractivos para niños y adolescentes (si acaso repetían una vez a la semana –los sábados–, «Chespirito», programa que muchas veces fue sacado del aire sin que se ofreciera ninguna explicación para ello). Por lo tanto, la opción para

³⁷ El consumo cultural, esto es, lo que se posee y lo que se puede llegar a poseer, es uno de los aspectos que intervienen en la construcción de las identidades, posiblemente de los más influyentes en la actualidad (García Canclini, 1995).

los niños y adolescentes era ver la televisión en inglés, de la cual había mucha más variedad, pero, sobre todo, no sufría interrupciones abruptas, y la señal llegaba a los hogares las 24 horas del día³⁸.

Para los más chicos la diversión consistía en ver las caricaturas³⁹, que fueron el primer y más contundente paso para aprender inglés; luego seguían los programas, que por esa época los había de superhéroes o seres humanos dotados de facultades extraordinarias, algunos de los cuales se repetían una y otra vez: The Incredible Hulk⁴⁰, Wonder Woman⁴¹, The Amazing Spider Man⁴², The Six Million Dollar Man⁴³, y los de artes marciales de Bruce Lee y la serie Kung Fu⁴⁴, en la que David Carradine encarnó al legendario personaje Kwai Chang Caine⁴⁵. Para quienes podían y querían trasnocharse, estaba además el programa de comedia pícaro inglés The Benny Hill Show⁴⁶ y el de Johnny Carson, The Tonight Show⁴⁷, el cual siempre contó con la presencia de los artistas del momento en Estados Unidos. Aunque esta programación televisiva llegó a todos los rincones del mundo, no sucedió lo mismo con los anunciantes y sus productos. A 10 minutos de la línea fronteriza (o tal vez menos), se localiza la ciudad de Chula Vista la cual siempre ha ofrecido todo aquello que se anuncia por la televisión estadounidense.

³⁸ Acerca de la televisión en la frontera ver los trabajos de Amelia Malagamba «La televisión y su impacto en la población infantil de Tijuana» y «Medios de comunicación en la frontera norte» de Norma Iglesias.

³⁹ Las caricaturas más populares en los setentas fueron: Tom and Jerry, Rocky & Bullwinkle, Superfriends, Shazam! y Sesame Street; en los ochentas: Transformers, Thunder Cats, Teenage Mutant Ninja Turtles, GI Joe, Voltron, Alvin & the Chipmunks, He-Man, The Flintstones, The Jetsons y Captain Planet; en los noventas: Dragon Ball/Z, Sailor Moon, Caballeros del Zodiaco, Power Rangers, Pokemon y The Simpsons.

⁴⁰ Primera transmisión: 1978 a 1982.

⁴¹ Primera transmisión: 1976-1979.

⁴² Primera transmisión: 1977.

⁴³ Primera transmisión: 1974-1978.

⁴⁴ Primera transmisión: 1972-1975.

⁴⁵ El director de cine Quentin Tarantino estrenó en el 2004 un par de películas, Kill Bill, vol. 1 y 2, en las que rinde tributo tanto a la serie Kung Fu como a las películas de artes marciales de Bruce Lee. En ellas recupera las temáticas, la rudeza de los efectos especiales y el sentido de la estética tanto de la serie de televisión como de las cintas filmicas. Tarantino nació el mismo año que Bostich, 1963.

⁴⁶ Transmisiones de 1969 a 1989.

⁴⁷ El programa estuvo al aire de 1962 a 1992 bajo la conducción de Carson y actualmente lo está por Jay Leno.

En Chula Vista también estaban las ofertas del cine⁴⁸, un aspecto relevante en la formación cultural de los tijuanenses de estrato medio, prácticamente imposible de obtener en Tijuana, ya que en los ochentas y principios de los noventas, a las salas de la ciudad llegaban retrasados los estrenos de Hollywood o bien sólo proyectaban cine porno.

Cada verano, había una moda diferente entre los jóvenes del sur de California: la patineta, la bicicleta, los patines, etc. Estas tendencias llegaban de manera inmediata a las calles de Tijuana, mas no gracias a la publicidad de sus comercios, sino a que las novedades aparecían en los escaparates de las tiendas de Chula Vista y San Diego, y en revistas que los adolescentes compraban en supermercados y tiendas de discos.

La situación de frontera contribuyó a familiarizar a esta generación con los cambios tecnológicos. Los músicos del Colectivo Nortec, por ejemplo, asimilaron los ritmos del pop electrónico por la estación de radio de San Diego 91X⁴⁹, la cual programaba en los ochentas las novedades musicales del new wave. Otro aspecto relevante es que fueron seguramente los pioneros en México en divertirse con los juegos de video, como Pac Man y Atari⁵⁰, y de los primeros también en utilizar las computadoras personales y la telefonía celular. Los de Radio Global consideran incluso que de no haber vivido en esta frontera seguramente no le habrían seguido el paso a los avances en la tecnología de las computadoras. La cercanía con California, el centro mundial del desarrollo de estos y otros avances, marcó una pauta primordial en sus carreras profesionales, y no porque tuvieran acceso a los centros de investigación y desarrollo de IBM o empresas semejantes, sino porque en California existen grandes cadenas de productos electrónicos y de computación que compiten entre sí y con tiendas de segunda especializadas por ofrecer los

⁴⁸ Entre las películas más influyentes para esta generación se encuentra la trilogía de Star Wars. Una muestra de ello es que los chicos de Radio Global compraron la máscara de un Storm Trooper (aparecieron con ella en *Bulbo Press*, no. 6), y tienen pensado adquirir el traje completo.

⁴⁹ Cuya señal sale de Tijuana por lo que a media noche se entona el himno nacional como en todas las estaciones mexicanas.

⁵⁰ Entrevista a Pedro Gabriel Beas, Hiperboreal, del Colectivo Nortec.

precios más bajos o «accesibles» en partes, equipo y software, *todo* lo que se va quedando ligeramente «atrás».

La cultura del «reuso» es otro elemento esencial en la vida cotidiana tijuanaense que asimilaron los integrantes de los grupos. En particular, el reciclaje de computadoras, cámaras fotográficas, de cine y video; sintetizadores, cajas de ritmo y teclados⁵¹; y, como todos los fronterizos, los automóviles y las autopartes. Primero del *americano* y luego del mexicano, aparecieron en los años ochentas los primeros Swap Meets (una combinación entre tianguis de fin de semana y tiendas de segunda) en donde era posible encontrar todo tipo de mercancías usadas: libros, revistas, películas y discos; aparatos eléctricos y electrodomésticos, ropa, sillones, juegos de sala y comedores. En Tijuana, en particular, también los yonkes, las llanteras y los lotes de autos usados han subsistido por el reciclaje de lo que en Estados Unidos se desecha. Lo mismo ocurre con las viejas casas preconstruídas, generalmente de madera, con las cuales se iniciaron los asentamientos aledaños a la línea Tijuana-San Ysidro, y que décadas más tarde siguen llegando, sólo que ahora para ubicarse en las zonas marginadas. También han cruzado la frontera las puertas de garage y las llantas, materiales que se utilizan en la construcción de viviendas y en la fabricación de muros de contención y escaleras en las laderas, cañones y cerros⁵² de las zonas periféricas.

⁵¹ El reciclaje de sintetizadores, cajas de ritmo y teclados, así como de otros elementos para la creación musical, ha pasado de ser una actividad accidental a una esencial dentro del proceso creativo de los músicos electrónicos. Hace algunos años buscaban en los Swap Meets equipo usado que pudieran obtener a precios módicos (debido a que en muchas ocasiones los vendedores ignoraban el tipo de mercancía que estaban ofreciendo); pero en los últimos años estas búsquedas se han vuelto esenciales porque ahora desean obtener la textura de los sonidos analógicos que sólo los viejos aparatos les ofrecen. En la actualidad, estos aparatos (creados a finales de los setentas y ochentas, e incluso un poco antes) son sumamente codiciados. Aunque las compañías de software han logrado emular de manera digital su calidad de sonido, la posesión de los aparatos se ha convertido en un rasgo de estatus dentro del mundo de la música electrónica. Pepe Mogt, por ejemplo, es posiblemente quien más aparatos *vintage* posea en el país, lo cual difícilmente hubiera podido lograr en los noventas estando en alguna otra parte de México. Hoy en día es posible coleccionar este tipo de equipo desde cualquier lugar del mundo si se cuenta con una conexión de Internet y una tarjeta de crédito ya que se ha generado un importante mercado para estos bienes en la red (por ejemplo, en eBay).

⁵² En general, la topografía de la ciudad es accidentada y el suelo árido y arcilloso.

Evidentemente no todos los que crecieron en esta ciudad en los ochentas y noventas tuvieron oportunidad de disfrutar de este «típico estilo de vida clasemediero tijuanaense»⁵³, y menos aún cuando en estos mismos años se dio el crecimiento explosivo de la ciudad debido a la migración, lo que trajo como consecuencia mayores problemas de urbanización, marginación y pobreza, pero también nuevos conflictos para establecer la convivencia social, derivados en particular de la exacerbación de los regionalismos⁵⁴.

En resumen, en la formación de la identidad de clase y en su objetivación como condiciones materiales de vida, confluye el capital económico y cultural de los agentes, quienes tienen tantas más cosas en común cuanto más próximos están en ambas dimensiones. A esta posición corresponde un *habitus* o prácticas sociales como estilo de vida (Bourdieu, 1997). Los integrantes de Bulbo, Yonke Art, Radio Global y Nortec comparten un estilo y condiciones materiales de vida, así como un contexto socioeconómico y cultural que los vincula. Tienen incluso un conocimiento cercano de su realidad de vida cotidiana⁵⁵: si bien existe una facticidad objetiva de su sociedad, también está presente su interpretación o su creación de un significado subjetivo de lo que en ella acontece (Berger y Luckman, 1995).

Para esta generación, como ingredientes de su facticidad objetiva se encuentran el bordo y las garitas de cruce; las maquiladoras, la presencia de los migrantes, el narco mundo y la corrupción policíaca –representada por los hermanos Arellano Félix⁵⁶ y la vida social de los narcos y narco

⁵³ Esta expresión fue utilizada por Pedro Beas para abordar la cuestión de la hibridación cultural. Considera que la hibridación es fuerte en Tijuana para cierto estrato social, el medio y alto, y que todavía puede ser más palpable en la generación previa, la de los nacidos en Tijuana en los años cincuenta y sesenta, quienes prácticamente no tuvieron ningún contacto mediático con el centro del país durante su juventud. En el espacio social, que es uno de diferencias, existen las clases sociales «no como algo dado sino como algo que se trata de construir» (Bourdieu, 1997: 25).

⁵⁴ Por ejemplo, en los ochentas, cuando se acentúa la migración de capitalinos a Tijuana y al norte del país, circula la expresión «Haz patria, mata un chilango», la cual aparece como pintas en varios sectores de la ciudad.

⁵⁵ La vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los seres humanos y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente. Es la realidad suprema, en la que el arte representa una zona limitada de significado, que se convierte en una desviación pasajera de la atención que el hombre siempre tiene puesta en la vida cotidiana (Berger y Luckman, 1995).

⁵⁶ Sobre los hermanos Arellano Félix y los inicios del Cártel de Tijuana, ver *Horas Extras. Los nuevos tiempos del narcotráfico* (2003), así como *El cártel. Los Arellano Félix: la mafia más poderosa en la historia*

juniors⁵⁷--; la delincuencia; la pobreza y marginación en los asentamientos irregulares; el cambio de partido en el gobierno; la presencia constante e ineludible de los medios masivos de comunicación y la aparición del Internet; y hasta el mismo San Diego, entre otras muchas cosas. El significado subjetivo de estos factores se encuentra en sus expresiones artísticas las cuales, me parece, están más próximas discursivamente a los planteamientos de un programa de arte del tipo de InSite que a lo que otros artistas de la región habían realizado hasta entonces. A grandes rasgos, y sin ser el objetivo de este trabajo, puedo advertir que en los trabajos de los pintores, músicos (clásicos, de rock y jazz), artistas multidisciplinarios, hay una obra más introspectiva y un deliberado aislamiento o abstracción del contexto social; InSite y las propuestas de Bulbo, Yonke Art, Radio Global y Nortec persiguen lo opuesto: se dirigen a la exploración de la frontera, la ciudad y lo urbano, y la presencia de estos elementos objetivos es reiterada en sus obras, a partir de su incorporación y recreación como símbolos y signos.

de América Latina (2002), ambos del periodista y co-director del Zeta Jesús Blancornelas. La página electrónica del semanario es www.zetatijuana.com.

⁵⁷ Por ejemplo, el Tijuana Tilly's de la Avenida Revolución y la discoteca Oh!, considerada en su tiempo una de las 5 mejores del mundo por sus juegos de luces láser (Blancornelas, 2002). Estos lugares, que forman parte de la historia del rock local (Saavedra, 1999), eran frecuentados por Ramón Arellano y sus amigos, muchos de ellos estudiantes y egresados de la preparatoria del Instituto México, quienes se convertirían en matones de su organización y serían identificados por la prensa como *narcojuniors*. Un evento que Rafa Saavedra incluye en su recuento de los espacios del rock tijuanense, el MexFest, es también conocido en la trayectoria de Ramón en la ciudad: en 1987 la estación de radio de San Diego 91X organizó en las instalaciones del Hipódromo de Agua Caliente un concierto con figuras del rock internacional como The Bangles, Oingo Boingo, The Fixx, entre otros. Ramón y sus amigos lo vieron desde la terraza de una residencia vecina al hipódromo. Cuando los organizadores se percataron de esto, mandaron colocar una manta que les impidiera ver gratis el concierto. La primera vez, Ramón mandó a su gente a quitarla; la segunda, él mismo la quitó e hirió a un policía municipal que se le enfrentó. Pronto se congregaron muchas patrullas en el lugar, pero cuando reconocieron a Ramón, se retiraron y el incidente no pasó a mayores (Blancornelas, 2002).

Los Kraftwerk mexicanos



Imagen 4. «Washaman» de José Luis Martín, Nortec.

El colectivo Nortec está integrado *actualmente* por 5 músicos y 2 vjs⁵⁸. Llegó a estar formado por 10 músicos y por lo menos 5 vjs, pero no por más personas. Se trata de Pepe Mogt, quien hasta el año pasado (2003) compartía el proyecto de Fussible con Jorge Ruiz, «el Melo»; Pedro Gabriel Beas, «el Popis», en el proyecto Hiperboreal, del cual participó como integrante Claudia Algara, pero quien nunca se presentó en vivo como parte del proyecto, aunque sí aparece en las primeras fotografías del colectivo; Jorge Verdín con Clorofila, proyecto que compartía con Fritz Torres; Ramón Amezcua, mejor conocido por el nombre de su proyecto, Bostich, también nombrado «El padrino de Nortec» (por ser quien creó la primera canción del colectivo), y Roberto Mendoza, «el Pussy», creador del proyecto Panóptica. Se han separado del colectivo musical dos proyectos:

⁵⁸ Hay varios sitios que se pueden visitar para tener acceso a información de Nortec en línea: www.nortec.org, el cual lleva ya un buen tiempo en construcción; www.milrecords.com, el más completo: incluye breves biografías de los proyectos, toda la discografía, novedades, eventos, fotos y calendario de presentaciones; además se puede bajar gratis música del colectivo; es actualizado constantemente por Pepe Mogt, quien también realizó el diseño de la página; www.bostich.org, el cual tiene un diseño muy atractivo realizado por Ángeles Moreno –colaboradora «estrella» de Nortec-- y ofrece información en particular sobre este proyecto; www.fussible.com también bajo la batuta y diseño de Pepe Mogt; www.hiperboreal.com se encuentra en construcción.

Terrestre de Fernando Corona y Plankton Man de Ignacio Chávez Uranga. Su primera producción internacional «The Tijuana Sessions Vol. 1» (Island Records y Mil Records), ha vendido más de 100 mil copias⁵⁹ tan sólo en Estados Unidos.

El colectivo visual, el cual funciona como un apéndice del musical, está dirigido por Jorge Verdín y Pepe Mogt. De ellos dependen actualmente dos video jockeys: Sergio Brown, el «Checo», quien se presenta como vj ChBrown, y José Luis Martín, el «Huicho», vj Mashaka⁶⁰. Ellos se encargan de mezclar las imágenes en vivo y generar algunas de estas, las cuales, todas sin excepción, son manipuladas en programas de diseño por Jorge. Pepe, de acuerdo a Jorge, es como el «director de arte»: sugiere ideas para la creación de visuales, orienta el proyecto, y es sumamente influyente en esta área. Algo que hay que anotar, sin embargo, es que Nortec se ha nutrido de imágenes de muchos artistas visuales, lo que tal vez ha propiciado la confusión entre quienes integran el colectivo, y quienes se consideran colaboradores. Esta confusión entre colaboradores y miembros también está presente en Radio Global; confusión que no es para ellos, por cierto, sino para quienes los perciben desde afuera (prensa, academia, otros artistas e instituciones).

En cuando al colectivo visual, han salido de Nortec tres vjs: Salvador V. Ricalde, «Sal», vj Sal; Octavio Castellanos, el «Tavo», vj TCR, e Iván Díaz Robledo, el «Güero», vj Piniaman, miembro del colectivo Yonke Art.

La raíz de la confusión entre miembros y colaboradores se encuentra en haber definido al colectivo desde el inicio como un movimiento de artistas: se llegó a decir que formaba parte de un proyecto creativo más amplio conducido por Raúl Cárdenas de Torolab⁶¹ («Nortec, the musical arm of Torolab...»⁶²); pero fue más que nada la disquera la que aprovechó el boom de Nortec en la

⁵⁹ No hay información disponible por parte de la disquera que permita verificar este dato. Desde que iniciaron los conflictos del colectivo con la casa productora, ésta no ha dado a conocer al grupo las ventas de sus discos, ni les ha entregado regalías sobre sus ventas en los años 2003 y 2004. Fue en el 2002 que alcanzaron las 100 mil copias.

⁶⁰ El «Checo», el «Huicho» e Itzel (integrante de Yonke Art), trabajaron juntos en la elaboración del documental «La Estrella Dancing Hall» bajo el nombre de Loops Urbanos. Presentaron este trabajo como tesis para obtener el grado de licenciatura en Comunicación de la Escuela de Humanidades, UABC.

⁶¹ Para más información sobre los proyectos de Torolab visitar el sitio: www.torolab.com.

⁶² Reseña aparecida en *Artweek*, 32, no. 7/8, julio-agosto, 2001.

ciudad como estrategia publicitaria para promocionar al grupo como «...a collective of musicians, graphic designers, architects, fashion designers, remixers and producers», lo cual, *en realidad*, no sucedió⁶³.

Nortec es un proyecto musical muy joven iniciado apenas en 1999. La anécdota es que a Pepe, aburrido y fastidiado de la tambora y el norteño que tocaban en una fiesta familiar, se le ocurrió experimentar con esta música fusionándola con bases de electrónica. Visitó el Estudio 82⁶⁴, un lugar de grabación de música norteña⁶⁵ y de banda sinaloense⁶⁶, y le pidió a su propietario, Manuel el «Niño» Estudillo un CD con sonidos de tubas, acordeones, trompetas, y demás instrumentos de la banda. Este CD de samplers fue reproducido y distribuido entre quienes en ese tiempo Pepe conocía que trabajaban la música electrónica.

La idea de Pepe se inserta en una tendencia que comenzó en los años noventa en la música electrónica: la fusión⁶⁷. Los primeros géneros en mezclarse con la electrónica fueron los más reconocidos en el mundo de la música: el latin jazz, los ritmos brasileños⁶⁸ y los afro-antillanos, incluidos en ellos la salsa, el merengue, la cumbia y el chachachá. Grupos y proyectos como Jazzanova⁶⁹, Señor Coconut⁷⁰ de Uwe Schmidt, Gotan Project⁷¹, son algunos de los trabajos más reconocidos.

⁶³ En el disco también aparece lo siguiente: «Nortec Collective is not a genre or a group or a band *but an entire electronic aesthetic*. Nortec stands for norteño-techno; Tech-Mex cut and paste; the convergence of high-tech, low-tech and traditional northern Mexican music. The Tijuana Sessions Vol. 1 is the sound of the First World in the Third and the Third World in the First» (subrayado propio). Es de notar que en un momento en que las corrientes estéticas en el arte –y especialmente en la música– se han extinguido, se realice la afirmación anterior como estrategia de marketing.

⁶⁴ El estudio está ubicado en la Zona Norte y por él han desfilado muchos de los grupos más populares del género como los Tucanes de Tijuana.

⁶⁵ O música de conjuntos de acordeón.

⁶⁶ Se le conoce también como banda de viento.

⁶⁷ Para algunos la fusión que realiza Nortec representa su aceptación de la ideología hegemónica europea, la cual los obligaba –a fin de ser aceptados– a presentarse como «los otros», como los productores de un sonido exótico (Madrid, 2002).

⁶⁸ Paradójicamente, los cariocas que han incursionado en la fusión de electrónica con ritmos brasileños no han logrado el reconocimiento que alcanzaron los alemanes, pioneros en estos trabajos.

⁶⁹ Es un colectivo formado en 1995 por un grupo de djs que tocaban en el club Delicious Doughnuts en Berlín. Está integrado por Alexander Barck, Class Brieler, Roskow Kretschmann, Stefan Leisering, Axel Reinemer y Jürgen von Knoblauch. Su primera producción fue «Fedime's Flight» (1997), la cual salió bajo el sello alemán Compost, el primero en Alemania que exploró ritmos fuera del tecno y del house. Una pieza clave de su éxito internacional fue su aparición en el programa de televisión de Gilles Paterson de la BBC.

La fusión realizada por Nortec de la música de banda sinaloense está enmarcada por otra historia⁷², ya que éste género hace apenas dos décadas no era conocido en México, mucho menos en el mundo⁷³. Hay que tener presente que desde la década de los sesentas el cine de Hollywood y cantantes como Frank Sinatra⁷⁴ contribuyeron a difundir los ritmos brasileños y afro-antillanos. Un ejemplo reciente de la influencia del cine en la divulgación de la música⁷⁵ fue el provocado por el filme «Buena Vista Social Club» de Win Wenders, el cual internacionalizó un género –el son cubano-- que hasta entonces había estado al alcance de muy pocos fuera de su tierra natal, Cuba, de México, y, en general, América Latina⁷⁶. En lo que respecta a la banda, el proyecto más fuerte y

Hasta entonces eran reconocidos en la escena electrónica por sus remezclas. En el 2000 recibieron el premio al artista más innovador en los Ibiza Dj Awards (información tomada de Internet).

⁷⁰ Schmidt, seguramente uno de los músicos más prolíficos en la electrónica –cuenta con decenas de alias bajo los cuales realiza sus diferentes proyectos-- ha producido tres discos en los que ha fusionado la electrónica con música latina: «Gran Baile con... Señor Coconut» (1997, como Atom Heart); «El Baile Alemán» (2000, como Señor Coconut y su conjunto) y «Fiesta Songs» (2003, también como Señor Coconut y su conjunto). En el segundo disco simula que un grupo de salsa interpreta a ritmo de merengue, cumbia y chachachá las canciones más conocidas de Kraftwerk (información tomada de Internet).

⁷¹ El proyecto franco-argentino está integrado por Philippe Cohen Solal y Edouardo Makaroff al que se unió poco tiempo después Christoph H. Muller. El disco apareció en febrero de 2000 en el sello Ya Basta! de Solal y hasta la fecha se han vendido más de 750 mil copias tan solo en Europa. «La revancha del tango», título de su producción, incluye una versión de «Vuelvo al Sur», pieza que marca la pauta del *nuevo tango* labor emprendida desde los cincuentas por Astor Piazzolla (información tomada de Internet).

⁷² Se han publicado en años recientes investigaciones sobre el narcocorrido como *Narcocorrido: un viaje dentro de la música de drogas, armas y guerrilleros* de Elijah Wald (2001) y *Jefe de jefes. Corridos y narcocultura* (2002) en México de Valenzuela Arce. En ambos se aborda el fenómeno del narcocorrido en México, como un género netamente popular que tiene sus raíces en el corrido de la Revolución Mexicana. El enfoque está centrado, principalmente, en los grupos norteros, siendo el hegemónico en esta corriente Los Tigres del Norte.

⁷³ Del 17 al 21 de junio del 2004, Nortec participó en el Festival ¡Río Loco! el cual tiene lugar cada año en Toulouse, Francia. En esta ocasión el país invitado fue México y se logró la asistencia de 127 mil personas, la cifra más alta de visitantes que ha alcanzado en sus 10 ediciones. Además de Nortec, estuvieron Chavela Vargas, Kinky, Astillero, La Barranca, Astrid Hadad y Los Tarzanes, el mariachi Mexicanísimo, Los de Abajo y los grupos de son veracruzano Son Luna, Son de Madera, Tlen Huicani y Mono Blanco. Beas me comentó que cuando le preguntó al organizador si no había contemplado incluir en el programa una banda sinaloense, éste respondió sorprendido que no sabía de qué música le hablaba, ya que nunca antes había escuchado de ese género mexicano.

⁷⁴ «The Girl from Ipanema», seguramente el tema más conocido de bossa nova en el mundo, fue grabado por Frank Sinatra el 31 de enero de 1967 en Hollywood junto a Antonio Carlos Jobim, icono del bossa nova.

⁷⁵ En la difusión del bossa nova fue esencial la cinta «Orfeo Negro» (1959) la cual obtuvo la Palma de Oro del Festival de Cannes en 1959. Para los críticos, fue la música más que las imágenes lo que atrajo de este filme, a partir del cual Antonio Carlos Jobim y Luis Bonfá, los compositores de la banda sonora, se convirtieron en estrellas internacionales de la noche a la mañana. (Información tomada de Internet).

⁷⁶ Ry Cooder, famoso guitarrista y reconocido productor musical, emprendió la tarea de realizar un disco que rastreara los orígenes del jazz afro-cubano moderno en el son y el bolero con influencias del blues y el gospel. Invitó a su amigo Win Wenders a realizar un documental sobre esta experiencia, ya que antes habían trabajado juntos en la película «Paris, Texas» (1984), Cooder como creador del soundtrack y Wenders como

trascendente es el de Don Cruz Lizárraga, creador de la Banda El Recodo en 1938, un género muy popular en Sinaloa y particularmente en Culiacán. Este sonido llegó a la frontera de Tijuana con la migración sinaloense, y se expandió a raíz del movimiento de la onda grupera, en donde además de la banda, estaban la cumbia y el conjunto nortño. Hay muchos elementos que explican la fuerza de la banda en la cultura tijuanense, su constante renovación de público y su creciente popularidad entre la juventud⁷⁷. Es posible que uno de ellos sea su conexión con los hermanos Arellano Félix, quienes llegaron a la ciudad en 1985⁷⁸ para establecer las bases de su organización⁷⁹.

Regresando a la historia del nacimiento de Nortec, Pepe convocó a músicos electrónicos a experimentar con su idea. El antecedente es que todos ellos eran amigos o al menos conocidos de mucho tiempo atrás. Todos excepto dos de ellos: Corona (Terrestre) y Chávez Uranga (Plankton

director. El disco Buena Vista Social Club salió en 1997 y obtuvo un Grammy, y el documental de Wenders, aparecido en 1999, estuvo nominado para recibir un premio Oscar.

⁷⁷ La más reciente presentación de la Banda El Recodo en la Plaza Monumental de Playas de Tijuana junto al cantante Juan Gabriel refleja esta situación. Los jóvenes integrantes del conjunto musical han atraído a público cada vez más joven a sus presentaciones, pero también han sido capaces de conservar a su público adulto. Ante un lleno total, la gente reunida en la plaza celebró el grito de «¡Arriba Sinaloa!» con tal fuerza como si éste se hubiera pronunciado en dicho estado. La influencia de la cultura sinaloense en Tijuana es, posiblemente, la más fuerte de todas.

⁷⁸ Se toma esta fecha porque es cuando por primera vez se sabe de su organización en Tijuana, debido a que se descubre una bodega ubicada en la colonia Libertad --custodiada por policías municipales-- donde almacenaban marihuana (Blancornelas, 2002).

⁷⁹ Tanto en el libro *El Cártel* como en *Horas Extras* hay relatos sobre los festejos de los hermanos Arellano Félix en los que hay música, pero no se especifica de qué tipo. Uno de ellos es muy conocido: el bautizo de la hija de Benjamín celebrado en el Club Britania, en el que hubo «música, variedad, regalos y mucha asistencia» (Blancornelas, 2002). Un episodio que refleja el gusto de los hermanos por la banda es el siguiente, el cual se transcribe íntegro:

Existe una simpática declaración ministerial en los archivos de la PGR: Ramón Arellano Félix regaló un autobús bien pintadito, acondicionado, llantas en perfecto estado; excelente motor y «derechito», nada de «chocolate». Superalegre lo recibió sin peros cada músico de La Banda de El Chante: jamás supusieron tal dicha; estaban muy bien en Sinaloa; y seguramente, como muchos de sus colegas, fantaseando con grandes actuaciones y billete verde.

Cuando los llamaron primera para actuar en Tijuana, debieron ponerse tan alegres como recién casados en luna de miel y con los gastos pagados. Viajarían a Tijuana, se treparon con todo y sus voluminosos instrumentos al democrático autobús comercial, se sintieron seguramente como Colón a punto de pisar tierra americana. Supusieron que «darían dos o tres tocadas» y regresarían, pero les dieron la grandiosa noticia del autobús nuevo y se quedaron un mes. Los trataron de maravilla y no les hizo falta nada; eso sí, tocaron hasta el cansancio del oyente: puritito corrido sinaloense, tamborazo alegre, platillazo como chispazo de alegría. Sabían que a los Arellano les gustaban otras bandas que siempre cantaban sus hazañas, pero se sintieron los reyes del mundo con la preferencia.

En la declaración ministerial quedó escrito: Ramón pedía mucho «Clave Privada» y «La Cheyenne» (Blancornelas, 2002: 121).

Man), ambos ensenadenses, miembros del desaparecido grupo de rock Sonios, vegetarianos y *casi* abstemios. Este último aspecto sería irrelevante si no fuera porque a raíz de la salida de Terrestre y Plankton ha sido más notorio que los integrantes que permanecieron en el colectivo –los tijuanenses–, beben cerveza durante sus presentaciones, lo que no ocurre habitualmente en el ambiente de los músicos electrónicos. Hay fotografías de tocaditas del colectivo, ya sin Terrestre ni Plankton Man, en que aparecen junto a las laptops varias decenas de botellas de cerveza vacías. Ha sucedido que en sus presentaciones uno de ellos levante su botella para brindar con el público. La cultura de la cerveza es un rasgo central del estilo de vida tijuanense. Sin duda, es la bebida con alcohol que más se consume en esta frontera. No sólo está presente en las fiestas o reuniones; en los bares, clubes y discotecas; en las noches de parranda y excesos. La relación con la cerveza es todavía más cercana: se encuentra habitualmente en los hogares, dentro de los refrigeradores, junto a la leche y el pan, como un producto más de la canasta básica de las familias tijuanenses.

La propuesta de Nortec capta y transforma elementos esenciales de la cultura local para darles un nuevo sentido y/o ubicarlos en un nuevo contexto. Esto lo ha conseguido en gran medida a través de su propuesta visual, la cual se ha manifestado principalmente en el diseño de las portadas de los discos, algunos de los *flyers* (al menos los de los eventos más importantes que han realizado en Tijuana), y en el despliegue de imágenes mezcladas en vivo, como telón de fondo en un principio, pero cada vez más integradas a la presentación, tal como se concebiría un espectáculo multimedia.

Sin embargo, el eje del colectivo es la música, pero como los mismos músicos reconocen, sin el componente visual la difusión y penetración de Nortec seguramente no se habría dado de la misma manera. La idea de un «acompañamiento visual» para las presentaciones de Nortec surge cuando estos comienzan a ser invitados a foros donde tradicionalmente no se presentaba música electrónica sino rock. El nacimiento de los visuales como componente esencial en la presentación de la música electrónica sustituye el espectáculo que ofrecen los rockeros quienes son idolatrados por sus movimientos, gesticulaciones y desplazamientos sobre el escenario. Al paso de las décadas

se ha forjado un lenguaje teatral en la escena del rock, el cual está claramente definido y es reconocido y aceptado por el público (Cascote, 2002). En cambio en la electrónica, y más cuando la presentación en vivo se realiza sin más acompañamiento que el de una computadora (laptops), se corre el riesgo de parecer aburrido pues el público está acostumbrado a los despliegues histriónicos del rock. En las fiestas de música electrónica que se organizaban a principios de los noventa, sobre todo en los raves de la Ciudad de México y Guadalajara, se acostumbraba proyectar imágenes de fractales en pantallas colocadas detrás de los músicos. Cuando Nortec empezó a ganar notoriedad y comenzó a ser invitado a participar en foros rockeros, se evidencia la necesidad de incluir un elemento visual atractivo ya que los músicos por sí mismos no daban ese show. Al menos, esto es lo que considera Jorge, como ya he dicho, el integrante de colectivo musical «más visual» de todos: es *senior designer* en una de las compañías de diseño gráfico digital más importantes de California, e iniciador junto, con Fritz Torres, de la imagen del grupo.

Tanto Jorge como Fritz, ambos diseñadores gráficos, colaboraban en el proyecto Clorofila (formado en 1998). En 1999 cuando preparaban un número para la revista *Cha Cha Cha: El Nuevo Sueño de la Gallina* (una publicación que realizaron a principios de los noventa y que retomaban después de varios años de inactividad), entraron en contacto con un grupo de músicos locales debido a que en esa ocasión la revista incluiría una compilación de producciones musicales de Tijuana en formato CD. En la presentación de la revista, en El Lugar del Nopal, Pepe los invitó a participar en el proyecto de fusión que traía entre manos, que en ese entonces todavía no tenía nombre⁸⁰. No había grandes indicaciones; se trataba más bien de experimentar.

Al decir de Jorge, no pensó que se iba a llegar a algo con la propuesta de Pepe ya que «en Tijuana todo mundo tiene ideas pero nunca nadie ejecuta nada». Al paso de los meses recibió noticias de Fritz de que ya se habían realizado tres canciones. Entonces empezaron a trabajar en la música, y simultáneamente lo fueron haciendo en los diseños: Verdín desde Pasadena⁸¹, donde

⁸⁰ El nombre del colectivo fue idea de Roberto Mendoza.

⁸¹ Vive en Pasadena desde 1992. Estudió Diseño Gráfico en Santa Mónica, y tiene ciudadanía estadounidense.

radica, y Fritz en su estudio de Tijuana. De este periodo surge «El bandolero», uno de los iconos *nortecos* más reconocidos⁸².

Retomando el asunto de los visuales en vivo, todo indica que los video jockeys de Nortec fueron los primeros en incursionar en esta actividad en México. Su trabajo consiste en la mezcla de visuales lo que al principio sólo podían hacer para ciertos segmentos de las canciones, ya que debían coordinar por lo menos un par de video caseteras y varias decenas de videos VHS cargados de imágenes. Con los avances en la tecnología, ahora utilizan archivos de imágenes, algunas previamente digitalizadas o bien creadas en ese medio, que son mezcladas y controladas por un *mixer*, tal como sería utilizado por un disc jockey.

La mayoría de los músicos en la actualidad viven de sus presentaciones en vivo. En esta misma circunstancia se encuentran los de Nortec, por lo que casi todos ellos han dejado la estabilidad de sus empleos y profesiones para dedicarse a realizar presentaciones y giras que les permitan generar los suficientes recursos para llevar una típica vida clasemediera tijuanense, como señala Beas, de acuerdo a sus compromisos y responsabilidades⁸³.

Como grupo, consideran que se fortalecieron al formalizar los compromisos que primero entablaron como amigos. Un momento clave en la historia del grupo fue la firma del contrato con la empresa que sacó su primer disco, Palm Records de Chris Blackwell⁸⁴, descubridor de Bob Marley y el reggae. «Es que cuando vendes tu alma en grupo es más rico», comentó Verdín.

Otro momento fue la fiesta Nortec City, realizada el 3 de marzo de 2001, a la que asistieron mil 400 personas. Esta se realizó en las instalaciones del Jai Alai, hoy convertido en El Foro, un centro de espectáculos ubicado sobre la Avenida Revolución. Para Pepe, en especial, esa fiesta le hizo dudar las posibilidades que tenía el grupo de llenar el lugar: era medir su poder de

⁸² La primera presentación de las imágenes de Nortec creadas por Verdín y Torres se realizó en un congreso de diseño de AIGA en Ensenada organizado por Jhoana Mora, quien se convertiría más adelante en promotora y colaborada en la organización de eventos del colectivo.

⁸³ Sobre esto último, por ejemplo Ramón, Roberto y Pepe son jefes de familia.

⁸⁴ Es fundador de Island Records, donde alguna vez estuvieron, además de Marley, también U2, Tricky, PJ Harvey y otros proyectos de Bill Laswell (Ejival, 2001).

convocatoria y refrendarla ante la prensa nacional e internacional, la cual estuvo presente (*Reforma*, *L.A. Times*, *Rolling Stone*, entre otros). La reacción del público, y la cantidad de personas que asistieron, no dieron lugar a dudas: Nortec era exitoso en Tijuana. Antes, el 24 de junio del 2000 en el Sol Café del Hotel Festival Plaza de Rosarito, con motivo de su primer aniversario, habían logrado «la gran hazaña» para cualquier grupo de música electrónica local de convocar a más de mil personas; sin duda, esta era una nueva experiencia para los veteranos de la electrónica como Pepe, Roberto y Bostich, que en 15 años de trayectoria no habían contado con audiencias que rebasaran las 400 personas.

Fundador del desaparecido mesón electrónico Don Loope⁸⁵ así como organizador y creador del concepto de algunas de las fiestas más concurridas del colectivo⁸⁶, Beas considera que tanto el club como las fiestas representaron un enorme esfuerzo de logística, que tuvo como propósito hacer crecer el radio de influencia de Nortec. Las fiestas fueron una pieza esencial de la consolidación del colectivo (especialmente en la ciudad) ya que plantearon una *manera* novedosa de experimentar los

⁸⁵ Tanto en las fiestas (bajo el nombre de Mil Records Beats), como en Don Loope participaron Jacques Hasson y César Beas Urueta, hermano de Pedro quien también tiene un proyecto de música electrónica, Discar, y dirige una página electrónica de jazz, www.dijazz.com, la primera de habla hispana en Internet. Don Loope puede ser considerado otra leyenda de Tijuana y del colectivo Nortec. En el extranjero con frecuencia los fans del colectivo preguntan por las noches que se vivieron en este lugar, y si el colectivo tocaba ahí regularmente. Lo cierto es que Don Loope tuvo pocas noches de llenos totales, a pesar de que no había costos de admisión —salvo en presentaciones especiales—y el precio de la cerveza Tijuana era económico. Las finanzas del lugar muy pronto reflejaron esta situación. Además, el colectivo se presentó muy poco (más bien aparecieron como djs). Muchas noches lució vacío, pero aunque muy escaso, Don Loope logró generar un público fiel a la electrónica. Antes de que se contrajeran más deudas, el club cerró sus puertas definitivamente en una noche a la que asistieron cerca de 500 personas, más del doble de las que el lugar podía albergar. El diseño del mobiliario y la imagen del establecimiento fue realizada por Iván Sotelo: la idea fue conjugar distintos elementos que distinguen a la ciudad: los establecimientos de tapicería de autos, la cultura del yonke y el ambiente de cantina. La última noche quien quiso pudo llevarse muebles del lugar —incluso algunos de los que no estaban destinados para ser regalados, como los sillones—. Otro factor que propició el cierre, tan importante como el fracaso comercial de la empresa, fue que el club demandaba la atención constante de los socios y eso impedía que Pedro Beas pudiera salir de la ciudad para realizar presentaciones, lo que perjudicaba su proyecto musical, Hiperboreal, y al colectivo. Don Loope estuvo abierto poco menos de un año: del verano de 2001 al verano de 2002.

⁸⁶ Las fiestas son: «Nortec Primer Año», el 24 de junio de 2000, en el Sol Café del Hotel Festival Plaza; «Viva Nortec», septiembre de 2000, también en el Sol Café; «Nortec City», evento donde se realizó una exposición de artistas multidisciplinarios, coordinados por Iván Sotelo, llevado a cabo el 3 de marzo de 2001 en el Frontón Palacio Jai Alai; «Nortec Segundo Aniversario», 1 de junio de 2001, en el Sol Café; «Maquiladora de Sueños», también evento donde se realizaron exposiciones de artistas multidisciplinarios, en el Jai Alai el 8 de septiembre de 2001, y «Nortec Live at Las Pulgas», el 20 de marzo de 2002, en Las Pulgas, el centro de espectáculos de música nortea y banda más importante de Tijuana, y uno de los más reconocidos del país.

espectáculos para el público joven, relacionada con el movimiento rave (Valenzuela, 2004)— aunque sólo tangencialmente: no fue la *música* electrónica la que los atrajo --la mayoría la desconocía, aunque Nortec propició que más público se acercara al género--; tampoco el que pensarán que se trataba de raves pues nunca se anunciaron de esta manera, ya que para entonces el término ya no estaba tan vigente como lo estuvo a principios de los noventa (en Europa, por ejemplo, empezaba a ser sustituido por otros, como «festivales»). El movimiento o cultura rave iniciaba una etapa de recesión en Europa y Estados Unidos (Reynolds, 1999). Pedro comentó al respecto: «Los raves ya no existían».

El auge de Nortec forma parte de una tendencia mundial que ha favorecido el crecimiento de la electrónica, pero en especial que ha convertido en ídolos a los disc jockeys. En este escenario, no sólo Nortec se puso de moda en Tijuana, sino la electrónica, y, en particular, los djs. Sin embargo, siempre hubo que buscar al público insistentemente para que acudiera a las fiestas, y la estrategia consistió en repartir cientos de flyers en las universidades y en eventos⁸⁷.

El éxito es un punto crucial en la consolidación o desintegración de un grupo. Los miembros de Nortec son reservados en los comentarios que hacen a la prensa y a los académicos sobre sus logros, pero en conversaciones informales expresan abiertamente su satisfacción. Saben que han alcanzado lo que casi ningún otro artista ni grupo mexicano ha podido⁸⁸, como es el reconocimiento y aprobación de la prensa nacional e internacional: han aparecido en la revista *Time*⁸⁹; en *Newsweek en español*⁹⁰; en *Rolling Stone*⁹¹; estuvieron entre los personajes del 2001 de la revista *Cambio*⁹²;

⁸⁷ El flyer es un recurso invaluable en la promoción de fiestas electrónicas. Tijuana Beat Shop fue un evento con escasa asistencia debido principalmente a que los flyers se repartieron con apenas una semana de anticipación. A pesar de ser Nortec, la fiesta no logró reunir al público que se esperaba (23 de noviembre, 2002, Cortijo San José de Playas de Tijuana).

⁸⁸ Otros logros importantes para el colectivo fueron la musicalización del pabellón de México en la Expo Internacional de Hannover 2000, y la adquisición de la canción «Polaris» de Bostich, por parte de la compañía de automóviles Volvo, en una transacción de 100 mil dólares, aproximadamente. Cada vez son más los artistas de la escena electrónica interesados en este tipo de negociaciones. Algunos pocos (como Moby) han vendido álbumes completos para musicalizar comerciales (Paoletta, 2004).

⁸⁹ En los números publicados en oct. 15, 2001, edición especial, y el artículo «Warhol's Border Patrol», s/f.

⁹⁰ «Las nuevas mecas culturales del mundo», 2 de septiembre, 2002.

*Expansión*⁹³ los incluyó en un reportaje sobre monstruos de la mercadotecnia en México, y para las publicaciones especializadas *Urb*, *Audio Galaxy* y *Gear* estuvieron entre las 10 mejores producciones discográficas del 2001. Por primera vez se pudo hablar de «Mexican Electronica Seriously»⁹⁴. Estos y otros logros los ha llevado a ubicarse en una posición privilegiada dentro de la escena electrónica latinoamericana junto a figuras reconocidas internacionalmente como Jorge Reyes y Gotan Project. Es de esperar su influencia en el desarrollo del género, sin embargo, apenas han lanzado un disco, y aunque el segundo se encuentra listo, los problemas con la disquera no han permitido que el material aparezca en el mercado⁹⁵.

Sus expectativas son llegar a viejos y seguir produciendo y realizando presentaciones, tal y como ahora lo hace Kraftwerk. Por suerte, señalaron Pepe, Jorge y Pedro, en la música electrónica la imagen de los artistas es un aspecto secundario. A la manera del legendario grupo alemán, quienes utilizan *cyborgs* en sus presentaciones, consideran que la electrónica les ofrece la oportunidad del anonimato y ellos disfrutan esta característica. Por lo pronto, su lugar ya está asegurado en la modesta historia de la electrónica nacional pero también en el competitivo campo de la música internacional⁹⁶. Por supuesto que no inventaron la electrónica en México –como tampoco lo hizo Kraftwerk en Alemania y el mundo--, pero creo que han contribuido a redimensionar las posibilidades que tiene en la actualidad cualquier músico –y artista-- para trascender su ámbito local a partir de la explotación de sus cualidades regionales.

⁹¹ La revista publicó lo siguiente: «No es frecuente que de un disco sencillo nazca un nuevo subgénero musical, pero el mundo latino no es el mismo desde el lanzamiento del original y fresco Tijuana Sessions». El disco recibió 4 estrellas. Reseña publicada el 21 de junio, 2001.

⁹² El personaje fue Bostich, el padrino de Nortec, aunque en el artículo hacen alusión a todo el colectivo.

⁹³ Revista de negocios.

⁹⁴ Publicado en *Gear*.

⁹⁵ A grandes rasgos, el problema que se presentó con la disquera Palm Records fue que no promocionó el disco y la circulación que hizo del material fue muy limitada. Esto se debe a que es una empresa pequeña con escasas posibilidades de proyectar internacionalmente a un artista. El contrato que firmaron con ellos fue por varias producciones musicales (cinco por lo menos, además de ser la primera opción para grabar sus proyectos individuales), por lo que su futura disquera (que posiblemente sea Cookman Records) deberá compensar económicamente a Palm por la pérdida de Nortec. Cookman es en la actualidad su agencia *manager* internacional.

⁹⁶ Ver *Loops: Una historia de la música electrónica* del periodista Javier Blánquez y el Dj Omar Morera con prólogo del periodista e investigador inglés Simon Reynolds.



Imagen 5. Nortec en el Centro Cultural Tijuana en la presentación del programa de televisión Fusiones (29 de julio, 2004). De izquierda a derecha: Roberto Mendoza, Panóptica (de sombrero); Pepe Mogt, Fussible; Pedro Beas, Hiperboreal (dirigiéndose al público); Ramón Amezcua, Bostich; y Jorge Verdín, Clorofila (Foto: Liliana Galván).

«It's about the music»



Imagen 6. Familia de personajes de Radio Global.

Radio Global⁹⁷ es una estación de radio por Internet más reconocida por sus elementos visuales que por su contenido radiofónico. Nació al amparo de la cultura del Messenger, del boom de la música electrónica y de la creatividad desenfadada y humorística de un grupo de diseñadores gráficos tijuanenses. La primera premisa de Radio Global es «It's about the music», la segunda «For the people» y la tercera y más colorida de todas: «Un yeah, baby!».

El grupo está integrado por cuatro elementos: Mauricio Cuevas, el «Fab», quien realiza las funciones de coordinación; Elías Mora, el creador de la imagen de la estación; Jesús Antonio López Rojas, el «Wero», quien se encarga de la programación y del funcionamiento de Radio Global como estación radial, y Eduardo Guillén, el responsable técnico del grupo.

⁹⁷ www.radioglobal.org es su sitio, en el que además de música ofrecen sus productos y presentan un atractivo despliegue de su componente visual. En julio de 2004 el sitio se encontraba en remodelación, pero con todos los servicios activos.

El reconocimiento de Radio Global en Tijuana, particularmente entre la gente joven, ha sido alcanzado en un periodo de tiempo muy corto, lo cual es sorprendente dadas las limitaciones del medio que utilizan. «Fab» explica que existen 5 filtros para llegar a Radio Global: a) tener computadora, b) estar conectado a Internet, c) que la computadora cuente con bocinas o un dispositivo para escuchar con audífonos; d) estar interesado en escuchar radio por Internet, y finalmente, e) que el radioescucha se sienta atraído por el contenido de su programación, la cual es 60 a 70% electrónica down tempo.

El origen de Radio Global se encuentra en la agencia de publicidad y diseño Global, un negocio que estableció el «Fab» al cual invitó a colaborar al «Wero» y a Eduardo. La principal actividad de la agencia era la producción de páginas de Internet, y ellos mismos tenían una para promocionar sus servicios. A esta página decidieron agregarle un link que ofreciera la posibilidad de escuchar música, con la idea de que fuera utilizado sólo para «amenizar» el trabajo de su oficina. Le pasaron el link a sus amigos, estos a otros, y al poco tiempo más gente de la que ellos suponían escuchaba su sitio; además, los cibernautas se enteraban de todos los pormenores de su oficina porque para hacer la experiencia más completa integraron al sistema un micrófono por el que hacían comentarios acerca de las canciones y los sucesos de la oficina. La página, o más bien la música a través de la página, llegó a ser una labor tan importante en sus actividades diarias que poco a poco fueron desentendiéndose del negocio de las páginas de Internet al punto de cerrar la agencia y quedarse sólo con el concepto de radio. De ahí Radio Global.

Al igual que Nortec, el componente visual de Radio Global ha sido fundamental para su identificación y penetración en la población joven de Tijuana. Todo el trabajo visual ha corrido a cargo de Elías, quien se incorporó al grupo a partir de una *sencilla* propuesta: en cierta ocasión que trabajaba un proyecto de diseño que le estaba causando algunos problemas creativos, dejó descansar por un momento esta tarea que lo tenía agobiado y se propuso el reto de diseñar algo diferente a lo que estaba trabajando. Entonces pensó hacer un logo para Radio Global. El reto consistía en hacer el logo en un minuto contado con reloj en mano. La carita sonriente envuelta en círculos de colores

nació de este ejercicio. Guardó el archivo, y a los días lo envió al «Fab» esperando que se riera de su ocurrencia. Aunque el «Fab» reconoce que le sorprendió al principio (en verdad parecía una ocurrencia), le gustó el sentido irreverente de la propuesta y se quedó como logo oficial de la estación. Elías, quien hasta entonces guardaba sus proyectos personales en el disco duro de la computadora, siguió creando diseños para Radio Global, por lo que el «Fab» decidió invitarlo a formar parte del grupo.

Su propuesta visual se caracteriza por el humor y la frescura. Les interesa recuperar la iconografía de la publicidad de los sesentas y setentas de Tijuana⁹⁸, en particular sus personajes como por ejemplo el «Súper ratón» de los mercados Mercuni o «la Hadita» de las botanas Lourdes, ambas empresas desaparecidas hace más 15 años, aproximadamente. Sus personajes son monitos sonrientes, de colores vistosos, que reflejan el humor de su creador y en general del grupo, al incluirles «detalles curiosos» como un puntito oscuro en el trasero (indicando el ano); unas pastillas sonrientes con cara de tacha; un hot dog en el que el pan sonríe, pero la salchicha recostada sobre el pan parece nerviosa o preocupada; un huevo estrellado sonriente cocinándose sobre un sartén; una mosca que vuela sobre un osito de peluche con garras y ano, desplomado sobre el suelo, etc. Varios de estos personajes, como el osito, se han convertido en juguetes, y otros más han sido creados expresamente con este fin, como Mr. Blob, el cual consiste en una sustancia plástica, de consistencia gelatinosa y de colores llamativos –un juguete muy popular en los ochentas– al que le han agregado un par de ojos, pero que también se le pueden *incorporar* unos soldaditos de plástico; y un paquete de carne, envuelto en el tradicional papel rosa de las carnicerías, que aparece sangrante pero al que no le faltan los ojitos ni la boquita sonriente. La producción de juguetes está enmarcada en una rama de Radio Global, Radioglobal Toy Co., con la que buscan comercializar además de los juguetes y los monos de peluche, camisetas, pins, calcomanías, sudaderas, imanes, más los productos que se agreguen. Su estrategia para financiar el proyecto y llegar a ser una empresa

⁹⁸ Elías expuso en «Nortec City» una selección de estas imágenes a la que le llamó «TJ Toons».

lucrativa es, justamente, comercializar sus productos. Consideran que el «lado visual» y sus personajes son los elementos económicamente explotables de su proyecto, y por eso hasta la fecha se han resistido a introducir spots publicitarios en la página.

Consideran que Radio Global es un proyecto que ha crecido jugando. Aprecian del proyecto la oportunidad que les da de hacer las cosas a su gusto, y apoyarse entre sí «así sea la idea más pendeja del mundo, pero nos complementamos nuestras locuras», comentó el «Wero». Es una *cura* de amigos que han exteriorizado y hecho en grande, por lo que no deja de sorprenderles el entusiasmo y reconocimiento que ha generado su ocurrencia cuando sólo tenían la intención de poner música en la oficina. Lo que sigue es formalizar lo informal, generar una estructura más sólida, «ser más profesional porque ya hay más expectativas, porque ya hay un poquito más de respeto de lo que sin querer se hizo y queremos darle continuidad», afirmó el «Fab». Su aspiración es transformarse en una estación de radio FM.



**Imagen 7: En la oficina: al frente, «Fab»; al fondo, Eduardo
(Foto: cortesía Radio Global).**

Nada es común



Imagen 8. Video still de anuncio publicitario.

Al contrario de Radio Global –que parece hubiera nacido de una accidente de la vida, como ellos mismos comentaron en broma--, Bulbo⁹⁹ nació tras un intenso proceso de construcción de un proyecto acorde a los intereses de un grupo de amigos. Bulbo es el proyecto de medios de la productora Galatea Audio/visual, la cual está integrada por las mismas personas que Bulbo, pero cuyo fin es producir videos institucionales para financiar a Bulbo, el cual desde su inicio se planteó como un proyecto no lucrativo, aunque con posibilidades de ser auto-financiable.

Bulbo está integrado por Ana Paola Rodríguez España¹⁰⁰, encargada de publicaciones e Internet; Lorena Fuentes Aymes, responsable de ventas; José Luis Figueroa Lewis¹⁰¹, gerente

⁹⁹ Su sitio electrónico, www.bulbo.tv está siendo permanentemente actualizado. Ofrece un panorama muy completo sobre los objetivos de su proyecto y las actividades que realizan; el sitio incluye fotos, anuncios de eventos, links con otros sitios web –por ejemplo de periódicos locales para ver lo que se ha publicado sobre ellos--, etc.

¹⁰⁰ Por un corto tiempo, participó como tecladista en el grupo de indie rock Staura encabezado por Omar Foglio. También fue correctora de estilo y reportera de la sección de deportes del periódico *Frontera*, en Tijuana.

¹⁰¹ Su hermana es la pintora Lídice Figueroa; su mamá es Lourdes Lewis, también pintora, y durante la administración de Leobardo Sarabia en el IMAC (1997-2001), directora de la Galería de Arte de la ciudad; su tía es la artista multidisciplinaria Lula Lewis, quien ha trabajado especialmente el performance y las artes plásticas.

general; Araceli Blancarte en el área de capacitación¹⁰²; Sebastián Díaz Aguirre¹⁰³ en el área de producción; Blanca O. España Montoya¹⁰⁴ en administración; David Figueroa Tagle¹⁰⁵ en la dirección general; Carla Pataky Durán¹⁰⁶, televisión; Miguel Ángel Álvarez Cisneros, «Winpie», ventas; Omar Foglio Almada¹⁰⁷, radio; tres hermanos Velasco Lozano: Cristina en radio, Miguel en audio y Laura en producción; Adán Rodríguez Camacho, producción; Juan Eduardo Navarrete Pajarito, «Pajarito», publicaciones y comercialización; María Eugenia Ayala Acosta, representante en Monterrey; Héctor Escobar, ventas; y Dulce Roa, publicaciones e Internet.

Congruentes con su formación espiritual, Bulbo es un proyecto de medios que tiene como fin revolucionar la vida y la percepción del mundo, tal como lo hizo el dispositivo electrónico del cual tomaron su nombre. Lo que más valoran de su proyecto es el sentimiento de aventura que les provoca, las emociones que genera y la libertad que les ofrece. Un factor detonante para la formación del proyecto fue el fastidio que llegaron a sentir en sus respectivos trabajos, rasgo que no se encuentra en ninguno de los otros grupos. Gran parte de ellos trabajó en medios de comunicación impresos, radiofónicos y en casas productoras. Todos coincidieron en señalar que perdían su tiempo en estos lugares pues «hacían lo que no querían en los tiempos que no deseaban hacerlo».

Bulbo les ofreció la oportunidad de ver hasta dónde podían llegar como grupo. La respuesta para ellos hasta ahora es que no tienen límites, ya que todo lo que se han propuesto como meta lo han alcanzado, experimentando en el proceso, además, una absoluta libertad. En este sentido han tenido logros muy importantes: el primero de ellos, haber ganado un espacio en televisión nacional,

¹⁰² La capacitación consiste en asesorías muy prácticas, como en cuestiones de redacción.

¹⁰³ También es músico. Perteneció a la banda de rock pop Glu gan, entre otras agrupaciones.

¹⁰⁴ Mamá de Paola.

¹⁰⁵ Papá de José Luis y líder espiritual del grupo.

¹⁰⁶ Su papá, Rodolfo Pataky, fue director del Centro Cultural Tijuana de 1983 a 1988, y posteriormente representante del Fondo de Cultura Económica en San Diego.

¹⁰⁷ Bajo el nombre de Swenga realizó varios festivales de rock, siendo él mismo miembro de un grupo: Staura. En éste cantaba Gaby Fuentes, hermana de Lorena –quien también forma parte de Bulbo–. Actualmente Gaby es la voz de un proyecto de post rock eléctrico y música instrumental indielectrónica, Loopdrop, de René Soberanis, en donde también participa Abril Ramos.

en el canal 22 de Conaculta¹⁰⁸; la transmisión de su programa por la cadena Univisión¹⁰⁹; un espacio radiofónico semanal en Estéreo Frontera¹¹⁰; un disco, «Rolitas de la Frontera»¹¹¹, el primero de Bulbo Disco, y una revista, Bulbo Press¹¹²; así como premios a algunos de sus documentales¹¹³, etc.

Antes de iniciar con Bulbo, antes también de Galatea, estuvieron involucrados en la realización de fanzines: *El Sueño de Venus*¹¹⁴, *El Playón City*¹¹⁵, *Swenga A Lele*¹¹⁶, *Contracultura*

¹⁰⁸ La primera transmisión ocurrió el 1 de abril de 2004. Para celebrarla con los amigos, Bulbo organizó una reunión en el salón Palomar del bar Las Pulgas, ubicado en la Avenida Revolución. Antes de que diera inicio el programa, David, el director general de Galatea Audio/visual y líder del grupo de meditación, expresó que el interés del proyecto que realizan es cambiar el mundo, hacer de éste un mejor lugar para vivir, tarea que sólo podrán llevar a cabo si permanecen humildes ante sus logros.

¹⁰⁹ A partir del 5 de octubre de 2002, Bulbo empezó a ser transmitido los sábados por el canal 17 de San Diego de la cadena Univisión.

¹¹⁰ Las transmisiones iniciaron el 29 de octubre del 2002. Un año después celebraron el aniversario con la realización de un evento masivo en la explanada del Cecut. También organizaron un partido de fútbol (narrado por radio) en el que participaron artistas, locutores y gente que ha colaborado en los documentales o en el compilado «Rolitas de la Frontera». El 21 de julio de 2004 transmitieron por última vez Radio Bulbo en Estéreo Frontera. Por correo electrónico Paola justificó la decisión del grupo:

«Así es...hoy fue el último programa. Lo que pasa es que han salido un chorro de cosas de trabajo. Como lo de insite, las presentaciones, la nueva temporada, etc. y lo que queremos es sentarnos, organizarnos bien y seguir adelante. Lo mismo hicimos con lo del canal 45. pero tú no te preocupes...hay radio bulbo para rato. saludos, paola»

¹¹¹ El disco reúne canciones de 15 grupos locales. La presentación en Tijuana se realizó en el Voodoo House en diciembre de 2003.

¹¹² En la celebración de su primer aniversario, el 15 de julio de 2004, estrenaron formato: dejaron atrás el estilo periódico para acercarse más al formato de revista. Ese día también se realizó la première del corto de ficción «El canto de los grillos» dirigido por Sebastián Díaz. Este *Bulbo Press*, el número 7, también fue presentado en la Ciudad de México el 23 de julio de 2004.

¹¹³ Los documentales «A film 4 peace» (Una película por la paz) de Omar Foglio y Austin Lynn, y «Rap de la frontera» de Sebastián Díaz obtuvieron el primer y segundo lugar, respectivamente, en la categoría de documental en el festival «Este corto sí se ve», realizado en la Ciudad de México en el mes de agosto de 2003. El primer documental es un coproducción de Galatea Audio/visual y Kovarova. Fue grabado durante la guerra de Irak y muestra las opiniones generadas sobre este suceso en la comunidad artística de San Diego. El segundo es una exploración del rap, que además plantea fuertes cuestionamientos a la industria discográfica.

¹¹⁴ Esta publicación se planteó ser un espacio de participación para mujeres, ya que hasta entonces era mayoritaria la presencia de los hombres en los fanzines. La publicación estuvo encabezada por Carla Pataky, Lorena Fuentes, Paola Rodríguez, Luz Aída Ruiz y Claudia Sandoval. La dinámica que se estableció desde el inicio contemplaba las colaboraciones, lo cual también era algo novedoso en este tipo de trabajos ya que generalmente están abiertos a la participación sólo del grupo de amigos de los realizadores. Algunas colaboradoras fueron Suzette Foglio, Gaby Fuentes, Claudia Algara, Mónica Muñoz, Lídice Figueroa, Melissa Paredes, Carmen Aguilar, Martha Cárdenas, Dolores Navarrete, Sandra López, Olga Padilla, Anabel Guardado, Wendy Nieto, Kyoto Nishikawa, Azzul Monraz, entre otras.

¹¹⁵ Sebastián Díaz encabezó este proyecto en el que participaron algunos de los actuales miembros de Bulbo, como Paola y Carla.

¹¹⁶ Un proyecto de Omar Foglio, quien se ha destacado en su labor de promotor cultural de música de rock (en la organización de los festivales Swenga), como locutor de radio, periodista cultural y editor.

*Menor*¹¹⁷, *Cinematik* y *El Pollito Chicken*¹¹⁸. Luego vino la crisis laboral que los hizo considerar seriamente independizarse y formar una casa productora, en la que también tuvieran la oportunidad de escribir, realizar eventos e investigaciones. Estos esfuerzos concluyeron en la constitución legal de la empresa Galatea Audio/visual el 9 de agosto del 2000, de la cual todos son socios.

La producción de videos y su aparición en televisión, en el canal 45¹¹⁹, sucedió al año siguiente de haber creado Galatea, el 7 de marzo del 2001. Fueron meses de mucho estrés pues había que conseguir la aprobación de los ejecutivos del canal para que aceptaran el programa y consideraran que reunía los estándares de calidad de la estación. Cuando por fin aceptaron el proyecto, comenzó una nueva tarea: conseguir los recursos para pagar el tiempo aire en televisión y financiar la producción de los programas. A pesar de los esfuerzos que realizaron, no lograron vender publicidad para Bulbo. Tuvo que ser Galatea como productora de videos institucionales, además de la cooperación de todos los integrantes del grupo, quienes lograran sacar al aire el primer episodio. Habían sido meses difíciles, de citas de ventas, de repartición de flyers, de envío de boletines de prensa, de intenso trabajo tanto en Galatea –en los videos institucionales--, como en Bulbo –para producir por lo menos 4 programas por adelantado--; por lo que la transmisión del primer episodio fue uno de los momentos más memorables para el grupo, incluso si no existía la certeza de que podrían lograr la transmisión de los siguientes.

El trabajo de Bulbo se caracteriza por abordar temas «que comúnmente no se les toma en cuenta». En televisión, por ejemplo, han *descubierto* la pasión de los bolichistas por su deporte; la historia de una «familia» sui géneris de luchadores tijuanenses; las propuestas de las publicaciones alternativas; la perspectiva de la vida de los guapos; el mundo de los raperos, entre otros. Su objetivo es mostrar el lado cómico o chistoso de cada realidad, no hacer melodramas ni buscar

¹¹⁷ Este proyecto y *Cinematik* estuvieron encabezados por el escritor tijuanense Fran Ilich, quien también tuvo un papel muy activo en la producción de cine en Tijuana a principios de los años noventa (Trujillo, 2001), y organizó dos ediciones –1998 y 1999-- del Festival Internacional de Ciber-Cultura, cuya sede fue el bordo, a la altura de Playas de Tijuana. Fue editor de la revista *Sputnik*, y actualmente radica en la Ciudad de México. Publica en línea cada viernes un capítulo de una novela en <http://delete.tv/net.zitcom>, su página personal es: <http://delete.tv/>.

¹¹⁸ Proyecto del «Pajarito», en el que participaron, entre otros, Carla y Paola de Bulbo.

¹¹⁹ El canal 45 es una repetidora de la señal de Galavisión, una empresa del grupo Televisa.

culpables a pesar de tocar temas serios; tampoco intentan crear ídolos. En cada caso buscan recuperar en lo simple y cotidiano, lo extraordinario y la curiosidad por la vida. He ahí la razón de la frase «nada es común», la cual han adoptado después de muchas discusiones en las que han tratado de comprender el valor y la principal aportación de su trabajo.



Imagen 9. De izquierda a derecha: David Figueroa, Cristina Velasco, Eduardo Navarrete, José Luis Figueroa, Carla Pataky y Miguel Ángel Álvarez (Foto: cortesía Bulbo).



Imagen 10. En vivo y a todo color (marzo, 2003) (Foto: Gonzalo González).

Reciclaje urbano



Imagen 11. Video still de «Cruise(ando)» de Iván Díaz, Yonke Art.

Yonke Art surgió a raíz de la organización del evento multidisciplinario «Yonke [Frontier Life]», un festival binacional en el que se reunieron artistas de ambos lados de la frontera para integrar en un yonke de tres pisos proyectos de video, danza, música, artes visuales e instalación. El espacio físico, el yonke, reprodujo la metáfora de la frontera; simbolizó los procesos de transformación, readaptación y cambio que se experimentan en la vida urbana, y fungió como marco para mostrar la intensidad y riqueza de las formas de expresión artísticas que se desarrollan en la región Tijuana-San Diego.

La idea del festival está inspirada en el trabajo documental «Frontier Life»¹²⁰ del cineasta y músico¹²¹ sandieguino Hans Fjellestad, en el que colaboró Iván Díaz como co-productor y editor de discurso. En este largometraje documental producido por Zu33¹²² participaron algunos de los integrantes de Nortec, con sus proyectos de Nortec y con proyectos alternos.

¹²⁰ Presentado en Tijuana en el Cecut el 15 de noviembre de 2002 y en el evento Tijuana Beat Shop el 23 de noviembre del mismo año. El documental fue transmitido por la cadena cultural PBS de Estados Unidos.

¹²¹ También participa en el colectivo de música electrónica Trummerflora.

¹²² La productora sandieguina Zu33, dirigida por Ryan Page y Hans Fjellestad, presentó el 2 de julio de 2004 en Karlovy Vary International Film Festival en Los Ángeles, California, el largometraje documental «Moog»,

El planteamiento del festival –presentado por VAGOS/artería, los proyectos que iniciaban por separado Iván e Itzel, respectivamente-- fue no sólo original sino atractivo para los expositores y el público que se dio cita en el Nuevo Yonke Ferrari el 14 de septiembre del 2002. La esencia de la cultura del reuso que el evento logró captar, se convirtió en el eje conceptual de un proyecto más amplio y ambicioso. Aquello que se había conseguido materializar en una noche única de arte público, instalación, música y performance, generó la idea de crear un espacio permanente de diálogo y reflexión sobre los múltiples sentidos del reciclaje material y simbólico en la frontera. El proyecto resultó ser una experiencia gratificante para sus organizadores por su desarrollo como evento artístico, pero también lo fue en su parte logística: *descubrieron* que en ellos existía de manera informal un equipo de trabajo comprometido, en el que cada individuo poseía distintas habilidades que podían ponerse en práctica para realizar este y otros proyectos.

Yonke Art¹²³ está integrado por cuatro personas, tres de ellos con estudios en comunicación y uno más con trayectoria en la música, todos miembros del grupo de amigos la Family. Son Itzel Martínez del Cañizo Fernández¹²⁴; Adriana Trujillo Méndez, Vj Nébula; Iván Díaz Robledo, el

también bajo la dirección de Fjellestad, el cual explora la vida del inventor estadounidense Robert «Bob» Moog, creador de instrumentos musicales electrónicos como el legendario sintetizador que lleva su nombre, MOOG. En la realización de este trabajo participó como asistente de producción Adriana Trujillo, y en la banda sonora Bostich, junto a grupos como Stereolab, The Neptunes, Tortoise, DJ Spooky, entre otros. El documental va tras el lado humano del ingeniero, y refleja su personalidad, una mezcla de genio, loco y excéntrico. Pero algo muy interesante es que muestra las emociones que le producen los circuitos de sus aparatos: «[I] can feel what's going on in a piece of electronic equipment... it's something between discovering and witnessing». Este sentimiento y emoción por la tecnología, en especial por los aparatos analógicos, es compartida por muchos músicos. En conversaciones con Pedro Beas, por ejemplo, éste ha comentado en diversas ocasiones la emoción («casi a punto de las lágrimas») que ha sentido en presencia de algún sintetizador o caja de ritmos legendario, como el MOOG Modular. La conexión emocional con sus cajas de ritmos y sintetizadores, a pesar de generar casi el 100% de su música con programas digitales en la computadora, es estrecha y muy vívida. Fjellestad comenta en una entrevista que «los artistas se pueden conectar con estos circuitos, estas máquinas, de la misma manera en que [otros músicos] se pueden conectar con [instrumentos como] la guitarra y el violín» (traducción propia). Sobre el mismo punto, en una entrevista a Gustavo Cerati, leyenda del rock en español, este se rehúsa a elegir entre la computadora y la guitarra, y expresa: «no hay nada más humano que usar máquinas. Sí, ya no hay nadie que no use máquinas» (*Día siete*, no. 206). Más información sobre el documental «Moog» en www.zu33.com/moog.

¹²³ Su página de Internet es www.yonkeart.org.

¹²⁴ Además, es creadora de «Luciérnaga», concepto que ha plasmado en camisetas para mujer.

«Güero», Vj Piniaman, y César García Valderrama, antes el «Chiquis», ahora «Sajjad», también Dj V_Rama¹²⁵.

Tanto Itzel como Adriana se han desempeñado como docentes en la carrera de comunicación de la Escuela de Humanidades. Adriana, en particular, ha sido coordinadora del Taller de Televisión (2001-2003), y fue creadora y coordinadora general de «Cultura a cuadro»¹²⁶, un programa de televisión realizado por los alumnos del taller y que se transmite por el canal de la universidad¹²⁷. El programa es una co-producción UABC-Cecut y cuenta con el apoyo de Conaculta, el Instituto Nacional de Bellas Artes y el Centro Nacional de las Artes. Por su parte Iván se ha dedicado a trabajar por su cuenta en la producción de videos (documentales, institucionales y de eventos sociales), y «Sajjad»¹²⁸ se desempeña como profesor de música en una escuela primaria.

Yonke está dividido en dos áreas: una productora comercial que soporta económicamente las actividades no lucrativas del colectivo –y que se espera algún día sea también el sustento económico para el equipo de trabajo¹²⁹--; y una promotora cultural que tiene como propósito convertirse en una plataforma de enlace cultural y artístico, a partir de la cual puedan generarse redes de relaciones con otros artistas y colectivos. En el ámbito de la promotora cultural, también tiene como objetivo generar proyectos comunitarios.

Los proyectos más relevantes que el colectivo ha generado hasta el día de hoy son «Cineumático», que consiste en la selección y proyección de material cinematográfico en espacios públicos y en salas de cine, además de ser el proyecto con el que participan en el colectivo

¹²⁵ Además, tiene su «línea» de camisetas Mal&dro. La página es www.malandro.org, pero en agosto de 2004 no se encontraba activa.

¹²⁶ La página del programa es www.culturacuadro.org.

¹²⁷ En sistema de cable es el canal 53 para la región noroeste.

¹²⁸ Realizó estudios de licenciatura en educación primaria en el Colegio Normal Ensenada, campus Tijuana. Posee también un bachillerato en música otorgado por la Escuela de Música del Noroeste.

¹²⁹ A través de la productora comercial financian algunos de los proyectos artísticos y comunitarios. Entre sus clientes se encuentran: Óptica Sola de México, Pueblo Amigo Inn, Chicago Club, Grupo Lagza, Agencia de Modelos Ciarso, Plaza Mundo Divertido, Fotográfika (agencia de publicidad), Servicios Periciales de la Procuraría del Estado de Baja California, Imprenta y Diseño Digital, Toma Uno Producción de Medios, CMIC, Uni-Front Universidad y el XVII Ayuntamiento de Tijuana.

binacional Caltranzit¹³⁰; «Polen Project» (2004) el cual consistió en la formación de talleres en las áreas de producción audiovisual, fotografía, computación y arte para estudiantes de secundaria de escasos recursos¹³¹; y el video documental «Que suene la calle»¹³² (2002-2004) que también tuvo como propósito impartir talleres de música y video, sólo que ahora a mujeres adolescentes en riesgo de calle quienes produjeron un video documental de colaboración colectiva, basado en las grabaciones realizadas por ellas mismas de su vida cotidiana. El documental, co-producido por Yonke Art y Pública, incluye entrevistas a profundidad realizadas por el equipo de producción, auto entrevistas y auto representaciones de sus anécdotas. Un aspecto relevante de este proyecto es que se trata del primer documental de su tipo en México. El documental aún se encuentra en etapa de post producción, y como trabajo terminado sólo cuentan con un cortometraje promocional y con una serie de video stills («Vero, Gaby, Laura y Verito», 2004).

Sus proyectos comunitarios han sido beneficiados con apoyos institucionales, como becas del Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (PACMYC) y del Fondo Estatal para la Creación Artística (FOECA); y aportaciones de diversa índole de la Fundación «Sólo por Ayudar»¹³³, de la Escuela de Humanidades de la UABC, de los estudiantes de artes visuales de la Universidad de California en San Diego, del Cecut y de Borderland Collective, entre otros.

Consideran que los ha fortalecido como grupo la organización de eventos como el Festival de Cine Borderland, el cual realizaron en colaboración con el Borderland Collective. Este fue el primer festival binacional de cine y video en plantear como temática la frontera, en especial los fenómenos de la migración, las maquiladoras y los movimientos culturales. Inició sus actividades en el 2002 en San Francisco; posteriormente se realizó en Los Ángeles, San Diego y Tijuana, en donde concluyó en el 2004. Además de las películas, el festival incluyó en su programa un ciclo de

¹³⁰ Caltranzit es un colectivo de arte en donde además de Yonke Art, participa el Colectivo La Línea y Omar Pimienta junto a estudiantes de artes visuales de la Universidad de California en San Diego (UCSD).

¹³¹ Los estudiantes realizaron la presentación de sus trabajos en el Jardín Caracol del Cecut el 31 de julio de 2004.

¹³² El sitio electrónico es www.quesuenelacalle.org.

¹³³ Esta fundación es presidida por Lolita Ayala, mamá de Dj Aníbal, quien sostiene una relación sentimental con Itzel. Aníbal ha realizado remezclas para Nortec e incluso los ha acompañado en presentaciones internacionales (Colombia, París, Londres, etc.) y nacionales como Dj «oficial» del colectivo.

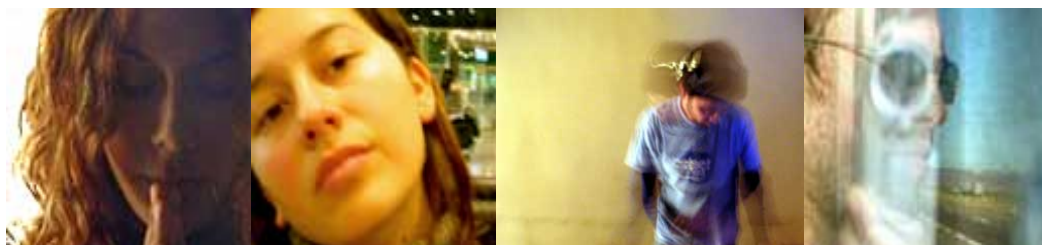
conferencias y una exposición multidisciplinaria de trabajos de artistas locales en pintura, fotografía, arte instalación y música. La curaduría corrió a cargo de Itzel, pero todos participaron como organizadores del evento en Tijuana: Iván realizó trámites administrativos y solicitó patrocinios; Sajjad organizó las presentaciones de los músicos; Adriana se encargó de la logística de las conferencias.

Como grupo también los ha consolidado el proceso de solicitar becas –en especial la del PACMYC–, pues ha implicado no sólo la distribución de tareas para cubrir la documentación que las convocatorias solicitan, sino también la redacción colectiva de las propuestas. Otro momento clave en su consolidación fue la redacción de guión para el video promocional de Yonke. Este fue un trabajo que desde su conceptualización tuvo una connotación grupal, ya que implicaba la definición de la personalidad de Yonke.

En particular, los une también su interés por intervenir en la comunidad mediante la creación de proyectos que ofrezcan una enseñanza técnica, como dar herramientas de expresión a quienes difícilmente podrían obtenerlas por otros medios, dadas sus condiciones de marginación; o a partir de acercar el arte a quienes habitan las colonias y rara vez acuden a museos y galerías, con el fin de darles la oportunidad no sólo de ver nuevas formas de expresión artística, sino de adquirir nociones básicas que les permitan apreciarlas. Por supuesto, el contacto cara a cara con las comunidades ha puesto a prueba su espíritu altruista, ya que si bien ha sido una experiencia gratificante y enriquecedora también ha tenido sus facetas difíciles: por ejemplo, en las proyecciones en espacios públicos que han realizado como parte del proyecto Cineumático, las personas de las colonias no han mostrado interés por los documentales que muestran su realidad o retratan historias semejantes a las suyas, sino que prefieren el cine de ficción.

Los de Yonke consideran que su experiencia de vida ha orientado sus propuestas, las cuales reflejan su interés por los procesos sociales y culturales que acontecen «en la calle» y en las colonias donde habitan personas de escasos recursos. De la intensa dinámica urbana de Tijuana, recuperan una valiosa práctica: el reciclaje como estrategia de supervivencia. Reflejan la coyuntura

de lo que es una práctica artística, comunitaria y social; el poder y el alcance de las relaciones en ambos lados de la frontera; y la posibilidad de generar un discurso a partir de la recuperación de lo marginal y cotidiano de la vida urbana.



**Imagen 12. De izquierda a derecha: Adriana, Itzel, «Sajjad» e Iván
(Fotos: cortesía Yonke Art).**

Conclusiones I Parte

En este apartado expuse las características que consideré más relevantes para la descripción de Nortec, Radio Global, Bulbo y Yonke Art. En primer lugar, observo que hay afinidad en las prácticas sociales que se manifiestan en estilos de vida (*habitus*) y en condiciones materiales entre quienes integran estos grupos. De acuerdo a su rango de edades pertenecen a una misma generación que además comparte un estrato social, el de la clase media. Tienen en común: la experiencia de haber cursado sus estudios en las mismas escuelas; gustos musicales, de cine y televisión; lugares de esparcimiento; intereses académicos y de formación; inquietudes religiosas y espirituales; y la oportunidad –desde la infancia-- de cruzar la frontera habitualmente por distintas razones: compras, diversión y paseos; para realizar visitas a amistades y familiares; por cuestiones de trabajo, y escuela. Estos elementos en común han contribuido a generar una identidad de clase social, generacional y regional, que además se ha traducido en vínculos afectivos como son la amistad y las relaciones de pareja.

Cada grupo realiza actividades en diferentes áreas pero existen ciertos elementos que los vinculan: la utilización o desarrollo de su propuesta en los medios de comunicación; el trabajo multimedia; el uso intensivo de tecnología; su relación con algún aspecto de la música (creación, difusión, mezcla, producción y edición); y el manejo de un componente visual en sus proyectos.

En los cuatro casos se desarrollan proyectos que siguen tendencias en las artes visuales y en la música electrónica, sólo que adaptadas a sus contextos y de acuerdo a sus posibilidades (económicas, de equipo, tiempo) y particularidades (de formación técnica y académica, perspectiva de vida, sensibilidad). Hay propuestas similares entre los cuatro grupos: por ejemplo, Bulbo y Yonke realizan videos documentales; Bulbo y Radio Global, proyectos de medios de comunicación; Radio Global (programación), Yonke Art (djs), Bulbo (sello discográfico y TV, radio) y Nortec (músicos), están relacionados con la música electrónica; Bulbo y Radio Global, tienen exposición

constante en los medios de comunicación; Nortec Visual y Yonke Art, mezclan imágenes en vivo como vjs; Yonke y Galatea Audio/visual (la matriz de Bulbo), son productoras de videos institucionales.

El componente visual es un factor sumamente importante para el reconocimiento de los grupos, como en los casos de Radio Global y Nortec. Otro aspecto que ha contribuido a su penetración entre el público joven es la presencia en los medios de comunicación masivos, como ha sucedido con Bulbo y Nortec.

De manera resumida, los grupos se caracterizan por lo siguiente:

- El Colectivo Nortec reúne a un conjunto de músicos que desarrollan proyectos individuales bajo la estética de un sonido que fusiona música de banda y norteña sobre una base electrónica. Está compuesto por 5 músicos y 5 proyectos: Pepe Mogt como Fussible; Ramón Amezcua como Bostich; Jorge Verdín como Clorofila; Roberto Mendoza como Panóptica y Pedro Gabriel Beas como Hiperboreal. Además, de manera complementaria y dependiente, existe el Colectivo Nortec Visual el cual tiene como elementos base a dos vjs y creadores de imágenes, Sergio Brown, vj ChBrown y José Luis Martín, vj Mashaca, pero en el que colaboran otros diseñadores gráficos y artistas visuales. Su proyección es la más amplia de los cuatro grupos ya que han expuesto su trabajo (tanto en conciertos, exposiciones y en la distribución misma del primer disco) no sólo en México y Estados Unidos sino en Sudamérica, Europa y Asia. En este sentido, es una propuesta con acceso a circuitos internacionales de música y artes visuales.
- Bulbo es el proyecto de medios de la productora Galatea Audio/visual, la cual soporta económicamente el proyecto mediante la realización de videos institucionales. No obstante, el objetivo de Bulbo es llegar a ser una empresa autofinanciable. En la actualidad cuenta con 5 divisiones: Bulbo Press (revista); Radio Bulbo (programa de radio); Bulbo Disco (sello discográfico independiente); Bulbo Web (sitio web oficial) y Bulbo TV (programa de televisión en el que presentan cortometrajes realizados por ellos mismos sobre temáticas

diversas). Han realizado hasta la fecha un largometraje de ficción. El equipo de trabajo está compuesto por 18 personas, y su proyección ha sido básicamente regional (California y Baja California) y nacional (México, a través del canal 22, y de la revista Bulbo Press y del próximo compilado de Bulbo Disco, ambos con circulación nacional).

- Yonke Art es un colectivo que reúne a 3 creadores de medios audiovisuales (Adriana, Itzel e Iván) y un músico y Dj («Sajjad»). Realizan proyectos colectivos –hasta ahora relacionados con el trabajo en talleres de formación artística con adolescentes de escasos recursos y en riesgo de calle-- y proyectos individuales que por lo general abordan temas relacionados con la exploración de la vida urbana y fronteriza. De manera alterna al proyecto artístico que desarrollan como promotora cultural, mantienen una productora comercial con la cual buscan generar recursos para sus proyectos y para su sostenimiento personal. Su proyección ha sido básicamente regional (California y Baja California), aunque también han realizado exhibiciones de su trabajo en otros estados de México.
- Radio Global es un proyecto de radio por Internet creado por 4 diseñadores gráficos, por lo que el componente visual es parte esencial de la propuesta. Radio Global transmite su señal todos los días de la semana por www.radioglobal.org; ofrece una programación que incluye música electrónica down tempo y los comentarios de los conductores de las diferentes secciones. El «Fab», el «Wero», Elías y Eduardo son quienes dirigen el proyecto, pero colaboran en él muchas otras personas. Su proyección es local debido a que su desarrollo e influencia como medio se concentra particularmente en Tijuana; pero, por la naturaleza de su canal, el Internet, es posible que su trabajo esté llegando a otros contextos.

En cuanto a sus trayectorias profesionales hay diferencias notables, pero también similitudes entre los grupos. Hay artistas con trayectorias que datan de hace más de 15 años, mientras que otros no tenían trabajos que los vincularan con el campo artístico y cultural¹³⁴ antes del actual:

- Pepe, Ramón y Roberto de Nortec tenían por lo menos 15 años de trayectoria en la música y antes de Nortec ya eran figuras reconocidas en la escena electrónica nacional; Pedro y Jorge si bien produjeron música en su adolescencia, hasta antes de Nortec no realizaban una labor permanente, ni se consideraban músicos profesionales. «Checo» y «Huicho» habían participado en el colectivo de cine y video Bola 8.
- El «Fab», el «Wero», Elías y Eduardo aparecen en el mapa de la escena cultural en Tijuana hasta que su proyecto Radio Global gana un espacio. Previo a éste, ninguno de ellos realizaba actividades que consideraran afines al campo artístico y cultural. Elías había participado previamente en una exposición colectiva de diseñadores gráficos.
- Itzel, Iván, Adriana y «Sajjad» todos tenían una trayectoria corta pero reconocida como artistas o creadores antes de iniciar su proyecto de Yonke Art. Los tres primeros participaron en el colectivo de cine y video Bola 8 de la UABC, donde participaron en varios proyectos como realizadores y como equipo técnico. «Sajjad» tiene una carrera reconocida como músico, en especial por haber participado en el desaparecido grupo de rock Nona Delichas.
- Bulbo es el grupo más heterogéneo en cuanto a trayectorias profesionales y reconocimiento de sus actividades previas: Omar era reconocido como promotor cultural de música de rock, editor, y conductor de programas de radio; Eduardo, Sebastián, Paola, Carla, Cristina y Lorena habían participado en proyectos editoriales independientes (fanzines); José Luis

¹³⁴ Por «campo artístico y cultural» entiendo el ámbito social en el que la producción artística es reconocida como arte. En la segunda parte de este documento desarrollo este tema a partir del concepto de mundos artísticos.

tenía una carrera en las artes plásticas, pero el resto del equipo no estaba relacionado de manera directa con el campo artístico y cultural.

Considero que sus trayectorias explican sus percepciones acerca de lo que los ha consolidado como grupos:

- Para quienes integran Nortec los momentos más importantes de consolidación grupal fueron la firma de contratos colectivos, y el éxito y reconocimiento alcanzado a raíz del lanzamiento de su primer disco, ya que por muchos años habían trabajado para alcanzar ese momento de desarrollo profesional.
- Para Radio Global la base de su consolidación grupal está en sus afinidades personales, gustos musicales, y, en general, en la proximidad en el estilo de vida de sus integrantes. Hay la expectativa de madurar su propuesta debido a que personas externas al grupo les han señalado el valor cultural de su trabajo.
- En Bulbo la consolidación del grupo está fundamentada en la posibilidad que les ofrece de realizar un trabajo autónomo. Sus logros están siendo evaluados bajo esa perspectiva, y no como metas en sí mismas. El aspecto más importante de su consolidación es la disposición personal de cada miembro por cumplir un objetivo colectivo; unión que se refrenda en el éxito general del evento o de la actividad planteada.
- En Yonke, como artistas y creadores con trayectoria individual, valoran los momentos en que trabajan de manera colectiva, y confirman su unidad grupal al hacer palpable su compromiso por realizar proyectos comunitarios.

En general, todos consideran que el rasgo central de su unión grupal es el afecto y la amistad, sin embargo observo un proceso de selección y maduración de sus actividades profesionales cuando seleccionaron de grupos más extensos de amigos sólo a aquellos con los que podrían llegar a desarrollar proyectos más formales. Este proceso selectivo permitió la consolidación del grupo, y la construcción de su identidad grupal.

Los grupos se han formado para unir fuerzas y para desarrollar proyectos que de forma aislada hubiera sido difícil realizar. En este sentido, Nortec fue un ejemplo importante para esta generación. Asimismo, la formación de grupos también responde a una estrategia de posicionamiento dentro del mercado de las artes visuales y de la música, donde estas formaciones se han popularizado.

II Parte. Producción artística y redes sociales



Imagen 13. «En vivo y a todo color», evento organizado para el primer aniversario de Bulbo TV, en el Centro Cultural Tijuana (Foto: Gonzalo González).

Existen pocos estudios sobre la organización de los creadores para la producción artística¹³⁵ en Tijuana. Tan sólo algunos trabajos sobre producción musical y producción cinematográfica y videográfica¹³⁶. Este vacío se justifica debido a que el papel del artista hasta hace poco era el de un artífice solitario¹³⁷ de objetos de carácter estético, por lo que la organización del

¹³⁵ La producción artística puede ser entendida como el proceso de organización para la generación de obras de carácter estético o como el conjunto de las obras creadas (por ejemplo, cuando se habla de la producción artística de un pintor, de un país o periodo en el arte). En este trabajo la producción artística se refiere al primer caso, esto es, a las maneras de organización de los artistas para generar sus obras y eventos.

¹³⁶ Ver los trabajos de Manuel Valenzuela sobre el Colectivo Nortec, *Paso del Nortec. This is Tijuana* (en prensa); los de Norma Iglesias: «Artistas transfronterizos. Panorama general del video-arte en Tijuana» (2002) y «Border representations. Border cinema and independent video» (2003); y la video-tesis de Adriana Trujillo Méndez: *El cine y video independiente en Tijuana de 1996 al 2000* (2001).

¹³⁷ Los artistas siempre han requerido de una red de relaciones de cooperación para desarrollar sus obras, lo que ha provocado una división del trabajo en el campo artístico (Becker, 1984). Mi idea es que los artistas de esta investigación (Bulbo, Yonke Art, Radio Global y Nortec) requieren tanto en su proceso creativo como en

trabajo en grupo, las colaboraciones y los proyectos multidisciplinarios tenían poca relevancia para el proceso creativo de sus obras. La transformación del rol del artista ha ido de la mano de cambios en las formas de expresión artística (debidos principalmente a los avances tecnológicos), que sin duda implican también nuevos esquemas de producción (Gioia, 2003).

En la actualidad, la producción artística en Tijuana descansa sobre una red social articulada por las relaciones –informales, flexibles¹³⁸ y de confianza¹³⁹—que establecen los artistas y grupos de artistas entre sí. La organización productiva a través de redes manifiesta sistemas abiertos y en permanente construcción que obedecen a la necesidad de los actores de resolver problemáticas y potenciar los recursos disponibles¹⁴⁰. Asimismo, propone un modo de articulación multicéntrica ya que se trata del enlazamiento de grupos e individuos nodales¹⁴¹.

La red es de manera simultánea causa y resultado de las conductas de los individuos que interactúan en ella, ya que son sus acciones las que determinan y transforman su estructura global al iniciar, construir, mantener y romper las relaciones. De acuerdo al tipo de red que construyan (sus patrones y estructuras), se generan oportunidades significativas y restricciones que afectan el acceso de los individuos y grupos a recursos, como la información, la riqueza y el poder (Krebs, 2002).

Las redes forman parte del capital social de una sociedad. Este se identifica con relaciones horizontales, aunque siempre existen liderazgos a la hora de crear y reproducir relaciones de

la realización de sus obras y eventos la participación de otras personas, lo que no sucede, por ejemplo, con el pintor, el poeta, el novelista, el dramaturgo, etc., pero sí con el cineasta, por ejemplo. Me refiero al artista solitario más como un estereotipo o modelo que simplifica la realidad, que como una circunstancia real.

¹³⁸ Las relaciones de cooperación flexibles también pueden llamarse *efímeras*. Preferí el primer término porque estas relaciones con frecuencia se convierten en rutinarias, y producen patrones de actividad colectiva (Becker, 1984).

¹³⁹ La confianza es un tema muy importante en la vida de las organizaciones y en la economía en general, aún así es un concepto *evasivo*. Se ha dicho que ofrece la ventaja de reducir los costos de transacción. Hay tres momentos de la confianza: a) investigar las premisas de la confianza, b) el asentimiento de una promesa o testimonio, y c) la acción de confiar (Brisebois, sin fecha).

¹⁴⁰ Existe una tensión entre la posibilidad de la agencia y el condicionamiento de la estructura en las teorías para el análisis de las redes sociales. Yo planteo esta red de artistas como una que ofrece mayores oportunidades a los actores --quienes seleccionan sus vínculos para maximizar sus ganancias-- que restricciones, que por supuesto también las hay (Borgatti, 2003).

¹⁴¹ En el análisis de redes sociales, los actores o grupos que establecen relaciones entre sí son llamados nodos. Individuos o grupos nodales son aquellos puntos de enlace entre nodos, y se caracterizan por poseer una mayor cantidad de relaciones sociales.

cooperación. Las redes se consideran un rasgo de la organización social además de la confianza y las normas, que en conjunto pueden mejorar la eficiencia de una sociedad facilitando acciones coordinadas. Ya sea como fenómeno subjetivo o en el plano colectivo, el capital social permite a las personas trascender relaciones conflictivas y competitivas para conformar relaciones de colaboración y ayuda mutua cuando existe entre ellas un objetivo común (Kliksberg, 1998).

En Tijuana se observa la proliferación de grupos entorno a individuos nodales o a proyectos. El resultado es una dinámica productiva flexible e intensa, aunque no libre de fricciones. El Colectivo Nortec, Bulbo, Yonke Art, Radio Global, pero también Torolab, Estación Tijuana¹⁴², Static¹⁴³, TijuanaBloguitaFront¹⁴⁴, Colectivo La Línea¹⁴⁵, Mil por el rock¹⁴⁶, UnCut¹⁴⁷, Discos Invisibles¹⁴⁸, Kimika¹⁴⁹, Orbit¹⁵⁰, Naza Space Club¹⁵¹, semanario *Bitácora*¹⁵², Producciones

¹⁴² Proyecto de Marcos Ramírez ERRE, artista visual. Su obra más conocida es el «Caballo de Troya», con la cual participó en InSite 97. Además participan Teddy Cruz y Pedro Alonso.

¹⁴³ Proyecto encabezado por Ejival, quien también se presenta como Dj Ejival. Su página electrónica es www.staticdiscos.com.

¹⁴⁴ Es un sitio web (www.tijuanabloguitafront.blogspot.com) donde se concentran los links que remiten a páginas personales de muchos de los artistas de Tijuana que han creado blogs. Rafa Saavedra es el responsable de esta página, quien se encarga de elaborar diariamente una selección de las citas más memorables de cada autor adscrito al Tijuana-bloguita. Saavedra realiza desde hace un par de años una investigación sobre el fenómeno de los blogs, sin duda un importante registro de la dinámica social de la ciudad. Además del blog personal de Saavedra (www.rafaadro.blogspot.com), están los de los escritores Heriberto Yépez (www.hyepez.blogspot.com) y Luis Humberto Crosthwaite (www.quimerista.blogspot.com); así como el de Pedro Gabriel Beas (www.pgbeas.blogspot.com) de Nortec, Ejival (www.ejival.blogspot.com) entre muchos otros. Aunque pareciera que se trata tan sólo de un sitio para escribir, para muchos de los participantes tijuanabloguitafront constituye una comunidad.

¹⁴⁵ Colaboran Amaranta Caballero, Abril Castro, Margarita Valencia, Gabriela Juárez, Mayra Luna y Claudia Algara. Este colectivo está vinculado a Caltranzit, a su vez un colectivo de artistas visuales de San Diego, estudiantes de la Universidad de California. Su sitio es www.caltranzit.net.

¹⁴⁶ Proyecto dirigido por Roberto Partida Sandoval, reportero de la sección de espectáculos del semanario *Zeta*, y promotor del rock local.

¹⁴⁷ «UnCut filmes + música» es un proyecto de César Bojórquez, el «Zombie», de renta de películas (cine de arte, de culto, clásicas, animación, documentales, conciertos), y de venta de música (jazz, world beat, reggae, hip hop, dance, electrónica, rock). Tienen un sitio blog (www.uncutfilmes.blogspot.com) y un programa de radio que se transmite por Radio Global.

¹⁴⁸ Proyecto de disquera independiente y promoción de eventos dirigido por Nacho, el «Peruano». El sitio electrónico es www.discosinvisibles.com. También tienen programa de radio en Radio Global.

¹⁴⁹ Promotora de eventos de música electrónica dirigida por Jesús Navarro (Dj Jesús) y Poncho Muriedas. En el mismo lugar que ocupaba Don Loope en el edificio del Jai Alai, Jesús abrió meses después un club de música electrónica: Centro Bar. El lugar no cumplió el año de vida. Su página es www.kimika.org.

¹⁵⁰ Promotora de eventos de música electrónica encabezada por Gabriel Castillo. Su sitio electrónico es www.orbit.4t.com.

¹⁵¹ Promotora de eventos de música electrónica dirigida por César Fernández De León, el «Caballo», también Dj Horse. Un sitio que reabrió para la música electrónica fue el Marko Disco, que fuera un club de moda en los setentas. Conservando toda la ambientación disco, las fiestas fueron muy exitosas hasta que empezaron a

Artcore¹⁵³ y Pressless¹⁵⁴, por citar sólo algunos de los más visibles en la ciudad¹⁵⁵, dan cuenta de este fenómeno en la ciudad. Son proyectos, algunos personales más que grupales, pero que ocupan una posición en la red de relaciones en Tijuana, a veces convocando, otras colaborando, algunas más compitiendo entre sí.

En esta red ocupan un lugar esencial las instituciones de promoción cultural públicas, no obstante de manera simultánea se puede decir también que es palpable la ausencia de políticas culturales y de una estructura institucional formal acorde a los cambios más recientes en la producción artística. Una situación semejante ha experimentado las artes en China, en la actualidad un centro floreciente de producción artística. El auge del arte chino contemporáneo ocurre a partir de los años noventa. Se trata de una actividad que nace en un contexto político autoritario y de austeridad económica, pero en donde la formación académica existe aunque orientada a los intereses del Estado. En menos de dos décadas los artistas chinos se han ganado un lugar en las bienales de arte contemporáneo más prestigiosas del mundo, y aún más difícil que esto, han sido capaces de evolucionar sus corrientes artísticas: de posturas políticas revolucionarias, contestarias y

realizarse cada semana; entonces decayó la asistencia. Poco tiempo después de inaugurado Don Loope, el «Caballo» abrió un club en las instalaciones de Pueblo Amigo, Galaxy. El club no llegó a cumplir el año de vida. No tienen página electrónica.

¹⁵² Publicación binacional, creada en 1996, encabezada por Alma Delia Cobián. Cuenta además con un espacio galería-café en Otay a 5 minutos de la UABC, La Escala. Su sitio es www.bitacora-tj.com.

¹⁵³ Es Sal V. Ricalde y su pareja, Rosa Rodríguez, la «Rosita», quien cumple una función esencial en la logística de los eventos que organizan, como el festival de cine, video digital, multimedia e instalación «Imaginería Audiovisual de la Frontera» que realizan cada año en sitios no convencionales para este tipo de programas, pero que ya se van haciendo tradición en su festival como es el Cinema Latino (un cine de películas porno) y El Pollo Bar ubicado en la Zona Norte de la ciudad, la zona de tolerancia. En el 2004 presentaron el festival de cine «Proyector Chelero» en las instalaciones de la Cervecería Tijuana. Cada quince días, una sala de la planta alta de la taberna sirvió de improvisado cine club. Al terminar las películas, se abrían las sesiones musicales con los djs. Además de la Cervecería Tijuana, el evento contó con el apoyo de UnCut filmes + música, y de los djs Rafa dro (Rafa Saavedra); Serch (Sergio Mendoza, hermano de Panóptica de Nortec); Jungle I & Ites Crew («Sajjad» básicamente); dj Zombie de UnCut; las djs Chica Cometa (Mónica Muñoz) y Freenanda (Fernanda Jiménez), entre otros.

¹⁵⁴ Publicación digital en formato de disco compacto de Roberto Partida Durán, el «Bebo», y Francisco Javier Guerra Flores. La página electrónica es www.pressless.org.

¹⁵⁵ Considero que son de los grupos más visibles debido a que algunos de sus integrantes poseen trayectorias muy reconocidas (el ERRE de Estación Tijuana; Raúl Cárdenas que es Torolab, etc.); y otros más porque participan constantemente en los eventos donde se abren espacios para la difusión de proyectos de este tipo, como el festival de primer aniversario de Bulbo TV, En vivo y a todo color, y más recientemente en el primer aniversario de Radio Global, Supermarket. La participación de los grupos consiste en la colocación de stands donde ofrecen a la venta algunos de sus productos, regalan calcomanías, distribuyen flyers, etc.

disidentes, a obras más personales e introspectivas. Un factor clave de la consagración del arte chino contemporáneo han sido los exiliados de estos países, quienes desde París, Nueva York, Londres y Berlín, ciudades claves del mercado del arte en el mundo¹⁵⁶, han promovido y apoyado a sus compatriotas (Smith, 2004; Carvalho, 2003; Leydier, 2003; Mehta, 2003; Bertagna, 2003; Platt, 2002; Leigh, 2002; Ming Wai Jim, 1999; Fadon Vicente, 1997; Machado, 1995).

Estimo que sin duda hay muchas lecciones que pueden aprenderse de la experiencia china. En particular, que los artistas que hoy se presentan en las bienales y han logrado cotizar sus obras se consideran híbridos por las tradiciones que fusionan y los materiales y herramientas que utilizan; han producido con escaso o nulo apoyo gubernamental; se han apoyado en redes sociales, tanto para formar comunidades de artistas y espacios de exhibición independientes, como para difundir y comercializar sus obras en el extranjero; y han contado con una formación teórica sólida en historia del arte occidental, no obstante las restricciones ideológicas de sus regímenes políticos. Sobre este último punto, en Tijuana hasta hace muy poco tiempo ni siquiera existían espacios para la formación profesional de los artistas¹⁵⁷.

¹⁵⁶ A pesar de que el mundo del arte se ha extendido hacia nuevas regiones a partir de bienales, el control se sigue ejerciendo desde los centros de poder económico: «Y si la metrópolis artística ya no fuese tan necesaria, por qué entonces Berlín durante los 90 se ha convertido en uno de los nodos más importantes del mundo artístico —o tal vez el más importante—, para el arte contemporáneo más socialmente orientado... El mundo del arte tiende a polarizarse entre “un” mundo del arte globalizado con grandes recursos y numerosas regiones artísticas locales. Para participar en el primero hace falta haber sido iniciado, lo que implica que hace falta invertir mucho tiempo y viajar mucho. Si además se quiere actuar en ese mundo, hace falta una red bien estructurada» (Schibli, 2002).

¹⁵⁷ Las principales opciones que se han abierto en años recientes son las licenciaturas en Artes plásticas y en Música de la Escuela de Artes de la Universidad Autónoma de Baja California en los campos de Mexicali, Tijuana y Ensenada, mismas que iniciaron sus actividades docentes el primer semestre de 2004. También se encuentra la Universidad de las Artes del Noroeste que cuenta con reconocimiento oficial para las carreras de Artes Visuales, Administración de Empresas Culturales, Pedagogía del Arte, Diseño Gráfico y Arquitectura de interiores a partir del 2002. Otros esfuerzo que se realizó para la formación de los artistas, sobre todo de los jóvenes, fue el Programa Educativo para la Profesionalización Artística (PROPAVIS 2002), promovido por el Centro de Humanidades de Baja California. Un proyecto que pronto verá la luz es el del Centro Estatal de las Artes en Mexicali, el cual dependerá del Instituto de Cultura de Baja California, es decir, del gobierno estatal. La construcción del inmueble comenzó en noviembre de 2003, cuenta con un inversión de 45 millones de pesos y se espera que una vez concluido atienda a más de 6 mil alumnos por año (*Bitácora*, no. 363).

Las estructuras «tradicionales» para el fomento a la cultura y al arte no son suficientes para sostener la producción artística en la ciudad¹⁵⁸. Ésta ha sido una sociedad usualmente incomprensida¹⁵⁹ a pesar de contar con el único centro cultural de su tipo en el país: el Centro Cultural Tijuana, fundado en 1982, y cuyos recursos, desde su creación hasta el presente, proceden del gobierno federal a través del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes¹⁶⁰.

También en el ámbito local se encuentra el Instituto Municipal de Arte y Cultura de Tijuana, y la sede del Instituto de Cultura de Baja California. Otros organismos son la Universidad Autónoma de Baja California y el Instituto Tecnológico de Tijuana, ambos de tipo público, y la Universidad Iberoamericana, institución privada. Si bien todas las instituciones mencionadas han tenido un papel relevante en diferentes etapas en la historia de la ciudad, hoy –salvo contadas excepciones–, son espectadoras pasivas dispuestas a apoyar proyectos en aspectos puntuales: préstamos de equipo o salas de exhibición, por ejemplo. En este sentido, ha sido el Centro Cultural una de las pocas instituciones locales capaces de iniciar un proceso de reestructuración de su papel dentro de la actividad artística local. Una de las tareas que ha emprendido es la de promover la profesionalización de los artistas impartiendo cursos y seminarios no escolarizados ofrecidos por

¹⁵⁸ Periodistas culturales han expresado sus opiniones sobre lo que debería plantearse como política cultural para Tijuana por parte de las instituciones públicas. Han tocado el tema de los espacios y la oferta cultural; la formación de públicos y el impacto de los productos creados por los artistas, investigadores, promotores, etc.; la concentración de recursos y de decisiones en las cabeceras administrativas de las agencias culturales, y la falta de datos confiables respecto a patrones de consumo y perfiles del consumidor cultural. Otros han realizado propuestas que posiblemente superan los objetivos de las políticas culturales, como lo es fomentar el arte en las instituciones educativas para atacar el consumo de drogas entre los jóvenes (*Bitácora*, no. 291, 293, 302, 341).

¹⁵⁹ En este sentido, los trabajos de Víctor Zúñiga (1997 y 1993) son un antecedente importante del análisis que se ha hecho en México sobre políticas culturales para las ciudades fronterizas del norte del país. El caso concreto que trata es la ciudad de Monterrey, Nuevo León. En ellos aborda las visiones que desde el centro se tienen de la política cultural para la frontera, la cual se identifica como trinchera cultural y punto estratégico de la defensa de la cultura nacional. Por parte de los artistas, escritores y políticos norteros, la visión no es muy diferente: se consideran marginados de la oferta cultural del centro, habitantes de un desierto cultural, e indefensos contra los fuertes embates de la cultura estadounidense. También presenta un recuento histórico del curso de la promoción cultural en Monterrey. Otro trabajo en este sentido es el de Leticia Márquez Suárez quien realiza un análisis del discurso político sobre la cultura en Baja California (1996).

¹⁶⁰ Es de notar que el Cecut nació primero al amparo del Fondo Nacional para Actividades Sociales (FONAPAS) y poco tiempo después pasó a manos de la Secretaría de Turismo. Su propósito original era ser un centro de atracción turística, pero debido a que la comunidad tijuana demandó reorientar sus funciones, se incorporó a la Secretaría de Educación Pública en 1983. Años más tarde, en 1988, quedó bajo la coordinación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, organismo que se creó ese mismo año (www.cecun.gob.mx).

destacados artistas y académicos nacionales e internacionales. Ha replanteado también el uso de sus instalaciones para ganar espacios de exhibición¹⁶¹.



Imagen 14. «Destructomanía» en Diagnósticos Urbanos (24 de octubre, 2002), Centro Cultural Tijuana. Iván Díaz (iz.) y Sal V. Ricalde (der.)

¹⁶¹ La desaparición del Restaurante Jardín es prueba de ello; este amplio y desaprovechado espacio ahora está destinado a sala de exhibición. Sin embargo, el espacio otorgado al Museo de las Californias, sobre todo el que correspondía a la Sala de Usos Múltiples, sigue siendo necesario y hasta la fecha no se ha encontrado una manera de compensar esta pérdida.

Las políticas culturales



Imagen 15. Video still «Asfalto» de Adriana Trujillo, Yonke Art.

Tradicionalmente las instituciones públicas han sido las promotoras de las políticas culturales. En encuentros internacionales académicos y políticos éstas adquieren relevancia justo cuando los gobiernos nacionales reducen los recursos destinados a la cultura y las artes (entre otros rubros de su presupuesto) como consecuencia de las fuertes crisis económicas de las tres últimas décadas¹⁶². Sin embargo, no todo es negativo en esta «retirada» del Estado del financiamiento¹⁶³ y sostenimiento de las actividades culturales¹⁶⁴, ya que nuevas alternativas han surgido para subsanar estas carencias, mismas que permiten reconocer mecanismos de organización entre los artistas,

¹⁶² Al respecto se pueden consultar los trabajos de Juan Luis Mejía Arango (s/f) y Gerardo Caetano (2003).

¹⁶³ Para muchos autores el apoyo a las artes no debe ser una prioridad para el Estado. Sus recursos deben proceder de las empresas y de donadores filantrópicos. Las instituciones culturales deben buscar un funcionamiento similar al de cualquier otra empresa, y, de hecho, tienen la obligación de servir a la gente (Zolberg, 2003).

¹⁶⁴ Hay tres maneras básicas de hacer política cultural: *la intervención* –como en Francia–, donde todo se hace a partir de una organización centralizada que define las propuestas que habrán de llegar a las comunidades; *la coordinación* –como en Gran Bretaña–, donde intentan determinar cómo se puede trabajar en conjunto por medio de agencias estatales que coordinan las actividades culturales, y *la cooperación* –como en Alemania–, en donde se da una operación más descentralizada, en la que las partes se relacionan entre sí y negocian de acuerdo a sus necesidades (Coelho, Martín Barbero, Fuentes Navarro, 2002). En relación a la operación de las políticas culturales en Francia es posible esperar cambios drásticos en el futuro: el funcionamiento de las instituciones de cultura ha cambiado radicalmente bajo el mandato de Jean-Pierre Raffari, actual primer ministro, quien como una de las primeras medidas de su gobierno redujo el presupuesto destinado al sector cultural (Guepiere, 2004).

promotores, público e instituciones privadas, que los facultan a conducir (en múltiples sentidos) su desarrollo cultural y artístico.

Tras las crisis mundiales que provocaron el cuestionamiento de los modelos económicos que sustentaban las teorías del desarrollo, se generó interés por las políticas culturales y sus posibilidades para el desarrollo de las naciones (García Canclini, 1987). El papel de las políticas culturales fue redimensionado a partir de la visibilidad social que adquirió el concepto de cultura en el campo político. Un planteamiento que se derivó de estas reflexiones es que *las políticas culturales integran el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados* a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social (García Canclini, 1987 y Brunner, 1989; Fabrizio, 1982; Martín Barbero, 1995; y Mattelart, 1991, citados en García Canclini, 1999).

Las políticas culturales deben *incluir los movimientos de juego y experimentación, y promover las búsquedas conceptuales y creativas a través de las cuales cada sociedad se renueva* (Ídem: 60); esto es, ser capaces de integrar las diversas manifestaciones culturales, abrir espacios de expresión y posibilitar el intercambio de ideas en la sociedad¹⁶⁵.

En estos planteamientos de políticas culturales, la cultura es definida como pautas de significación, esto es, como una dimensión simbólica-expresiva de todas las prácticas sociales, incluidas sus matrices subjetivas (*habitus*¹⁶⁶) y sus procesos materializados en forma de instituciones o artefactos. Es un conjunto de signos, símbolos, representaciones, modelos, actitudes y valores inherentes a la vida social (Tylor, 1958 y 1898; Geertz, 1973 y 1988; Giménez, 1996),

¹⁶⁵ Esto es particularmente relevante para las sociedades latinoamericanas, ya que muchas de ellas sufren una desintegración social causada por su crecimiento explosivo, pobreza, migración, desempleo, violencia, narcotráfico, etc., fenómenos que han corrompido el tejido social, infraestructura básica para la democracia (Coelho, Martín Barbero, Fuentes Navarro, *et al*, 2002).

¹⁶⁶ El *habitus* «es ese principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relacionales de una posición en un estilo de vida unitario, es decir un conjunto unitario de elección de personas, de bienes y de prácticas» (Bourdieu, 1997: 19).

definición que permite afirmar que sólo conceptualmente es posible abstraer la cultura de sus raíces espaciales (Lefebvre, 1976), y, más aún, territoriales¹⁶⁷.

Por lo anterior, una política cultural para el norte de México debe atender las relaciones y los procesos socioculturales que se dan en la frontera, como son la intersección cultural, vecindad, apropiación cultural, transculturación, innovación, recreación y resistencia cultural, no sólo en la relación con Estados Unidos sino también con otras regiones (Valenzuela, 2003; Zúñiga, 1997).

Además de unas políticas culturales de relaciones binacionales, es necesario definir las áreas en que ésta puede traducirse en acciones concretas. Se sabe, por ejemplo, que los gobiernos encuentran muy pocas justificaciones de tipo económico para intervenir en políticas culturales, a menos que tomen en cuenta valores como la cohesión social –que también son difíciles de cuantificar en términos económicos-- (Thorsby, 2002).

Las actividades culturales constituyen un fenómeno económico de relevancia que moviliza cuantiosos recursos, genera riqueza y empleo. No por nada las industrias culturales son de las de mayor crecimiento en los últimos años¹⁶⁸ (Stolovich, s/f). Por esto en la actualidad existen importantes avances para generar estadísticas culturales e indicadores en desarrollo cultural¹⁶⁹, así

¹⁶⁷ En un sentido simbólico, los conceptos de espacio y territorio pueden entenderse, el primero, como los *procesos culturales* donde se construyen la unidad simbólica de cada nación y las diferencias entre las clases, donde cada sociedad organiza la continuidad y ruptura entre su memoria y su presente; mientras que el segundo, territorio, se encuentra más cercano a la cultura, pues es donde los grupos sociales se proyectan hacia el futuro, donde elaboran práctica e imaginariamente sus conflictos de identidad y realizan sus deseos¹⁶⁷ (García Canclini, 1987: 58-60). Esta sutil distinción entre los conceptos de espacio y territorio requiere una acotación más: el territorio es un *geosímbolo* «un lugar, un itinerario, una existencia o un accidente geográfico que por razones políticas, religiosas o culturales revisten a los ojos de ciertos pueblos o grupos sociales una dimensión simbólica que alimenta y conforta su identidad» (Bonnermaison, 1981: 256, citado en Giménez, 1996: 14).

¹⁶⁸ El presidente de la Sociedad General de Escritores de México, Víctor Hugo Rascón Banda, comentó en una entrevista a un medio de comunicación radial (IMER) que la industria cultural en este país representa el 7% del producto interno bruto, esto es, genera más recursos que la agricultura, la maquiladora, la industria automotriz, y apenas tres puntos porcentuales menos que PEMEX. Esta información es resultado de un estudio de investigación realizado por el Centro de Investigación y Desarrollo Económico (CIDE). El objetivo del estudio, encargado por la SOGEM, es ofrecer información confiable a la Secretaría de Hacienda y al gobierno federal para que apoyen a estas industrias nacionales, comentó Rascón Banda. En las industrias culturales se incluyen el cine, la televisión, los libros y la música. Estas declaraciones fueron realizadas en el contexto del festival de cortometrajes «Expresión en Corto», cuya sede fue Guanajuato, Gto., el 22 de julio de 2004.

¹⁶⁹ Del 21 al 23 de octubre de 2002 se realizó en Québec el Simposio Internacional en Estadísticas Culturales «Statistics in the Wake of Challenges Posed by Cultural Diversity in a Globalisation Context», el cual fue organizado de manera conjunta por el Instituto de Estadística del Observatorio de Cultura y Comunicaciones

como para plantear un concepto de cultura que pueda llegar a ser *medible*, y en el que también se perciba más fácilmente la coyuntura entre cultura y economía (*Ídem*). Esta aproximación se obtiene al «reducir» (*para fines prácticos*) el concepto de cultura sólo a las actividades de creación estética y de expresión, así como a sus productos, esto es, a las artes creativas y performativas (Stanley, 2002).

Para los gobiernos la cultura, entendida en el sentido antes descrito, es importante porque...

Culture as aesthetic creation and expression can therefore be thought as the Research and Development laboratory where new symbolic resources are created and tested to see if they work, and then released to the world as cultural products to see if they will be absorbed into the existing stock of ideas and perceptions. *The reason the cultural sector understood as aesthetic activities attracts policy interest, therefore, is that a society must continuously refresh and update its stock of symbolic resources* (i.e. ensure cultural diversity) if it is to cope with rapidly changing world circumstances and phenomena (subrayado propio, *Ídem*: 3).

El valor económico de las políticas públicas es un interés esencial para sus hacedores, un aspecto que no puede ni debe minimizarse. Si bien la política cultural tiene que representar las aspiraciones culturales de una sociedad, también debe regirse por valores culturales y económicos. Ya sea para reforzar la identidad cultural, la diversidad, la creatividad u otros aspectos de la vida cultural comunitaria, o para atender campos culturales más concretos, como son las artes, el desarrollo regional, el patrimonio cultural, etc., el balance entre valores culturales y económicos para la formación y la implantación de políticas es fundamental (Thorsby, 2002). De acuerdo a lo anterior, las políticas culturales podrían cumplir una función cardinal para mitigar o contrarrestar la vulnerabilidad e incertidumbre laboral en el sector artístico¹⁷⁰.

de Québec, Montreal, Canadá, y el Instituto de Estadística de la UNESCO. Las ponencias presentadas abordaron propuestas para generar indicadores de desarrollo cultural, estadísticas sobre industrias culturales; conceptos, y mediciones sobre personal empleado en este sector, características de su formación, fuentes de financiamiento, etc.; beneficios sociales (como cohesión social) y económicos, diversidad cultural y globalización, entre otros temas.

¹⁷⁰ Existen pocos trabajos académicos sobre políticas culturales que hagan alusiones a las condiciones y necesidades de trabajo de los artistas. Son un sector que carece de seguro social y médico, y en sus relaciones de trabajo es muy frecuente la informalidad (Pallini, 1997). No obstante el nivel de especialización que requieren, las características del trabajo indican vulnerabilidad: es irregular y poco protegido; las perspectivas de carrera son inciertas; la gama de remuneraciones del trabajo artístico es muy amplia y es bastante frecuente el multiempleo con actividades complementarias a la artística (Stolovich, s/f; Sholette, 2002).

Además las políticas culturales son necesarias para acoplar la dinámica artística que se genera en un país en circuitos mundiales en los que las obras se exhiben, comercializan y aprecian, esto debido a que los artistas más reconocidos ya no se forman sólo mediante el arraigo a una sociedad nacional, universidad, ciudad, museo o galería sino por su capacidad para insertarse en un contexto global, en el que la flexibilidad es esencial para desplazarse en muchos centros de varios continentes (García Canclini, 1999).

Para que las políticas culturales puedan fortalecerse es necesario que adviertan las transformaciones que están ocurriendo en las artes tradicionales y en las industrias culturales y de comunicación. Asimismo necesitan una definición cambiante de «comunidad» y mayor acercamiento a los públicos (Zolberg, 2003). Su función esencial debiera ser encontrar mecanismos de cooperación inter y multicultural donde la creación propia o local tenga la misma oportunidad de ser valorada que la global o ajena (*Ídem*).

En los países desarrollados los procesos creativos están guiados y apoyados por instituciones, organizaciones y compañías públicas y privadas que proveen los recursos financieros y orientan los objetivos y prioridades –guiados a su vez por las presiones del mercado y la competencia o las necesidades sociales--. El sistema del arte, por lo mismo, funciona como una plataforma sólida en la que existen roles más o menos definidos (Rausell y Torrejón, s/f).



Imagen 16. Video still «La Estrella Dancing Hall» de Itzel Martínez del Cañizo, Yonke Art, y Sergio Brown y José Luis Martín, Nortec Visual.

El papel de las instituciones en Tijuana

Las relaciones de los integrantes de Bulbo, Nortec, Radio Global y Nortec con instituciones (principalmente culturales y públicas), son esenciales para la realización de sus obras y eventos, por lo que representan un aspecto fundamental de la dinámica de la red local de artistas. Las becas, estímulos económicos, premios, foros, etc., constituyen preseas muy valoradas para todos los creadores –que generalmente producen con recursos muy limitados¹⁷¹--, porque los apoyos de procedencia estatal representan la mayor parte del financiamiento disponible para la producción artística. En estas circunstancias, y de cierta manera, el Estado *influencia* el tipo de actividades que se realizan (Becker, 1984).

¹⁷¹ Por lo menos, en los últimos dos años se han suscitado fuertes disputas por premios otorgados por el gobierno estatal, a través del Instituto de Cultura de Baja California, mismas que han sido ampliamente reseñadas en los medios de comunicación, especialmente en el semanario binacional *Bitácora*. Uno de ellos fue sobre la XIII Bienal de Artes Plásticas y el otro sobre los Premios Estatales de Literatura, en la modalidad de ensayo, 2002 (*Bitácora*, no. 269, 308, 309, 310, 312).

Las instituciones¹⁷² que más aportan recursos (ya sea que permitan la utilización de sus espacios, presten equipo o financien parcial o totalmente un proyecto) son el Cecut y la UABC, principalmente. Otras relaciones importantes, en especial para Bulbo, fueron las que mantuvieron con la estación de radio Estéreo Frontera y con el canal 45 de televisión. En particular, Bulbo y Yonke Art han recibido becas nacionales, estatales y municipales¹⁷³. Considero que para ambos grupos estos apoyos institucionales (económicos, pero sobre todo los que son en especie, y la apertura de espacios) han sido relevantes para su trabajo (Trujillo Méndez, 2001), aunque afirman que de no contar con ellos producirían de alguna otra manera. Otra cosa sería decir que sin las instituciones y sus apoyos no existirían, como a veces sucede en sociedades donde la actividad artística se encuentra altamente estructurada (Becker, 1984).

CRISTINA: Nos gustaría aclarar que no hacemos esto para ganar becas... queremos dignamente ganarnos lo que vamos a ganar con nuestro propio trabajo y no ser así como sanguijuelas que están viendo nomás qué beca agarro, porque no es la tirada, pero obviamente sí... están ahí y nos van ayudar, pues es súper necesario para la producción y todo.

LORENA: Yo creo que la marca de nuestro trabajo es que somos autosuficientes y no tenemos que esperar a que nos llamen para empezar a decir «vamos a hacer Bulbo», sino que nosotros mismos financiamos nuestros propios proyectos y ya si...

JOSÉ LUIS: Llegan por el resultado del mismo proyecto...

CRISTINA: No es que si no las tuviéramos no haríamos lo que hemos hecho, o sea, lo hemos hecho a pesar de las becas.

La política cultural es el resultado de un proyecto colectivo en el que intervienen con frecuencia varios de los siguientes actores: los artistas, los promotores culturales, los curadores, los propietarios de espacios culturales, el Estado a través de sus instituciones, las fundaciones, la sociedad, los medios de comunicación y la iniciativa privada, entre otros. El artista es un actor

¹⁷² Los escritores tijuanenses han sido los más severos críticos del papel de las instituciones de cultura del Estado. Uno de ellos es Heriberto Yépez quien expresó lo siguiente en una entrevista con respecto al papel de las instituciones en la literatura: «Lo que me preocupa más es la burocracia, ahí es donde veo el auténtico peligro y punto malo... Las instituciones han fallado... En los últimos años entre el IMAC, CECUT, ICBC, COLEF, UABC, etc., no se hace una sola institución que funcione. Dan pena. El problema, creo, han sido las dirigencias. A veces hay gente que trabaja, pero quien dirige o coordina no tiene visión o por lo menos sentido común. Nada más hay ambición, corrupción, ego o de plano no hay nada...». (*Bitácora*, no. 285).

¹⁷³ Yonke Art ha recibido en dos ocasiones apoyos financieros de Conaculta a través del Instituto de Cultura de Baja California PACMYC, y sólo una beca del Fondo Estatal para la Cultura y las Artes, FOECA; Bulbo ha recibido sólo una beca, que fue concedida por el Instituto Mexicano de la Juventud.

relevante del proceso de generación de nuevas obras, y requiere de los apoyos que otros actores pueden o están en condiciones de brindarle. Si bien su competitividad no depende de manera exclusiva de los medios de que disponga (pues se trata de un trabajo originado esencialmente a través de procesos creativos), es indudable que el acceso a los recursos económicos disponibles posibilita su desarrollo profesional, y más aún cuando producen en áreas costosas y demandantes de la renovación periódica del equipo técnico. Los recursos siempre son escasos, por lo tanto, todo grupo y artista debe estar preparado y dispuesto a competir por ellos.

La competencia por los recursos y su obtención va más allá de la posibilidad de un artista o grupo de realizar una obra en particular: es la puesta en marcha de una política cultural y de una agenda en materia de cultura. Cada proyecto aceptado abre la puerta a propuestas similares y a otros creadores de la misma generación e incluso de la misma región. Sensibiliza a los funcionarios y al público sobre temáticas, pero también a los medios de comunicación, y con esto a la sociedad en general. Modifica las relaciones de poder entre instituciones y artistas. Altera o resignifica la lógica de la utilización de los espacios institucionales. Es el momento propicio para que la institución cultural pueda plantearse la transformación de su estructura –en cambios sucesivos y paulatinos-- a fin de responder mejor a las propuestas que recibe. En resumen, cada recurso destinado al financiamiento de un artista tiene la posibilidad de enriquecer (y en ocasiones, transformar) al medio artístico en su totalidad. De ahí la responsabilidad de acceder a los recursos públicos, pero de ahí también la necesidad de competir por ellos.

Lo interesante de esta frontera, es que la actividad artística se ha generado bajo esquemas de producción independiente. Me parece que éste es un rasgo positivo del mundo artístico tijuanense porque con él se afirma que la expresión creativa encuentra medios para concretarse en obras; pero también, sugiere que no es necesario aportar recursos –mucho menos públicos-- porque los artistas *siempre encuentran la manera de producir*, lo cual no es realista. Por ejemplo, la experiencia de Iván y de Yonke Art muestra lo insostenible de este argumento. En su caso es muy claro que el

grupo es una plataforma para producir y no depender *por completo* de los ingresos de procedencia gubernamental:

...todo eso de la producción independiente en el sentido de, pues no quiero decir, pero del tema deficiente del apoyo a la cultura mexicana en general, pero sí es así un poco, y el hecho de considerarnos como un grupo y tratar de hacer una producción con una plataforma sólida como para poder contrarrestar un poquito eso y no necesitar tanto de eso... parte de nuestra estrategia para conseguir fondos... [es] esta noción de generar espacios propios de la producción independiente; el no tener que esperar de nadie para hacer las cosas y pues de alguna forma así le hacemos.

Otra situación viven los proyectos de Nortec y Radio Global, los cuales más fácilmente han podido insertarse en una dinámica de mercado (musical, de medios y de bienes de consumo). Así ocurre que para los de Nortec sería incongruente solicitar becas municipales o estatales cuando ya han tenido una amplia exposición nacional e internacional. Consideran que las becas deben beneficiar a proyectos de artistas jóvenes que sin esos recursos no podrían realizar su producción. Han manifestado interés por apoyos procedentes de instituciones internacionales, mas hasta la fecha no han solicitado ninguno. De hacerlo, no las buscarían para Nortec, sino para algún otro proyecto, o como creadores individuales y no como colectivo.

En el caso de Radio Global no han recibido becas porque nunca las han solicitado. Sólo han participado en el Premio Tijuana Joven, convocado por el XVII Ayuntamiento, en la categoría de «imagen de la ciudad», reconocimiento al que no se hicieron acreedores debido a que a su página le faltó una leyenda que informara que se trataba de un sitio web tijuanense. Sin embargo, al igual que Nortec, han pensado en solicitarlas, pues tienen el proyecto de viajar por el país y transmitir desde distintos lugares la señal de Radio Global:

FAB: En cuanto a becas y eso, lo que hemos pensado es, bueno, no sé, que mejor le seguimos con el proyecto y probablemente va a ser más fácil conseguir alguna beca o algún apoyo ya cuando tengamos un proyecto que ya tenga una base que ya funciona, que ya tiene una cierta, una historia... que probablemente facilite nuestra dinámica de trabajo... porque nos gustaría conseguir un «motor home» y pintarlo de rojo [risas]

OK

ELÍAS: y ese tipo de dinámicas son como publicitarias y a la vez como experimentos [risas]

WERO: Sí, y nos vamos a llevar a alguien de medios que pueda capturar eso, y a ver qué pasa [risas]

EDUARDO: por ejemplo, eso se lleva... mucho... a buscar tecnologías para hacer eso porque se requiere mucha tecnología...

WERO: a ver, ¿qué se requiere?

ELÍAS: como que eso ha sido parte de esa libertad... porque ni siquiera hemos dicho «ah, OK», vamos a hacerlo en un cabina y vamos a estar transmitiendo, como que eso es lo que está sucediendo, ¿no?, pero como que siempre, nos gusta ir poquito más allá, buscarle más [risas].

FAB: ... pero sí tenemos en mente solicitar apoyos o becas...

¿El nuevo rostro de la política cultural?: la IP en Tijuana

Nuevas instituciones se han estado sumando a las listas de posibles financiadores y escaparates de la producción de los artistas jóvenes de Tijuana. Tal es el caso de InSite 2005-2006, quien en la próxima edición incluirá trabajos de Bulbo e Itzel Martínez del Cañizo. Antes, en InSite 2000-2001, Pepe Mogt colaboró como Fussible realizando la musicalización de un video presentado por Jonathan Hernández, en el que participó en el diseño gráfico Raúl Cárdenas (Torolab)¹⁷⁴. InSite, evento binacional de arte contemporáneo que privilegia las modalidades del arte público, ha tenido influencias notables en el desarrollo y formación¹⁷⁵ de las artes visuales en la ciudad, no obstante en los grupos focales sólo fue valorada esta contribución por los integrantes de Radio Global, en particular por Elías¹⁷⁶.

Otro hecho reciente que cambia el panorama del financiamiento de las actividades artísticas a nivel local es el proyecto «Tijuana, la Tercera Nación»¹⁷⁷, el cual contó con un presupuesto de 1.6

¹⁷⁴ «No one over 21», video y cd-rom.

¹⁷⁵ InSite en cada una de sus ediciones ha incluido a muchos de los artistas más prestigiosos en las artes visuales en la actualidad. La presencia de Krzysztof Wodiczko con su obra «Proyección Tijuana» marcó un hito en el arte público en la ciudad, ya que no sólo logró romper la inercia de los eventos desairados de InSite –situación muy frecuente –, sino que algunos de los integrantes de Bola 8 apoyaron al reconocido artista.

¹⁷⁶ Para más información sobre InSite consultar sus catálogos (94, 97, 2000-2001), e *Intromisiones compartidas. Arte y sociedad en la frontera México/Estados Unidos* de Néstor García Canclini y José Manuel Valenzuela Arce.

¹⁷⁷ Los eventos que han formado parte del proyecto son: «Grito Creativo»; «Tijuana, corazón creativo»; y «Ciudades, el corazón sobre el asfalto», todos ellos inaugurados el 20 de abril de 2004 por el presidente de México, Vicente Fox; pero además se ha contado con la presencia de escritores ampliamente conocidos en las letras hispanas como Laura Restrepo, Xavier Velasco, Héctor Aguilar Camín, Federico Reyes Heróles;

millones de dólares procedentes de la iniciativa privada¹⁷⁸, una cifra nunca antes destinada a ningún evento cultural en la ciudad. El proyecto encabezado por Antonio Navalón Sánchez, representante del grupo editorial PRISA¹⁷⁹ y periodista de profesión, llevó de nuevo a la mesa de discusión la hibridación cultural, un proceso que se supone fuerte en Tijuana¹⁸⁰.

Muchos artistas visuales se vieron sorprendidos por el derroche de recursos y poder de convocatoria de los organizadores, ya que en muy pocas semanas montaron un par de exposiciones, las más grandes y vistosas que se hayan llevado a cabo en un espacio público en la ciudad. Otros más se han visto favorecidos de la difusión del evento en medios locales y nacionales¹⁸¹. Más de una treintena de artistas participaron¹⁸² de alguna manera en el evento, ya sea aportando obra para las exposiciones tanto del Canal del Río Tijuana como de la cerca metálica que marca la frontera entre México y Estados Unidos (a la altura del aeropuerto Abelardo L. Rodríguez); dirigiendo las visitas de niños de primaria a la exposición montada sobre el canal (en donde participaron Adriana e Itzel de Yonke Art), o como parte del elenco musical del concierto organizado en la explanada del

también formó parte del programa el escultor Sebastián. Imágenes de la Tercera Nación en www.nor-tec.org/tercera_nación/.

¹⁷⁸ Algunas de las empresas patrocinadoras son el grupo editorial Milenio, Coca Cola, Telefónica Movistar, Mexicana de Aviación, Cerveza Sol, SISMEC, entre otros. En el sitio web aparecen también el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes a través del Centro Cultural Tijuana, el Consejo de Promoción Turística de México, la Secretaría de Educación Pública y el Gobierno de Baja California.

¹⁷⁹ El Grupo PRISA, Promotora de Informaciones S. A., es el más grande conglomerado español de medios de comunicación. La empresa más reconocida que posee es el diario español El País, pero además cuenta con 400 estaciones de radio en España y América Latina (como Radiópolis); revistas y editoriales (como Santillana); empresas de manejo de derechos de autor; canales de televisión y producción; disqueras; cadenas de producción cinematográfica; firma de marketing directo, entre otras.

¹⁸⁰ El programa de televisión de Héctor Aguilar Camín, Zona Abierta, que se transmite a todo el país por canal 2, dedicó una emisión a la discusión de este tema. Participaron Jorge Bustamante y Navalón Sánchez.

¹⁸¹ Iván Díaz de Yonke Art ha recibido comentarios favorables por parte de algunos de sus clientes sobre su participación en el evento. Las relaciones con algunos de ellos se han fortalecido debido a que valoran el reconocimiento del trabajo tanto de Iván, como de la promotora que dirige.

¹⁸² Algunos de los participantes fueron Pedro Beas, Álvaro Blancarte, Tania Candiani, Felipe Cota, Luis Díaz, Iván Díaz Robledo, Raúl Domínguez, Laura Fitch, Javier González Cárdenas, Ingrid Hernández, Alfredo Hinojosa, Invisible Proyectos, Norma Iglesias, Gabriela Juárez «Gabrez», Maximiliano Lizárraga, Samuel López Durand, Alfonso Lorenzana, Elsa Medina, Franco Méndez Calvillo, Jhoana Mora, Ángeles Moreno, Julio Orozco, Omar Pimienta, Mónica Roibal, Roberto Romero Molina, Roberto Rosique, Daniel Ruanota, Jorge Sánchez «Jofras», José Luis Venegas, Gerardo Yépiz «Acamonchi» y Heriberto Yépez.

Cecut (Nortec¹⁸³). No obstante los reflectores que han recibido algunos de los artistas locales, el evento ha sido también criticado, tanto por su planteamiento¹⁸⁴ como por la premura con que se realizó, ya que muchos de ellos –acostumbrados a los tiempos de la burocracia cultural local–, se sintieron presionados y avasallados por los organizadores¹⁸⁵. Sin embargo, también ha habido comentarios favorables, sobre todo por las posibilidades que ofrece el proyecto de pensar la ciudad¹⁸⁶.

¹⁸³ El concierto de Nortec en la explanada del Cecut el 29 de julio de 2004 con motivo del estreno del programa de televisión «Fusiones» de Televisa Canal 12 reunió a cerca de 2 mil asistentes. Fue la primera vez que el colectivo se presentó con músicos de banda sinaloense en vivo.

¹⁸⁴ El escritor tijuanense Heribeto Yépez expresó lo siguiente sobre «Tijuana, la Tercera Nación»: «El concepto de “Tijuana, la Tercera Nación” es históricamente espurio; políticamente, neoliberal. No hay fundamento para sostener que Tijuana o la frontera mexicana sea una zona eidéticamente intermedia; esta noción sólo promueve clichés sobre la región y propone un modelo pro-globalización: “Tijuana” como zona transnacional de facto: Ex México. Arte Nafta o Delirio-TLC. Arte para solapar el proyecto empresarial transnacional y los deseos hegemónicos de Estados Unidos» (*Bitácora*, no. 384). Humberto Félix Berumen, también escritor tijuanense, señaló para *Proceso*: «¿Somos una tercera nación? Yo creo que no, el título suena muy bonito, pero no corresponde con la realidad. Esto fue impuesto por alguien que no es de aquí. Así como en el pasado nos impusieron el Festival de la Raza con el propósito de afianzar la identidad de los “desnacionalizados” tijuanenses, ahora nos imponen esto otro que es vernos como una tercera nación, un tercer país entre México y Estados Unidos» (*Proceso*, no. 1437).

¹⁸⁵ El pintor tijuanense Roberto Rosique no hizo alusión directa al evento «Tijuana, la tercera nación», sino que en el contexto de éste expuso en un artículo lo «insustancial» del contenido conceptual de algunas de las exposiciones de arte contemporáneo que se han organizado en Tijuana, y que han respondido a los intereses personales de los curadores. Rosique cuestionó: «¿Qué no somos capaces los bajacalifornianos de hacer pendejadas y colgarles una etiqueta de conceptual? ¿Necesitamos forzosamente que alguien nos utilice y no conforme nos regañe porque no representamos el circo que él cree que debe representar el arte contemporáneo?». El periodista cultural Armando Cáceda escribió sobre «Tijuana, la tercera nación» que «El “Grito creativo” [título de una de la exposición montada en el Canal del Río Tijuana]... se convirtió en grito de reclamo. “Manipulación”, “trivialidad” y “falta de respeto a los creadores” en el programa “Tijuana, la tercera nación”...». En el mismo artículo, la curadora de arte y artista plástica Olga Margarita Dávila expresó en entrevista para Cáceda que «hay una manipulación para crear, no un objeto cultural, sino un objeto de consumo visual como de un anuncio espectacular, que te muestre algo que no es lo que es... [los artistas] quieren ser vistos, en grandes foros y triunfar. Entonces, los utilizan... Se dejan apantallar por el gran formato» (*Bitácora*, no. 386).

¹⁸⁶ La investigadora Norma Iglesias, quien estuvo involucrada en la selección de las obras que se incluyeron en las exposiciones, escribió el artículo «La ciudad como espacio artístico» donde expresó su opinión sobre los procesos culturales en Tijuana. En su artículo recuperó el contexto sobre el que se planteó el proyecto de la tercera nación: «Tijuana y su gente han aprendido a aprovechar la vecindad de Estados Unidos, no sólo en términos de mercado y acceso a la tecnología, sino también en términos de información, de materia de reflexión, de foros de reconocimiento y de material de trabajo. La complejidad de Tijuana, como espacio transfronterizo, ha sido el motor de un notable desarrollo de las artes visuales, especialmente a partir de la década de los noventa. La producción artística también se ha caracterizado por el contraste y por la flexibilidad de las formas de producción». El artículo acompañó una entrevista con Antonio Navalón. También José Manuel Valenzuela Arce, investigador de El Colegio de la Frontera Norte, comentó en una entrevista para *Proceso* que «[“Tijuana, la tercera nación”] busca generar un espacio de reflexión sobre los procesos socioculturales de la frontera, particularmente la de Tijuana y San Diego, y permite hacer una resignificación de espacios públicos como el muro fronterizo y el río Tijuana, con la colocación de la obra plástica». Valenzuela opinó que el título del programa era una provocación y que su intención fue más bien

Pienso que «Tijuana, la tercera nación» no sólo reavivó la discusión de la hibridación cultural y la representación de los artistas sobre la ciudad y la frontera, sino que también mostró el poder de la iniciativa privada para convocar a los artistas, las instituciones públicas, los medios de comunicación e incluso a las autoridades de todos los niveles entorno a un evento cultural. Considero que es relevante reflexionar sobre la capacidad de negociación e influencia de los artistas locales y otros actores de la cultura en Tijuana en eventos de este tipo.

Veo también que son muy pocos los artistas y tijuanenses que han expresado su desacuerdo por la manera en que Tijuana y la frontera han sido representadas, lo que no contribuye a la discusión sobre la hibridación cultural, la vida en frontera, lo fronterizo y transfronterizo, y las propuestas artísticas. No puedo negar que la visión de la frontera y de Tijuana que presenta el programa de la «Tercera Nación» me resulta problemática. Si la ciudad es un discurso, y este discurso es un lenguaje verdaderamente, que la dota de una forma peculiar de significación, entonces hay un evidente dilema cuando se altera la estructura semiótica de una ciudad. La construcción de la imagen virtual de la ciudad, la ciudad que se imagina y se recuerda, procede de sus rasgos físicos (Barthes, 1993; Greimas, 1980). La ciudad es un objeto signifiante en y por sí mismo, entonces alterar su fisonomía debe tener un propósito que me parece el proyecto «Tijuana la Tercera Nación» no expuso con transparencia. Si su intención era celebrar la flexibilidad de los tijuanenses, su capacidad para fusionar matrices culturales, los usos y transformaciones de sus símbolos y objetos materiales, entonces ¿por qué este *reconocimiento* no se trasladó también a la colonias montadas sobre los cerros, a los asentamientos irregulares donde día a día estos tijuanenses ponen a prueba su capacidad de subsistir, los lugares donde Tijuana crece (literalmente) y se reinventa? ¿Por qué sólo se montaron las obras y realizaron actividades en la zona moderna de la ciudad (en el Centro Cultural, en el Canal del Río Tijuana) o en los puntos más «vistosos» del Bordo: frente al aeropuerto internacional o en el Faro en Playas de Tijuana? Por último, ¿qué motiva al

cuestionar la existencia de una dinámica cultural distinta a la de los territorios nacionales de México y Estados Unidos (*Proceso*, no. 1437).

representante en México del grupo PRISA a realizar el programa cultural más costoso que nunca antes se haya llevado a cabo en Tijuana; a organizarlo y bautizarlo desde la capital del país; a seleccionar las obras participantes en menos de dos o tres semanas; a llevar a cabo conciertos gratuitos y presentaciones con los intelectuales más reconocidos de América Latina?

Además hay otro aspecto que es sumamente relevante: creo que la fuerza significativa de las obras se alteró al extraerlas de su contexto original para incorporarlas a una muestra que no estoy convencida haya logrado resaltar sus sistemas simbólicos. Sin duda, el contexto en que fueron presentadas —la relación de unas obras con otras, la inauguración de la exposición por el presidente de la república, la presencia en dichos eventos de los «connotados» de la ciudad (empresarios y políticos)—, da pie a una nueva lectura de cada obra —de manera particular—y, por supuesto, a toda la colección. Me parece, entonces, que las críticas acerca del carácter light o decorativo con que fueron utilizadas no es del todo desacertado.

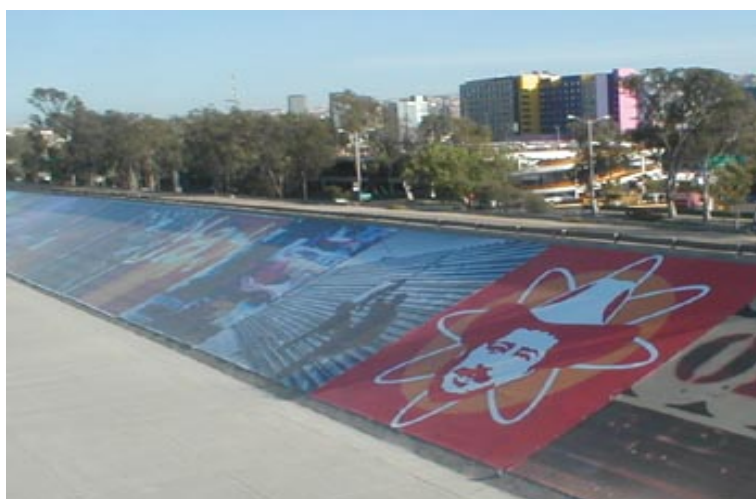
Sin embargo, una ciudad está viva en el imaginario social a medida que se habla de ella, y Tijuana es una ciudad a la que se le atribuyen múltiples significados. Están las miradas de sus habitantes, pero también las de quienes la visitan, y aún más, las de quienes la imaginan sin conocerla. Estos discursos se han conformado a partir de las condiciones físicas naturales y construidas, pero también a partir de los discursos mediáticos, literarios, artísticos y urbanos. Estos discursos imaginarios la hacen existir y configuran su sentido (Félix Berumen, 2003). Entonces, al hablar de una tercera nación o de cualquier otra representación de la ciudad, entra en juego un proceso de negociación entre la auto-percepción y el hetero-reconocimiento, a partir del cual se construye la identidad de los tijuanenses, de los fronterizos y de la misma Tijuana. Lo mejor que pudo haber resultado de este evento era el establecimiento del diálogo entre diversos actores sociales a partir del cual se confrontara la miríada de visiones sobre la ciudad.

Al final, me parece que la aportación del programa está en que coadyuvó a expandir las opciones de financiamiento en el arte; incentivó la organización del campo artístico; fomentó las

relaciones y consolidó la red social; difundió la temática fronteriza en voz de los artistas locales a nivel nacional e internacional, y generó nuevos espacios para la difusión de la cultura y el arte local.



Imágenes 17 y 18. Acamonchi en «Grito Creativo» (arriba) y «Tijuana, corazón creativo» (abajo), parte del programa de Tijuana, la Tercera Nación.



El mundo artístico tijuanaense

Bajo la influencia del posmodernismo¹⁸⁷, el arte ha dejado de ser valorado solo en sus propios términos, y con esto, ha recobrado su carácter social. Su valor no está más en el ideal de autonomía

¹⁸⁷ El posmodernismo se ha manifestado en forma más fuerte y nítida en las áreas en que más claramente estaba definido el modernismo: la arquitectura, las artes visuales y la literatura. En la arquitectura, por ejemplo, se presenta como un relajamiento del estilo autoritario, que abre la posibilidad a una nueva diversidad de estilos y funciones (Venturi *et al*, 1991; Jencks, 1986). Este tipo de arquitectura ya no es pura ni coherente sino híbrida, por su mezcla de estilos inspirados en el pasado y presente. En la literatura hay un

ni en la separación del arte y el mundo que establecieron los modernistas, sino en el regreso a las conexiones entre el arte y el ámbito social y político. Esta perspectiva centra su atención en las circunstancias sociales en que se producen las obras y el significado que éstas adquieren de acuerdo a su contexto (Payne, 2002; Gombrich, 1995; Venturi, Scott Brown e Izenour, 1991; Jencks, 1991; Lyotard, 1989; Hassan, 1987).

El artista y la obra están enmarcados en un ámbito social, pero en estricto sentido, es en una esfera más acotada donde son valorados y reconocidos: el mundo artístico¹⁸⁸. A él pertenecen todas las personas cuya actividad es necesaria para la producción de las obras que en ese ámbito y en otros se define como arte. Una función del mundo o campo artístico es determinar el valor estético y de mercado de las obras. Otra, reconocer a los actores que intervienen en los procesos de producción de la obra, en especial, al artista (Becker, 1984).

He dicho ya que el artista realiza un trabajo procesual creativo que se caracteriza por su originalidad, adaptabilidad y por sus posibilidades de realización concreta, a partir de que genera objetos que transforman sus ideas, imágenes y sentimientos en nuevos lenguajes. El artista crea mensajes que constituyen expresiones simbólicas que pueden ser interpretas (Barrera Bonilla, s/f; Bertasio y Marchetti, 2000 y Gadamer, 1994). Su rol en las sociedades contemporáneas, desde finales de los años sesenta y hasta la actualidad, ha sufrido transformaciones debido a la influencia de procesos que se enmarcan en la globalización –económica--, siendo uno de los principales la

retorno de las formas caprichosas e incontrolables de la práctica de vanguardia, con lo cual ocurre una renovación más que una superación del modernismo (Hassan, 1987). El discurso sobre el posmodernismo es de ruptura con los ideales de la modernidad: las perspectivas de progreso y desarrollo, los mecanismos de jerarquización y articulación de la *sociedad*: el desplome de los «grandes relatos» que estructuraban la realidad y los paradigmas que daban certeza a todas las *instituciones modernas*, como la Ciencia, el Estado, el Arte, etc. (Valenzuela, 2003).

¹⁸⁸ Utilizo este concepto y no el de campo cultural de Bourdieu porque me interesa resaltar el carácter procesual de la construcción del ámbito artístico, más que la existencia de una estructura u organización definida de previamente. Aún así, encuentro muchas similitudes en los términos. A grandes rasgos, el campo cultural es un sistema de relaciones sociales constituido por lo agentes directamente involucrados y vinculados por la producción y comunicación de sus obras. Los agentes son los que determinan las condiciones específicas de producción, circulación y valoración de sus productos. El campo cultural posee un capital cultural común que incluye: habilidades, técnicas, creencias y costumbres; está constituido históricamente y en su interior se presenta una lucha entre los agentes por ejercer el control y apropiarse del capital cultural (Bourdieu, 1990 en Arteaga Castro-Pozo, 1999).

creciente relevancia en la vida social de los medios de comunicación masiva y de las industrias culturales. Los artistas han reflexionado acerca de estos fenómenos globales. Una de sus respuestas ha sido el cuestionamiento de su papel en el mundo del arte y en la sociedad. En el mundo artístico, en particular, han ampliado su espectro de actividades a fin de ganar espacios de poder, por lo que ahora también son curadores, críticos, académicos, promotores de arte, agentes, galeristas, publicirrelacionistas, productores, editores, etc. (Martínez Agostini, 2002; Schibli, 2002). También han buscado insistentemente romper los paradigmas y desafiar las convenciones y normas de la práctica del arte (lo cual, en esencia, es el propósito de su actividad). En ambos casos, el artista se opone a la operación habitual del mundo artístico, lo cual tiene consecuencias tanto para él como para su obra: descrédito, censura, marginación y exclusión, las más notables. Esto se debe a que el mundo artístico se construye socialmente y es el resultado de un proceso histórico, por lo que su transformación sólo puede ser paulatina, parcial y limitada (Becker, 1984).

En Tijuana, la transformación de las artes y del artista se ha dado en gran medida debido a la utilización de espacios no convencionales para la exhibición del arte (como los utilizados por Yonke Art en sus proyectos y las presentaciones de Nortec en foros en desuso o no destinados a la música electrónica); el uso intensivo del Internet y de los medios de comunicación como la televisión, prensa y radio (Radio Global y Bulbo), y el desarrollo de proyectos artísticos orientados al trabajo en comunidades (Yonke Art). Todas estas actividades están englobadas en el contexto de las artes visuales, las cuales incluyen un repertorio muy amplio de disciplinas y técnicas: pintura al óleo, fotografía, cine, video, cartel, instalación, arte-objeto efímero, performance, arquitectura, diseño urbano, foto-periodismo y arte digital. Un rasgo esencial en casi todas ellas es su alta dependencia en la tecnología¹⁸⁹, lo cual constituye (de entrada) un poderoso factor de exclusión

¹⁸⁹ Sobre las tecnologías McLuhan ha dicho que éstas aceleran todos los procesos, deprecian lo anterior, recuperan cosas del pasado que habían sido olvidadas o abandonadas y revierten sobre sí mismas cuando han llegado a su límite.

social, ya que el desarrollo *competitivo* requiere de una constante inversión económica en equipo, software y capacitación, principalmente¹⁹⁰.



Imagen 19. Dj Horse en Radio Global (Foto: cortesía Radio Global).

Ser o no ser artista

Como en otros contextos, el mundo artístico en Tijuana ha experimentado transformaciones en el rol del artista y en el papel del arte. Sin embargo, algo que me parece notable en este medio es el desgaste y desvaloración del concepto de artista, pieza esencial del mundo artístico. Observo que se ha generado un estereotipo negativo sobre las actividades del artista, pero especialmente sobre su rol cultural y social. Existe una relación entre el concepto de artista y el de «estrella» o «star», el cual corresponde a la representación que han creado, explotado y difundido los medios de

¹⁹⁰ Un artista estadounidense aparece citado en un artículo comentando lo siguiente: «How can I ever be a good artist if I do not have access to the best technology?». Existe una presión muy fuerte en la «carrera por la tecnología» en el campo de las artes. Las instituciones que se han erigido como los principales modelos de este desarrollo en el arte y los new media son ICC de Tokio, ZKM en Karlsruhe, Alemania y el Ars Electronica Center en Linz, Austria (Fernández, 1998).

comunicación y las industrias culturales. Su consecuencia en el mundo artístico tijuanense es que hay figuras que están jugando un papel notable y reconocido que no se asumen como artistas. Son personas que están ganando espacios incluso en el ámbito profesional de sus actividades (en museos y galerías; accediendo a becas para artistas; en la industria discográfica), que sin embargo «desafían» las convenciones del campo en el que se desenvuelven. Una muestra de lo anterior es el comentario de Pedro Beas de Nortec:

PEDRO: Yo no soy artista. Artista me suena a [artista] multidisciplinario, a gente sin oficio. Yo sí tengo un oficio y es hacer música. Yo soy músico, no artista¹⁹¹.

Su afirmación manifiesta un marcado prejuicio contra los artistas multidisciplinarios al considerarlos «gente sin oficio», pero además evidencia el desgaste del término «artista», que es lo que me interesa resaltar. Pedro ha establecido una relación mental entre «artista» y «gente sin oficio», por lo que él —que es músico— no es artista. Veo que en esta secuencia deliberadamente ha excluido el hecho de que la música es considerada una disciplina de las artes. Si bien suena contradictorio, tiene sentido su planteamiento en su lógica y, sobre todo, en sus valoraciones. Me queda claro que no se siente vinculado a otras actividades del arte y, que incluso, las rechaza abiertamente.

En el proceso de creación de su identidad como artistas (en la que confluye su autopercepción y su hetero-reconocimiento), la ciudad es considerada como un espacio que les ofrece ventajas —con respecto a otros lugares del país e incluso del mundo— en su formación técnica y en el planteamiento de estrategias de producción; pero en cuanto a una formación en las artes, consideran que las posibilidades de desarrollo han sido limitadas. Esta es una de las razones por la que no se consideran artistas.

En cuanto a formación, Carla y Cristina de Bulbo han realizado estudios profesionales en la Escuela de Artes Visuales de la Universidad de California en San Diego¹⁹². Omar, Sebastián, Paola,

¹⁹¹ Entrevista personal, realizada en agosto de 2004.

¹⁹² Cristina como extranjera y Carla como extranjera con permiso de residencia en Estados Unidos.

Dulce y Adán estudiaron comunicación (a nivel licenciatura o maestría). Pero, además, todos han tomado cursos prácticos o técnicos en actividades relacionadas con la producción de video, diseño gráfico, manejo de programas de computación (software), etc. Estos cursos, básicos y avanzados, los han llevado gratis en los Community College del área de San Diego.

Los de Yonke (tres comunicólogos y un músico) consideran que su formación es empírica y el resultado de una actividad autodidacta. Están conscientes de que han aprendido las bases técnicas, pero que en su formación conceptual en artes existen debilidades. A algunos de ellos les parece importante fortalecer estas áreas (Iván y Adriana); otros tal vez pudieran tener este interés, pero no para refrendar una posición dentro del mundo artístico (Itzel).

En este grupo –Yonke Art-- la discusión sobre su autopercepción como artistas fue extensa, pero no surgió de la dinámica grupal, sino a raíz de una pregunta mía. En esta discusión Itzel fue quien expuso de manera más amplia su postura:

Me tocó llevar a un güey, un español que era maestro de arte en una escuela al sur de Francia. El bato [era] mamón pero buena onda. Dual. En una ocasión yo estaba hablando de mi trabajo –yo tomo mi trabajo como documental ¿no?, no como arte en video ni nada de eso--, y me dice: «bueno, ¿y eso, tú lo consideras arte?», y yo [le digo]: «no sé, no es arte, es un documental». Entonces yo creo que tiene que ver con lo que buscas, o sea tú no haces lo que haces porque te «coronen» [como artista] o por tú considerarte artista; o sea [no digo]: «soy artista, por lo tanto tengo que hacer esto». Yo creo que no, y tiene todo que ver con las circunstancias: o sea a partir de que... tu trabajo estuvo en una institución, la institución te legitima y entonces ya perteneces al grupo de los que expone en tal institución y por lo tanto ya estás como legitimado como artista. O sea, yo creo que tiene que ver con las circunstancias del contexto de la ciudad... tú no partes de haber estudiado arte: yo no sé historia del arte, güey, o sea ¿sí me entiendes? Yo no contestaría que soy artista porque siento que no tengo la información suficiente ni es el objetivo del trabajo, entonces más que hacia los demás hacia ti mismo, como que dices -bueno no sé, eso es totalmente mío, no tiene que ver con crítica a decir si alguien es artista o no es artista-- pero yo creo que a lo mejor si hubiera estudiado arte, sí me ubicaría como artista, ¿no? diría que soy «videasta», diría que soy artista porque estudié arte, pero ese güey es lo que me decía que el arte no es una disciplina sino es toda una madre más grande en la que te insertas; entonces casualmente, a lo mejor como decía Adriana, con todos estos cambios, un video, güey, está en una pinche galería, pero entonces tú dices: «es que la galería no es el lugar para exhibir un video», como fue [el caso de] lo de Diagnósticos Urbanos [exposición¹⁹³ en la] que yo participé con un video

¹⁹³ Diagnósticos Urbanos, Cecut, 24 octubre, 2002. El trabajo curatorial corrió a cargo de Magali Arriola. Los participantes fueron Marcos Ramírez ERRE, Raúl Cárdenas (Torolab), Eimar y Jamex de la Torre, Gerardo Yépiz (Acamonchi, www.acamonchi.com), Tania Candiani, Octavio Castellanos, Iván Díaz Robledo (Vj Piniaman, de Yonke Art), Ana Machado del grupo «Pepito»; Itzel Martínez (de Yonke Art); Enrique Minjares; Salvador V. Ricalde, Roberto Rosique, Jaime Ruiz Otis, Ivonne Venegas, Heriberto Yépez y Ángeles Moreno. En el programa no se indicó que Itzel e Iván pertenecían a Yonke Art.

de 33, 34 minutos. ¡Quién chingados lo vió completo, güey! No está pensado para una galería, entonces dentro de todo esto –el arte contemporáneo-- el video entra y no necesariamente como un video-instalación sino como una pieza terminada. Entonces está [el video] en la galería no por necesariamente ser una pieza para una galería cuando era un video para ser exhibido como tal, a lo mejor en la tele o a lo mejor en una sala de video. Entonces es como extraño, güey. A mí más bien me hace pensar...cómo... haces desde la comunicación [y] puedes estar en una galería ¿no? Desde la fotografía es más claro ¡pero desde el video!,... tu pretensión al hacer multimedia no es seguir el camino del artista que pinta... [En el caso del] video, como que su canal o su modo de ser visto no necesariamente es la galería. No cuestiono que sea válido o no que el video esté en una galería... la onda de todo es por qué [cuando] tu objetivo era hacer un video.

En el comentario anterior me parece que afloran pre-juicios que no corresponden con la visión contemporánea que se desarrolla del arte, pero tampoco con ninguna área de conocimiento en donde se manifieste la relación autor-lector (o autor-intérprete), entre las que se incluye también, por supuesto, a los medios de comunicación. Me refiero a los planteamientos que señalan que el autor no es más la fuente explicativa ni originaria del sentido del *texto*, y que, por el contrario, existe una pluralidad de voces que hacen de él un espacio de interacción de múltiples y diversas escrituras. De hecho, deja de hablarse de la «obra de arte» –con el fin de distanciarse de su connotación de objeto acabado en un sentido, el dado por el autor-- para dar paso a una multitud de lecturas e interpretaciones (Payne, 2002; Barthes, 1999).

Cualquier objeto cultural de investigación, como lo es un video, una actividad ritual, una ciudad, una pieza de arte, un modo de conocimiento, etc., es un texto que puede ser interpretado (Payne, 2002), y esta interpretación es siempre parcial, temporal, relativa y contingente; implica, por lo tanto, la elección de un sistema interpretativo (Barthes, 1999; Gadamer, 1994).

Del comentario de Itzel –que con toda seguridad no es la única artista que así se expresa sobre este punto-- se deduce que el sentido de la obra (equivalente a su objetivo), el lugar que debe ocupar la pieza y la manera en que ésta debe ser percibida, se encuentran en la órbita de influencia del autor. Dice que la obra es un «documental» y no una obra de arte, y con esto, quiere influir en la manera en que su trabajo es percibido.

El anterior me parece el punto más importante, pero también están otros. Por ejemplo, la ubicación de la «esencia» del trabajo artístico: ¿está en el desarrollo de una disciplina o técnica o en el trabajo creativo? Me parece que en lo segundo, y así lo he expuesto en este trabajo. El artista no es la persona a la que se le «coronada» porque alcanza un nivel de reconocimiento en su carrera, sino quien desarrolla una *práctica artística* como una manera habitual de trabajo, a partir de la cual genera conocimiento estético. Otro aspecto es el de considerar que la institución de cultura es la «legitimadora» de la obra y del artista, en donde la institución es representante o equivalente al mundo artístico. Las instituciones de cultura no son el campo del arte, sino sólo un componente de él (aunque si bien muy relevante, sobre todo en el contexto de Tijuana). Las reglas y procedimientos para la legitimación del artista se construyen a partir de las convenciones y patrones de cooperación en las actividades habituales del arte. Esto significa que el valor estético de una obra y el reconocimiento a sus realizadores como artistas proviene del consenso de los participantes en la mundo artístico (Becker, 1984).

Por último, la artista refleja su inconformidad por la descontextualización de que ha sido objeto su obra al ser presentada en espacios inadecuados para su apreciación y disfrute. Me parece que este problema se deriva de la capacidad limitada de las instituciones para responder a «nuevos formatos» en el arte (aunque siendo exactos, el video ya no lo es); en estos casos, considero que se persigue el interés de exponer la obra de la manera posible. Sin duda, es importante generar los espacios idóneos para la exhibición del arte; una tarea de la que todavía queda mucho por hacer en esta ciudad.

Por otra parte, en el mismo Yonke, Iván, Adriana y Sajjad manifestaron una opinión diferente a la de Itzel. Dijeron sentirse cómodos al ser reconocidos como artistas. Además, consideraron que el trasfondo del distanciamiento y rechazo del término está en su desgaste y connotación negativa:

IVÁN: yo sí, por ejemplo, que vengo de raíces un poco punk, para mi artista era «vaca sagrada», que yo creo que es con la imagen del arte que se tiene. Ha sido eso, digamos

su aspecto elitista [el que ha desprestigiado el término]... creo que ahorita yo sí me siento como artista porque he encontrado una definición que me define como artista

ADRIANA: como creador

...

SAJJAD: yo creo que muchas veces la gente tiende a etiquetar, a reducir a la persona en una cosa...

ADRIANA: categorizar

SAJJAD: categorizar, ¿no? La realidad es que los individuos son mucho más complejos que eso, podrá ser artista, pero también hijo de familia, eres el amante, eres otra cosa... también soy maestro, como que es muy simplista decir este es artista y ya.

ADRIANA: es esta onda filosófica del lenguaje, cómo tomas una palabra, su contexto... eso también puede ser una cuestión de recepción. Entonces es como muy ambiguo todo esto de etiquetarse... a lo mejor ellos [los que dicen que no son artistas] lo hacen por el sentido que la palabra históricamente ha tenido, por cómo se ha tratado al artista...

Un rasgo de la construcción de toda identidad es la visión estratégica o flexibilidad que los individuos ponen en juego para alcanzar sus objetivos. En ese sentido, toda identidad posee una racionalidad instrumental. Así lo expresa Iván, pero ¿es esto resultado de su condición híbrida o del despliegue de un aspecto de la identidad? ¿No es siempre la identidad una construcción híbrida?:

Cuando voy al Cecut, o si es alguien más «acá», culturoso, le digo que soy videasta... para alguien de la calle, le digo que hago video... que me dedico a producir videos: que de bodas, quince años, fiestas.

La flexibilidad de los artistas también se refleja en su capacidad para adaptarse a las nuevas circunstancias del arte local en el contexto nacional e internacional:

IVÁN: Por ejemplo, yo en mi trabajo, yo como artista, en lo personal, me falta muchísimo... mi trabajo todavía está pobre de sentido y de tiempo. Sin embargo por las situaciones que se han dado en nuestra ciudad –lo de Nortec, la frontera-- nos hemos brincado un par de escalones en cuanto a una carrera de artistas [y nos hemos] posicionado, probablemente, algo más alto de lo que en realidad deberíamos estar como artistas.

Este posicionamiento de Iván y de otros artistas locales en «un lugar que no les corresponde», me parece que les provoca incertidumbre. Sin embargo, como he mencionado antes, los artistas por sí mismos no se *posicionan* en el mundo artístico sino a partir de la negociación de espacios de poder al interior del campo artístico. También advierto que Iván justifica sus

debilidades de formación teórica porque él y otros artistas han tenido que aprovechar el boom del arte local. Pienso, aún tomando en cuenta las circunstancias antes señaladas, que falta más empeño por resolver las debilidades y vacíos en la formación teórica, porque la experiencia no es suficiente, ya que, de hecho, ésta se adquiere cuando se frustran las expectativas, cuando nos damos cuenta de que algo no es como lo habíamos pensado. Así, la experiencia no es saber ya algo sino descubrir cada vez facetas nuevas en un proceso que nunca es ni puede considerarse definitivo (Gadamer, 1967 en Rodríguez-Grandjean, s/f). Hay otro comentario que veo puede aportar más luz sobre la manera en que la experiencia es comprendida:

ITZEL: ...pero ¿qué tal un grupo que salió de la escuela de cine?, ¿o que salió de la escuela de multimedia?, que les enseñaron incluso cómo titular sus películas «un video que quién sabe qué» o sea todo eso que lo vieron en la escuela como la fórmula. Yo siento que ellos salen con mucho más miedo de no regarla; nosotros no tenemos [ese miedo] porque no teníamos pretensiones en cierta forma o sea sí tienes una línea qué seguir, pero no la pretensión de «ser». Entonces no tienes miedo a cagarla porque aprendiste experimentando... yo siento que es así, es como más callejero....

El punto es que tanto la formación teórica y conceptual, como la experimentación e incluso la intuición son aspectos necesarios para la producción artística. Ni uno es más importante que otro, ya que son complementarios. Por lo tanto, «ser autodidacta» no es lo mismo que atreverse a experimentar; «ser autodidacta» implica asumir la responsabilidad de la propia formación, tanto técnica como conceptual.

Una visión más integral de lo que es ser artista me parece haberla encontrado en las reflexiones de Bulbo. Por una parte, hay una toma de conciencia de su trabajo y de lo que éste representa. Observo una valoración social de la obra que están generando, y la perspectiva de que el artista lo es por su *práctica*:

CARLA: ...yo creo que hemos hecho mucho énfasis en presentar [el trabajo] de forma artística y más ahora que nos estamos concientizando más que lo que hacemos es realmente arte... es tan arte, que igual lo puedes ver en Japón, y ver en San Diego y Tijuana pues tiene belleza, está bien presentado, es una obra de arte....

PAOLA: ...lo importante no es tanto el programa en sí, cómo está editado, si está muy ágil, esa no es la obra de arte. El arte está en lograr que la gente que vea el programa o que lea la revista o escuche el programa de radio o el disco, los muevas a que vean un poco, a que se sorprendan y tengan una experiencia en ese momento... a lo mejor

alguien dice que dónde está lo artístico de Bulbo. Yo creo que lo artístico está en el proceso de la curiosidad, el lograr despertar la curiosidad en otros....

CRISTINA: ... la obra de arte no es la edición ágil y divertida, sino el arte de que la próxima vez que veas a una persona en vez de decir «me voy a venir acá para que no me pegue», [es:] «ay, me voy a acercar a ver si puedo hacerle una pregunta» o nomás, verla con respeto... como con cierta humanidad, [ver] que es alguien como tú, aunque tenga otros gustos o piense diferente pero que de alguna manera tiene cosas en común [contigo]; también sueña, tiene deseos, le va mal, le va bien....

...

CRISTINA: ...en el trabajo diario hemos tratado de ir más allá de los límites que tienes «que estudié literatura pues yo nomás hago análisis de texto y ya», no, te pueden gustar otras cosas, puedes tener afinidad o facilidad para hacer otras cosas, o sea desde comerciante hasta poeta, camarógrafo, diseñador, si tú empiezas a soñar, esos límites se van expandiendo, y como que te enriqueces más y aportas más al grupo...

Siempre tratamos de llevar como un control de calidad estricto en las reuniones y estamos haciendo revisión constante de lo que hacemos para irlo mejorando y la capacitación que hacemos, mucho de eso es que somos autodidactas, o sea igual y si yo no estudié diseño gráfico, pero pues aquí están unos libros, tomo cursos y pues debe uno tener la iniciativa de adentrarse en otros campos para poder hacer mejor tu trabajo.

PAOLA: Como que más han influido nuestros gustos o nuestra vocación real, que los estudios de la universidad, porque aquí puedes tener título de cineasta, pero que a ti te legalicen como cineasta es otra cosa. Lo que ha dado riqueza es la educación interna de cada quien, no un papel, y el trabajo, como dice Lorena, ella no estudió –bueno estudió poquito administración-- pero todos los que salimos a vender, pues ahí nos da unos tips... pero nos hemos hecho en la práctica.

A partir de lo anterior puedo plantear las cualidades de la *buena* práctica artística¹⁹⁴: (a) es el ejercicio *creativo* de una o varias disciplinas artísticas, (b) que articula el conocimiento (teórico y técnico), la sensibilidad y la experiencia; (c) pero que también implica la comprensión –general-- del contexto en el que se inserta su disciplina, (4) en particular: los *paradigmas* en el arte, (5) y las normas y convenciones de los mundos artísticos. La *mala* práctica lo es por defecto de alguno(s) de estos atributos.

En consecuencia, no basta tener un oficio para desarrollar una *buena* práctica artística: éste no es suficiente para aprehender el contexto artístico ni el sociocultural, histórico y político en el que se ubica la disciplina. Esta es la razón que debiera estimular al artista a mantener una actitud autodidacta (tanto para adquirir nuevas técnicas como para contextualizar su disciplina).

¹⁹⁴ Esta noción la tomo del campo de la medicina, donde se utiliza para referirse a la ética profesional, manuales o protocolos de tratamiento de enfermedades.

Asimismo, distingo una doble valoración del espacio físico, cultural y social de Tijuana. Por un lado es una ciudad cada vez más compleja en su riqueza cultural, pero que también sufre graves problemas sociales, como son la pobreza, la marginación urbana, el desempleo, etcétera, debido a que experimenta múltiples procesos que se desarrollan a distintos tiempos y ritmos, por lo que es posible hablar de una pluralidad del tiempo social (Sassen, 2001; Valenzuela, 1998). Esto la convierte en un lugar estimulante para la creación, incluso porque muchas cosas están por «inventarse»:

ITZEL: [La ciudad] es formadora, yo creo que Tijuana es una formadora de gente autodidacta porque no hay otra manera –ahorita ya la hay más que antes–, pero cuando nosotros éramos estudiantes pertenecer a Bola 8 era ya hacer algo y ahorita nos la podemos curar...

Así también lo ven los de Nortec; por ejemplo Jorge:

JORGE: ... ya cuando estás en esto te das cuenta de que hay mucha gente que hace música con el ojo puesto en lo que está de moda, con el ojo a ver qué está rifando ahorita. Digo hay que ver eso también, y pues bueno, por una parte, creo que si quieres hacer eso pues qué suave, pero yo no tengo la experiencia que tiene Pedro. Él me lleva 10, 12 años haciendo música electrónica, y para mí todo ha sido un proceso de aprendizaje de ir haciendo cosas y, de alguna manera, me doy gusto a mí mismo primeramente, pero después pregunto «¿cómo se te hace esto?». ... me di cuenta de que ¿pues, cuál es la necesidad de tratar de emular a unos batos que están haciendo su onda? pues mejor haz tu onda, aunque esté bien pirata pero es tu onda, pero pues hazla, algo que sea más, como más sincero y menos elaborado y menos inteligente pero, bueno, no todos podemos hacer música inteligente¹⁹⁵ [risas] pero es tuyo y no estás tratando de seguir una corriente. Entonces, de cierta manera, una cosa que a nosotros como que nos ha beneficiado un poco de estar aquí en Tijuana es de que hay mucha gente [en el mundo] que sigue esas tendencias, pero nosotros, como estamos un poquito como apartados de eso, entonces nos ayuda bastante [a no estar influenciados]... entonces como dijo una vez Madonna: «Express yourself» [risas].

La rapidez con que la ciudad ha crecido no permitió que se desarrollara equilibrada y *armoniosamente*. Por eso, Tijuana es la ciudad híbrida por excelencia: todo se ha inventado o adaptado en un periodo de tiempo muy corto, obteniendo el mayor provecho de los recursos disponibles. Pero esta flexibilidad en ocasiones no se refleja en todos los aspectos de la vida social, y es ahí cuando el espacio tiene una valoración negativa por parte de los actores. Por ejemplo, no

¹⁹⁵ En la música electrónica hay una corriente que se llama Intelligent Dance Music (IDM). Esto lo comenta Jorge de manera irónica.

obstante la vecindad con Estados Unidos (la cercanía con bibliotecas especializadas¹⁹⁶ y escuelas gratuitas en San Diego), y el uso cada vez más difundido del Internet, el artista justifica sus debilidades de formación teórica aludiendo al nivel educativo del contexto local y nacional. Este no es un argumento que tenga como fin solamente evadir la responsabilidad. Creo que su intención es también compartirla y revirla: en la formación de un ambiente cultural propicio para el desarrollo de las artes y de una *buena* práctica interviene la sociedad en su conjunto; por lo que las debilidades y fortalezas de los artistas son el reflejo de este entorno:

ADRIANA: Falta crecer en el sentido de generar tu propio estilo como creador y una temática de trabajo. Teníamos esa reflexión hace días —en cuanto a artistas y todo— porque hemos trabajado un poco con los de InSite siendo como guías [de los artistas visitantes] en Tijuana... en el cotorreo con ellos [sobre] nosotros salió eso de qué onda con nuestro nivel educativo, de pensamiento, de corrientes artísticas. No tenemos ese aprendizaje. [En México hay] un promedio de lectura mucho más bajo que en Europa... además somos comunicólogos y no tenemos una carrera en arte...

Otros que no se perciben como artistas son los de Radio Global. En este caso me parece que identifican el ser artista con el pertenecer al mundo artístico profesional. Yo misma al entrevistarlos contribuí a establecer esa relación. No distinguí entre «artista realizador de trabajo creativo» y «artista profesional en un medio artístico». Esto se debe a que asumí que ambas visiones eran complementarias. Ahora puedo establecer que hay artistas que no se reconocen como tales porque no tienen una formación académica que los respalde, pero que forman parte del mundo artístico; y creadores que no se asumen como artistas porque perciben que no pertenecen al mundo artístico.

Otro aspecto relevante es que Radio Global no es un proyecto de arte «convencional»: es más fácil y menos problemático catalogarlo como proyecto de medios. Me parece, sin embargo, que posee un enorme potencial para generar una propuesta mediática-artística, pero falta que sus integrantes trabajen sobre sus proyectos y tomen conciencia de las posibilidades de su propuesta.

¹⁹⁶ Por ejemplo, la de Biblioteca de Arquitectura y Artes (AAL, por sus siglas en inglés) de la Universidad de California en San Diego, la cual tiene libros en español además de en inglés, francés, alemán.

WERO: ...nunca hemos sido así, de artistas y exposiciones, y el otro día salió que nos querían llevar a Barcelona no sé a qué museo a poner no sé qué cosa y acá, como que órale, como que nos consideran por ese lado, pero no sabemos exactamente por qué¹⁹⁷.

ENTONCES, ¿USTEDES SE VEN MÁS COMO UN PROYECTO DE MEDIOS Y NO DE ARTE?

ELÍAS: Sí

¿SE CONSIDERAN ARTISTAS?

ELÍAS: No, no creo.

WERO: Tampoco

EDUARDO: Como medio [de comunicación], yo creo, como medio.

FAB: ...como somos diseñadores gráficos tenemos un fuerte elemento visual para complementarlo [el proyecto de medios].

ENTONCES ESTE ELEMENTO VISUAL, ¿ES DISEÑO NO ES ARTE?

ELÍAS: No es como el primer plano, no...

EDUARDO: No es como que esto representa... la diferencia [risas. Señaló el *display* de la vaca que ha estado sobre la mesa durante la entrevista].

PERO ¿TIENEN ASPIRACIONES DE QUE ESTO LLEGUE A UNA GALERÍA, POR EJEMPLO?

ELÍAS: No, pero puede ser, un día... el arte es lo más irregular del planeta, hay de todo, hay de todo... en cierta manera yo creo que sí nos adaptamos.

FAB: Obviamente nos gusta que nuestro trabajo se vea pegado ahí si nos invitan a un museo....

¹⁹⁷ Es una invitación que recibieron para participar en una exposición en un museo de arte contemporáneo en Madrid, a finales del mes de enero del 2005. Los curadores son Taiyana Pimentel y Príamo Lozada, quienes en el verano de 2003 realizaron entrevistas a artistas tijuanenses con el fin de montar una exposición sobre arte fronterizo en la ciudad de México. En el momento de la realización del grupo focal los de Radio Global no conocían bien los detalles de la exposición, pero en julio de 2004 les fue confirmada tanta la ciudad sede como el periodo en que estarán transmitiendo su programa de radio desde el museo. Al parecer, Nortec también formará parte de esta exposición.



Imagen 20. En la oficina de Radio Global: iz. Ulises Legarreta; der. Mauricio Cuevas, el «Fab». Abajo dos de sus personajes: «el Corazón» y «la Tacha» (Foto: cortesía Radio Global).

La ciudad y los artistas

La ciudad constituye el ámbito tópico y sociocultural donde interactúan y se enfrentan diversos intereses, tiempos múltiples y contradictorios¹⁹⁸ (Sassen, 2001). En Tijuana se experimenta la heterogeneidad como rasgo esencial de su realidad, que se manifiesta en la pluralidad de ámbitos o intersticios fronterizos¹⁹⁹ y en intensos procesos de fragmentación. Las causas de estos fenómenos son muchas, pero entre ellas se encuentran la llegada de migrantes y turistas, y el desarrollo industrial, comunicacional y financiero transnacionalizados. Es un campo fragmentado por la diversidad de sentidos y símbolos; es un territorio de confrontación de códigos culturales, donde se intercambian bienes, símbolos e información (Valenzuela, 1998).

Además de heterogénea, la realidad de la ciudad es cambiante: su transformación se evidencia de muchas maneras, una de ellas en la pérdida del uso público de lugares emblemáticos (de la plaza al centro comercial, por ejemplo) y en la progresiva sustitución de la asistencia a espectáculos y encuentros en lugares públicos por el consumo de radio, televisión, video e Internet en el hogar²⁰⁰. Estas pérdidas, sin embargo, pueden dar pie a nuevas maneras de experimentar la vida urbana, tan ricas y válidas como cualquiera de las que se añoran (Davis, 2002, 1998 y 1992; Davis, Hiatt, *et al.*, 1990).

¹⁹⁸ Por ejemplo, mientras que un alto ejecutivo de una empresa transnacional puede vivir con los lujos y comodidades de cualquier ciudad de alto nivel económico en el mundo, tener acceso a bienes de consumo propios de su estatus social, a tecnología de vanguardia, diversión y entretenimiento «globalizado», muchos otros, como los migrantes de bajos recursos, viven en condiciones de miseria, sin servicios públicos ni acceso a instituciones de salud o educación, en una situación que difícilmente podría suponerse mejor a la de sus lugares de origen. Sin embargo lo es en la mayoría de los casos: se ha observado que los asentamientos informales se regularizan al paso del tiempo; quienes no tenían vivienda, al poco tiempo la tienen; que las paredes de cartón de las casas son renovadas con puertas de *garage*, madera o material de concreto (Pombo, 2003; Sassen, 2001).

¹⁹⁹ Ámbitos o intersticios fronterizos son los procesos socioculturales diferenciados de otros ámbitos de la vida de frontera (Valenzuela, 2003b).

²⁰⁰ García Canclini comenta al respecto: «El alto porcentaje de tiempo que esos aparatos ocupan en el uso del tiempo libre revelan una organización de los hábitos culturales, cada vez más dedicados a los mensajes audiovisuales que se reciben en casa y expresan códigos internacionales de elaboración simbólica...». (1995: 87).

Me parece que los artistas han creado su propia ciudad al transformar el imaginario social de Tijuana. Han replanteado, deconstruido²⁰¹ y transformado los significados culturales, las representaciones tradicionales y los estereotipos sobre Tijuana, la frontera y la vida urbana (Iglesias, 2002 y 2003). Han iniciado, también, varios procesos de auto y hetero-reconocimiento: el análisis de su obra; la construcción de un nuevo sistema de imágenes sobre la ciudad, y la crítica a las expresiones relacionadas con Tijuana y la frontera que realizan otros artistas.

Observo que en Yonke Art hay una reflexión sobre el trabajo que hasta hace poco habían presentado. Una conclusión parece ser que la explotación que hasta ahora se había hecho del tema urbano y fronterizo es superficial. Así lo expresa Iván Díaz:

...creo que ahorita toda nuestra generación de artistas ha explotado lo urbano, pues qué chingón, ¿no?, lo popular [la cultura popular]... la violencia, la calle, los «malandros», los letreritos, ahí, improvisados, las casitas de cartón, los muros de llantas, los cholos y bien, ahora lo que sigue [después de que] eso llamó la atención, precisamente lo que sigue es... qué propuesta puedes ofrecer tú más allá de un primer nivel de cómo se considera la frontera, ¿no?, y siento que eso –no me gustaría decir que esté pasando en totalidad–, pero creo que es el papel de todos los que estamos haciendo ahorita algún tipo de creación o producción artística o mediática, como que cargar con esa responsabilidad, ¿no? de desarrollar un medio mucho más completo... hay mucha gente trabajando en muchas cosas que no tienen nada que ver con lo urbano, entonces sí hay diferentes propuestas entre los artistas....

Este comentario refleja varias preocupaciones: a) es necesario que la generación de artistas que hasta ahora ha explotado el tema de lo urbano, madure en su capacidad de reflexión y exploración del fenómeno, porque lo superficial, lo que estaba a la vista y podía captarse con intuición y sin intención, ya está expuesto; b) el mundo artístico tijuanense debe profesionalizarse, esto es, debe asumir su responsabilidad social como creador de sistemas simbólicos, como intérprete de la realidad y como generador de conocimiento estético; y c) es deseable que otros temas de la vida urbana fronteriza sean abordados.

Observo en lo anterior un cambio en la percepción y valoración del trabajo creativo. Para artistas como Iván, que tienen por lo menos 10 años de trayectoria en el campo cultural, la

²⁰¹ Mediante la deconstrucción se hace evidente la lógica, los supuestos y estructuras que constituyen las propuestas dominantes. Es una reflexión sobre el acto de leer, que examina cómo se produjeron las interpretaciones de las obras (Derrida en Payne, 2002).

exploración de la ciudad ya no sólo depende de su capacidad para intuir la y experimentarla de manera lúdica. Su trabajo requiere también de herramientas conceptuales para generar una propuesta interpret-able (es decir, digna de interpretación) que refleje la riqueza de sentidos o polisemia de la vida tijuanense. La ciudad le exige tomar nuevas posiciones teóricas para enfrentarla y comprenderla en su obra.

Pero también hay grupos que deliberadamente no han explorado la ciudad ni la cuestión urbana. Para ellos, la ciudad está presente en su estilo de vida. Este es el caso de Radio Global, para quienes las alusiones a la problemática fronteriza y Tijuana en las producciones audio-visuales son el resultado de una «moda» que no comparten y de la que quieren mantenerse al margen:

FAB: A mí me llamó mucho la atención que un día cuando empezaba Elías [con Radio Global] —y el otro día estábamos platicando de eso— algo que me llamó la atención fue de que me dijo «oye, ¿qué onda, qué opinas de todo eso, la onda urbana y sobre eso?»...

ELÍAS: ¿Por qué en vez de pegar un Colosio, por qué no ponemos un brócoli grandote?...

FAB: No estamos en contra de lo que está de moda en este momento, pero era darle otro sabor, nuestro sabor, y con el tiempo nos dimos cuenta de que prácticamente estamos haciendo lo mismo pero interpretándolo a nuestra manera, ¿no?, o sea tenemos todas las influencias.

ELÍAS: prácticamente estamos haciendo lo mismo pero con otra forma en imagen visual, y nunca fue la intención de que como somos de Tijuana, órale, tenemos que hacerlo de tal manera...

...Nosotros no estamos peleados con eso, simplemente en lo visual no compaginamos en esa onda... no quiero decir que esto fue hecho adrede para que se note [que es diferente] pero de repente coincidimos en lo que nos gusta, ¿no?, ¿por qué, no? ¿Por qué [lo visual] siempre tiene que ser tan oscuro, tan violento, tan «así», no? pero también hay otras realidades.

EDUARDO: Radio Global tiene mucho esa línea «cincuentera»... de gustos personales... desde esa línea, todo es muy feliz [risas]... por ejemplo, esta vaca [la fotografía de una vaca con un gorrito de colores con rehilete], órale, hay que hacerla display [de Radio Global].

ELÍAS: y ya, de repente diseño, no le vemos más, no decimos «la vaca va a representar esto»... como que es mete las manos y a ver qué sale con lo que vemos, ¿no? [risas], y porque lo que tenemos son cosas que nos gustan.

FAB: Nunca nos hemos puesto a pensar «Tenemos que proyectar eso y...»

ELÍAS: Ajá...

FAB: Simón, nada más se hacen las cosas y ya... [risas]...

ELÍAS: y yo pienso que si nos preguntaras cómo representamos Tijuana, nosotros como Radio Global, yo creo que es en lo que somos, ¿no?, en como hablamos, la música que tenemos...

FAB: y la naturaleza del radio...

ELÍAS: la gente dice «órale, sí, tiene algo... hasta como hablan, como se expresan», dicen «órale», hasta te identifican, dicen «ah, pues son de allá» [de Tijuana].

Toda interpretación es una labor subjetiva, pues el que interpreta irremediabilmente se refleja en su proceso hermenéutico. Las expresiones artísticas ofrecen un tipo de interpretación en la que ocurre una «fusión de horizontes»: la del lector o un sujeto histórico; y la de la obra artística, una expresión simbólica que se origina a partir de un sistema de símbolos (Gadamer, 1994). En esto consiste la riqueza de explorar la ciudad (fuera de que también, como señalan los integrantes de Radio Global, pueda convertirse «el tema» en una moda). El planteamiento de fondo de su propuesta visual –la cual me parece muy atractiva--, es un aspecto que no deberían dejar de considerar, así se trate de un componente de un proyecto de medios –como ellos señalan--, porque también desde el campo del diseño gráfico se ha planteado la necesidad de vincular o generar propuestas a partir del desarrollo de conceptos.

Pareciera también que a los grupos les resulta problemático aceptar que su proyecto busca intencionalmente dejar atrás los estereotipos negativos sobre la ciudad. Hay la creencia de que las propuestas son el resultado de su percepción sobre Tijuana, la frontera y los procesos culturales, y que éstas no han sido influenciadas por una visión estratégica y de posicionamiento en el campo artístico, y finalmente, en el mercado de los medios de comunicación, cuando me parece que hay una clara combinación de ambos intereses:

CARLA: Bueno, yo creo que si lo ves como en valor... es una ventaja esta frontera, ¿no? Ya habíamos comentado las ventajas que tiene pero mucha de la atención que se le pone, por lo menos a Tijuana o a la frontera, es el conflicto, que los narcos, la violencia, los polleros, lo que ya nos sabemos y lo que sale en los periódicos de todos lados, lo que la gente percibe de Tijuana y como que es mucha insistencia... no lo hicimos a propósito ni lo utilizamos como argumento, pero [Bulbo] sí es otra ventana, sí es otra oportunidad de proyectar otra cara de Tijuana, más digna, más prestándole atención a otras cosas...

JOSÉ LUIS: Decía el artículo de ayer, la columna²⁰², lo interesante no es que veas a gente con el mismo discurso de que «la frontera, no pude cruzar, estoy sufriendo, los migrantes», sino cómo la cultura se está produciendo a sí misma en la frontera, por la frontera, en el habla, en la música, o sea está muy interesante cómo este cuate vio el programa [un episodio de Bulbo por canal 22], vio un sólo episodio, y captó eso, ¿no?

CARLA: también yo creo en... que es general, de Bulbo, cómo nos ha dado la oportunidad no nomás de la tele, de todo, de press, de radio, del disco, de todo, nos ha dado la oportunidad de conocer tanta gente tan diversa de Tijuana, que la neta sí es bien chingón ser de Tijuana, qué cosas tan curadas están pasando, y que tú puedas ser parte de eso, aunque el mundo de los bolichistas parece ser algo tan apartado de ti, así que nunca hablas con ellos, pero tener la oportunidad de cotorrear con ellos un momento y de ver que están tan engranados como tú, como muchos otros, en su rollo, te da un sentido de decir que chingón está Tijuana, a pesar de que está tan feo, tan adverso, o sea, [eso] sí nos da un sentido de pertenencia de Tijuana a todos.

Bulbo ofrece una perspectiva sobre la ciudad que empieza a ser reconocida y que está basada en la presentación amena y respetuosa de diversos ámbitos fronterizos: los raperos, los luchadores, los editores independientes de fanzines, los artistas plásticos, los músicos electrónicos, los punks, los motociclistas, los skaters, los bloggers, y muchos mundos más que descubren para sus seguidores. Exploran el rostro humano de la ciudad; las inquietudes, pasiones y sueños de sus habitantes.

Si el contexto altera las estrategias (Stevenson y Greenberg, 2000), la condición de frontera es la ventaja *más estratégica* de la ciudad y los artistas. Pero, ¿qué representa para ellos el «otro lado»? Para los de Nortec ha sido el factor más determinante de su formación musical:

PEDRO: como estrategia, como una ventaja real, el hecho de que pude comprar de segunda mano un teclado a los 17 años a un gringo que lo vendía en uno de esos periódicos donde venden mil cosas. Esa es la posibilidad que no tienes o no tenías en ese momento [en otras partes de México] –ahora ya con el Internet es posible conseguir una caja [de ritmos]. Nosotros sí [teníamos esa posibilidad], nosotros teníamos esto acá, teníamos una estación de radio que ponía música inglesa, la más nueva, música alemana, música norteamericana, también, que se enfocaba también un poco en la onda de la música electrónica.

PEPE: nuestra formación tiene mucho que ver con nuestra posición geográfica.

PEDRO: escuchábamos cosas que otra gente no escuchaba; teníamos acceso a cosas que otra gente no tenía y quizá ahora con la onda más de la globalización, el Internet, todas esas barreras se han ido rompiendo poco a poco pero en los ochentas estábamos a un millón de años luz inclusive de ciudades mucho más importantes que Tijuana como Guadalajara, Monterrey y el DF.

²⁰² La columna apareció en *Milenio diario* el 20 de abril, de 2004.

PEPE: Podías hacer música electrónica porque era muy fácil obtener aquí el equipo. Aparte, como dijo Pedro, también era el momento, me acuerdo, en que estaba saliendo MTV, y que había acceso para los que lo podían pagar, pero también, por ejemplo, el hecho de que muchas antenas se ponían aquí en Tijuana, me acuerdo que se puso –no sé si te tocó verlo-- se puso de prueba el canal 15 [KPBS de San Diego]... antes de que saliera, duró como por 2 años transmitiendo casi como 10 horas diarias videos de música pop pero metían muchos de electrónica porque a mí me tocó grabar videos de cosas raras como de Cabaret Voltaire, los videos de Kraftwerk, cosas así que eran de los ochenta, pero la calidad [de la señal] era excelente, el canal se veía súper bien, o sea gratuito y sin comerciales. Videos así, sin repeticiones, no había ni nombre de programa, nada más seguía siendo un canal de pruebas. Como que todas las cosas se dan aquí en Tijuana, ¿no?

PEDRO: ...esa es una [ventaja] ahora súmale que tus grupos favoritos llegaban a San Diego a tocar.

PEPE: Empezamos a ir a conciertos a los 14, 15 años y los boletos costaban 15 dólares.

PEDRO: 12 dólares... o sea era algo que no era imposible, aparte los teníamos aquí en su mejor momento.

PEPE: y luego cuando se hizo el Iguanas.

PEDRO: El Iguanas fue otra cosa importantísima, importantísima, el club más importante que ha habido de música en México se llama El Iguanas –después fue Don Loope [risas]--... entonces todo eso no lo vivió más que la gente de nuestra generación... entonces que si el punto geográfico fue importante para todo lo que somos y lo que hacemos y lo que seguiremos haciendo... ¡pues claro! Es más, de haber nacido en Mexicali, nos jodemos [risas], neta, así de fácil, así de importante.

De lo anterior se deduce que Tijuana es más que una ciudad fronteriza. Ni siquiera su desarrollo puede explicarse sólo a partir de la localización (Cooke y Morgan, 1998). El desarrollo de una ciudad depende de cómo el conjunto de la sociedad organiza su producción material (Dussel Peters, Piore y Ruiz Durán, 1995). En este sentido, es imprescindible la formación de instituciones, es decir: los acuerdos explícitos y sobreentendidos con que se relacionan los actores sociales, mismos que se manifiestan en el lenguaje, en el estilo de las relaciones y las negociaciones. Además, están las tradiciones culturales y simbólicas, las cuales actúan en la definición de la lógica profunda de los actores, los mitos, los ritos y las imágenes que han sido internalizadas por los individuos y que los hacen actuar más allá de las razones y los deberes (Cabrero Mendoza, 2000). Por lo que el desarrollo es resultado de una evolución histórica, más que de la suma de los componentes y atributos de una ciudad o región. Tijuana también es el reflejo de una *manera de ser* de sus habitantes.

La frontera es una construcción social, múltiple y cambiante (Michaelson y Johnson, 2003) que Bulbo refleja en sus obras y que aprovecha como tema, en especial, en sus documentales donde ha planteado la relación de «ciudades espejo» entre Tijuana y San Diego:

CRISTINA: También en cuanto a contenido, ¿no?, o sea vamos allá a conciertos, tocadas, conocemos gente que a lo mejor sale en el programa, y siempre fue la comparación en cuanto a primer mundo, tercer mundo, lo que significa eso, y una ciudad tan organizada y conservadora como es San Diego; hacer ese tipo de comparaciones que son un tanto fascinantes, tanto uno como realizador, como decirle a la gente «órale, entre Tijuana y San Diego hay un mundo de diferencia»,

JOSÉ LUIS: y también yo creo que si alguien de México dice «vamos a hacer un programa, vamos a hablar de ilegales», y lo que ya hemos oído siempre de Tijuana, [pues] nosotros somos parte de esto y de alguna forma [contribuimos] como [a] desdibujar la línea, ¿no?; o sea, pasar de lo que dice Cristina de los contrastes, o sea, en Bulbo en muchos temas sale gente involucrada de los dos lados... pero como en el mismo nivel, o sea sí hay una comparación, y sí el mundo allá es más..., pero también es accesible, ¿no?, y tan es accesible, que tenemos una oficina ahí, podemos cruzar ir y venir, o sea, eso también es como parte de Galatea, de desdibujar esa frontera tan marcada, ¿no?

CARLA: Y luego también hay un interés así de mucha gente por lo que está sucediendo en esta parte del mundo, y eso también te beneficia.

En estos comentarios además de reflejar que son sujetos de sentido práctico (Bourdieu, 1997), flexibles e híbridos, está implícito el estilo de vida de la clase media tijuanense, el cual se define, principalmente, por su posibilidad de acceso a Estados Unidos. Por ejemplo tienen una oficina en San Ysidro, a 10 minutos a pie de la línea fronteriza. Esta ubicación los acerca a clientes del área de San Diego. Como bien señalan, es algo que la situación de frontera les permite realizar, pero al mismo tiempo habría que preguntarse por qué se vuelve necesario abrir una oficina tan cerca de Tijuana, pero del «otro lado», si aparentemente es «tan fácil» y cotidiano cruzar la frontera. José Luis comentó que aunque sea San Ysidro, ya es Estados Unidos. Creo que el hecho de abrir un espacio en California refleja que la frontera es un elemento fuerte en las «transacciones» comerciales, pero también en las de otros órdenes: socioculturales, políticas, ambientalistas. La frontera es una barrera (física, cultural, psicológica) que *hay que cruzar*, pero una vez que se logra esto, ofrece posibilidades de crecimiento.

Re/presentación: imagen pública y medios

En especial para Nortec y Radio Global, el componente visual ha sido un elemento fundamental para darse a conocer. Inmediatamente después, su relación con los medios. En el caso de Nortec están las revistas, especializadas y no especializadas, que han publicado artículos acerca de ellos, y en Radio Global la creación de su anuncio de televisión.

Es en Nortec donde en particular observo cambios en su relación con los medios de comunicación y difusión (en estos últimos ubicaría las investigaciones de tipo académico). Como indiqué desde un principio, en el grupo focal de Nortec sólo participaron 3 personas: Pedro Beas, Pepe Mogt y Jorge Verdín. No estuvieron los video jockeys, el «Huicho» y el «Checo»; Ramón Bostich ni Roberto Mendoza, Panóptica. Es muy posible que ni Pepe ni Pedro les hubieran informado de la reunión, pero también puede ser que de haberse enterado no hubiesen asistido tampoco, ya que, en general, los integrantes del colectivo cada vez están menos interesados en responder preguntas para medios de comunicación o investigadores no especializados en el campo de la música. Al respecto, comento esta anécdota: pocos días antes de que tuviéramos el grupo focal, habían tenido una reunión con periodistas de Telemundo (cadena hispana de televisión, filial de la NBC), que habían venido desde Miami a entrevistarlos. A esa reunión asistieron sólo Pepe y Pedro. En cambio, para la grabación del programa de televisión «La aventura de México desconocido» del Canal Once (de contenidos culturales y dependiente del Instituto Politécnico Nacional), participaron todos, excepto Pedro²⁰³.

Lo anterior me sugiere que los de Nortec también se han vuelto selectivos en su relación con los medios. Lo importante para ellos, como han dicho reiteradamente, es la música, por eso les interesan las críticas y reseñas de las revistas *Gear*, *New Music Magazine*, *Wire*, *Wired*, *Computer*

²⁰³ Programa transmitido el viernes 1º de octubre por Canal Once, y retransmitido el 2 de octubre. Participaron también los integrantes de Bulbo (en particular entrevistas con Omar, Paola, Cristina y Lorena). Se abordó en especial la perspectiva de los artistas sobre la ciudad. Otros participantes fueron Sal V. Ricalde (videasta), Rafa Saavedra (escritor), Alejandro Zacarías (artista visual), Charles Glaubitz (ilustrador), Federico Campbell (escritor) y Rosina Conde (escritora).

Music, Future Music, Sound on Sound, Urb entre otras, o los trabajos de investigación realizados por especialistas²⁰⁴.

Observo que el poder que ejerce el curador en las artes visuales, en la música lo ostenta el crítico: el curador se ha convertido en el «gatekeeper», un papel que supuestamente es necesario a causa del aumento de la oferta cualitativa en combinación con la ausencia de sistemas valorativos aceptados en el arte (Schibli, 2002). Pero, ¿no es ingenuo que consideren que existen periodistas con facultades especiales para valorar su trabajo, y más aun, capaces de decidir «objetivamente» si su obra contribuye o no al «enriquecimiento» de la música electrónica? Para Pedro no hay ninguna duda sobre esto. La compañía disquera a la que pertenecían, Island Records, muy modesta en el multimillonario mundo de la música, no pagó a ningún crítico para que hiciera comentarios sobre ellos, y menos aún para que estos fueran favorables a su trabajo (de haberlo hecho, me comentó Pedro, se los hubieran cobrado, como lo hicieron con absolutamente cualquier trabajo que hicieron para ellos²⁰⁵). Fieles seguidores de las publicaciones «serias» sobre música, ni él ni sus compañeros tienen ninguna duda sobre la confiabilidad de los críticos; su probidad está demostrada. Para Beas es muy importante que su música sea reconocida: las investigaciones académicas y los reportajes en los medios de comunicación no podrían sustituir nunca las malas reseñas de los periodistas. Le pregunté entonces: ¿podría suceder que los críticos no reconocieran la calidad de un disco y que sólo años más tarde éste fuera valorado? Pedro considera que es muy raro que esto ocurra en la música, pero no por ello puede descartarse esa posibilidad. Pero, por ejemplo, si fueran unánimes las opiniones que descalificaran a su próximo disco, el volumen 2 del «The Tijuana Sessions», tendría que haber algo de verdad en ello. «No podrían estar todos equivocados, no sería creíble», aseguró Pedro.

²⁰⁴ Especialistas como Simon Reynolds (periodista e investigador de la música electrónica), con quien Pedro mantiene comunicación esporádica vía correo electrónico.

²⁰⁵ La compañía les cobró incluso la impresión de unas calcomanías que fueron repartidas en eventos privados de la disquera, reuniones a las que no asistió ningún integrante del colectivo (Entrevista a Pedro Beas, agosto 2004).

Como decía antes, para Radio Global ha sido fundamental para su reconocimiento la presencia de un anuncio publicitario en un canal de televisión local:

¿Y EL ANUNCIO?

ELÍAS: ah...

WERO: ah, el anuncio [risas].

ELÍAS: Bulbo realizó un evento en el Cecut [En vivo y a todo color] e invitaron a varias gentes a poner stands y... nos invitaron y fuimos a poner nuestro stand y no sabíamos...

FAB: fue la primera vez que pusimos un stand

ELÍAS: fue como la segunda... y no sabíamos que había como un concurso del mejor stand...

EDUARDO: ...no sabíamos si ir, porque iba a llover, pero dijimos «bueno vamos...».

ELÍAS: no habíamos planeado nada, y llegamos y nos dijeron que el que ganara el mejor stand, Bulbo le iba a hacer un anuncio y a pasar su comercial por todo un mes...

WERO: ...y nos regalaron una olla de frijol...

EDUARDO: un día antes en mi casa había habido una fiesta y había sobrado [una olla de frijoles]. [Risas]

ELÍAS: [se nos ocurrió] «¡Hay que regalar tostadas de frijol!» [en el stand].

EDUARDO: como que la gente al principio no se acercaba...

ELÍAS: ¡En el stand, una olla de frijoles! ¡Regalamos tostadas de frijoles! [risas].

EDUARDO: ¡Era algo inesperado!

ELÍAS: Pero al rato llegaban y llegaban... [Risas].

...

ELÍAS: como que a los de Bulbo les llamó la atención, se les hizo cura [risas].

EDUARDO: Pero se hizo el concurso: le preguntaban a la gente qué stand les había parecido el mejor...

ELÍAS: Ah, OK. [Risas]

FAB: Nos dieron el premio que era un anuncio. Elías y Ulises [Legarreta]²⁰⁶ hicieron la idea, y se la dieron a los de Bulbo.

ELÍAS: Luego recibíamos llamadas [que nos preguntaban:] «¿qué es eso?!», «¿Qué están vendiendo?!»

²⁰⁶ Colaborador de Radio Global.

FAB: nos llamaban de la estación [canal 45] y nos decían que si lo podíamos cambiar porque la gente decía «qué onda con Rocío Dúrcal» [risas].

...

ELÍAS: Cuando salíamos a la calle con las camisetas [que llevan el logotipo de Radio Global] las señoras nos decían: «ah, Radio Global, sale en la tele...». [Risas]

FAB: Sí, luego pasó que salía durante [la transmisión de] Bulbo y la gente que ve Bulbo sí le entendía [al anuncio].

WERO: pero...

FAB: Un amigo nos dijo: «Tengo un espacio en la tele, en el programa de “La Oreja” en el canal 45, ¿lo quieren?», «pues sí [dijimos]».

ELÍAS: ...hasta mi tía, que es una viejita, me preguntaba [de qué se trataba eso], porque me vio la sudadera que decía Radio Global.

EDUARDO: está medio raro, ¿no?

...

ELÍAS: Ajá, exacto, es cuando decimos «órale, está funcionando [la imagen], nos están reconociendo...».

WERO: yo me acuerdo la primera vez que llegó alguien, así como... y llegó alguien así como...

EDUARDO: [y nos dijo] «¡Hey, los de Radio Global!» [Risas].

...

WERO: ...de repente llegan morritos, ¿no?, que nos dicen: «Radio Global, me gusta más» [frase cantada con la tonada del anuncio].

FAB: está bien curada, eso...

En el anuncio aparece un globero en un parque al que le preguntan qué estación de radio le gusta escuchar. El globero responde que Radio Global porque toca las canciones de sus artistas preferidos: Rocío Dúrcal... en eso «se monta» una voz —que evidentemente no es la del globero—, y empieza a nombrar a otros artistas: The White Stripes, Cerati, entre otros. Como bien señalan en la entrevista, muchas de las señoras que sintonizaban la televisión para ver el programa de espectáculos no entendían que se trataba de una broma. Para ellas el anuncio era desconcertante. Para colmo, remataba con la frase «Radio Global, me gusta más» cantada con la tonada de «Radio

Ranchito, me gusta más», una estación de radio de música nortea ya desaparecida que fuera muy popular en los ochentas.

Pero, en Radio Global tienen más ideas para darse a conocer:

ELÍAS: En el siguiente proyecto queremos hacer otra estrategia. Estamos en la etapa de sacar la segunda página, va a tener continuidad con la página actual, con la estructura; entonces mientras sale todo eso ya estamos haciendo otras ideas para llegarle a más público ¿no?, tener más publicidad por otros medios... los medios [de comunicación] como que sí nos han ayudado porque mucha gente involucrada [en Radio Global es] de la misma edad, de la misma generación, que traen la misma onda y que trabajan en el [periódico] *Frontera*..., en Bulbo, todos son amigos somos compañeros, y ha sido canal gratis de publicidad, y entonces una idea que traemos ahorita es que queremos romper el récord mundial ¿no?, estar en los récords mundiales [Risas], es una estrategia publicitaria, que es hacer ¡el chicharrón de harina más grande del mundo! [risas]... vimos muchas ideas y esa fue la que nos gustó y como que no es nada «artístico»...

...y hacerlo [el récord] con la disciplina, como sería algo bien formal ¿no?... que venga el gobernador... que sea en la explanada del Cecut... pero con ese toque chistoso...

Bulbo tiene una perspectiva diferente en su manejo de la imagen pública. Me comentaron, por ejemplo, que cada volante ha sido una oportunidad para acercarse a un televidente, lector o radioescucha en potencia, razón por lo que todos los flyers han sido entregados por ellos mismos. Antes de iniciar las transmisiones de Bulbo TV, realizaron una campaña intensa de promoción para invitar a la gente a que viera el primer episodio; cuando salió el programa al aire, pedían opiniones para conocer el impacto que estaba teniendo. Toda la información que generaron estos sondeos fue compartida y discutida por el equipo de trabajo en juntas. Esta retroalimentación contribuyó a darle forma al proyecto, de tal suerte que éste logró captar la atención del público joven tijuanaense –su foco de atención inicial–, pero también despertó interés en otros sectores de la población y en otros lugares:

JOSÉ LUIS: Pienso que ha sido, en el caso de cómo le hemos hecho para lograr audiencia, ha sido gradual, o sea, cuando iniciamos con el programa de televisión el proyecto sí estaba muy enfocado a que fuera algo de aquí nada más, y conforme fue avanzando y fuimos dándonos cuenta que fue un poco más allá, ya lo vemos como que es algo que se podría ver bien en cualquier parte, ¿no?...

... yo creo que también como que un valor quizás que... que nosotros no habíamos visto y que nos da mucho gusto [ver que otros ven] es que gente voltea hacia Bulbo como una ventana, ¿no? Por ejemplo, la invitación hacia lo de LARVA²⁰⁷, que quieren poner una

²⁰⁷ LARVA (Laboratorio de análisis en las relaciones de amor y vida), fue una exposición curada por Marcos Granados. Participaron Adriana Trujillo, Alejandro Zacarías, Alfonso Camberos, Carmen García Núñez,

mezcla de lo que es Tijuana, y ponen unos cortos de Bulbo. Luego, vienen, han venido investigadores aquí porque quieren conocer de Tijuana y a través de los programas de Bulbo conocen Tijuana. Entonces es como decir «¡órale, realmente sí estamos cumpliendo!, ¡sí está cumpliendo la función!», gente del exterior, que no es de Tijuana, está volteando a Bulbo para aprender de la vida cultural de Tijuana, y eso, pues, es súper interesante, ¿no?



Imagen 21. Postal de Radio Global.

Claudia Algara, Daniel Ruanova, David Maung, Edmhee Barrera, Franco Méndez Calvillo, Galatea Audiovisual, Hugo Crosthwaite, Iliana Rodríguez, Ingrid J. Hernández, Itzel Martínez, Jamex y Einar de la Torre, Jaime Ruiz Otis, Julieta Bartolini, Julio Orozco, Melisa Cisneros, Melissa Arreola, Mónica Arreola, Mely Barragán, Octavio Castellanos, Roberto Romero y Tania Candiani. En el programa no se incluyen alusiones a Yonke Art en el trabajo de Itzel y Adriana, y tampoco se menciona a Bulbo sólo a la productora Galatea Audio/visual.



Imagen 22. Stand de Bulbo (Foto: Liliana Galván).



Imagen 23. «Mano a mano», Nortec.



Imagen 24. Video still de «Que suene la calle», Yonke Art.

Estrategias de organización

La organización de los artistas para realizar sus obras y eventos es el aspecto de la producción artística que desarrollé de manera más abundante durante mi trabajo de investigación. Considero que la formación de grupos es una estrategia esencial de los artistas para aprovechar las ventajas que les ofrece el contexto de Tijuana. La formación de grupos refleja el compromiso y la confianza que existe entre los individuos que los integran, así como la búsqueda de un objetivo común. La vulnerabilidad de los grupos está en la ausencia de compromiso, en la desconfianza entre sus miembros y en la incompatibilidad de intereses y objetivos. Además, existen aspectos identitarios que entran en juego para la conformación de grupos, como son sexo, edad, gustos –sobre todo los musicales--, formación técnica y académica, clase social y estilo de vida.

Me propuse comparar las formas de organización de los cuatro grupos con el fin de identificar sus características y determinar el nivel de funcionalidad de su organización. A partir de este ejercicio, quise establecer los rasgos principales de la organización de cada grupo, y, de ahí, plantear los aspectos comunes entre ellos.

La primera distinción notable entre Yonke y Bulbo es que éste último está dividido en dos partes *formalmente*: existe una empresa productora constituida legalmente, Galatea Audio/visual, cuyos fines son lucrativos: producir videos institucionales y desarrollar proyectos afines con clientes. De ésta se desprende un proyecto de medios, Bulbo, cuyos propósitos no son lucrativos aunque buscan que llegue a ser autofinanciable por medio de la publicidad. Esta separación formal no la ha llevado a cabo Yonke.

Para el funcionamiento de Bulbo, es necesario que sus integrantes realicen todo tipo de actividades. Si bien es el grupo más numeroso (18 integrantes más colaboradores), también es el que realiza más actividades: Bulbo TV, Radio Bulbo, Bulbo Web, Bulbo Press y Bulbo Disco, además de los videos y proyectos comerciales para clientes. Todas las actividades requieren de

trabajo permanente, pues cuentan con una periodicidad establecida que deben respetar pues las consecuencias de un retraso implican perder no sólo dinero sino espacios en los medios de comunicación y clientes, por citar las repercusiones más visibles.

JOSÉ LUIS: ...aquí tienes que hacer de todo, no es de que llegas y «bueno yo voy a ser director»; lo mismo te toca hoy en la mañana limpiar el baño, que editar un video, que ir a una fiesta o a eventos. Aquí tienes que hacerle a todo, y si no tienes como esa solidaridad y flexibilidad, disposición, pues como que tu solito te vas.

PAOLA: Todos somos los secretarios, gerentes –bueno él [José Luis] es gerente [risas], él es del departamento de ventas [Miguel Ángel] pero también carga cables, está en producción y edita, bueno todos, eso también es parte fundamental de la forma de trabajo...

CRISTINA: O sea, también hay encargado de área verificando que se estén cumpliendo las cosas...

PAOLA: Pero a la hora de la hora todos hacemos de todo y también todos participamos en la toma de decisiones... es que como somos muy pocos, el jefe de un departamento pues es jefe, pero si cada quien es jefe de un departamento pues entonces no tendría ayudantes [risas], «bueno ya eres jefe de un departamento pero eres ayudante del otro y del otro» [risas]. Yo creo que esa sería una estrategia, ¿no?

CRISTINA: bueno sí especializarte pero estar dispuesto a colaborar y aprender, o sea, no das por hecho de que «bueno yo ya estudié leyes yo no tengo nada qué hacer agarrando una cámara», o sea, en teoría debería ser así, el que estudió literatura pues debería nomás [escribir]...

PAOLA: como que nos quitamos esas preconcepciones y entonces cada quien es capaz de hacer lo que quiera, ¿no?, ya depende de la capacidad de cada quien; habrá unos que hagan mejor algunas cosas que otros, pero yo creo que todos, de alguna manera, tenemos la experiencia de haber grabado, de haber conducido...

Estos comentarios reflejan su flexibilidad y compromiso con el proyecto, pero también que es el trabajo diario el que los «legitima» como artistas.

Un aspecto que no he comentado es el de las negociaciones que refleja la estructura del diálogo en las entrevistas en cada grupo. Creo que la dinámica cotidiana de organización de Bulbo se evidenció en el grupo focal. Percibí su experiencia en este tipo de ejercicios: hubo orden, eficiencia, fluidez en las ideas, dirección, y sobre todo, continuidad en su pensamiento. Con esto último no me refiero a que no manifestaran visiones opuestas, sino a que si las hubo éstas no fueron disruptivas (no desviaron la atención del objetivo del grupo focal).

Su oficina también es un reflejo de su personalidad grupal. Su sitio de trabajo es pequeño para la cantidad de personas que trabajan en ella, no obstante está perfectamente organizada: hay mamparas que separan en secciones los espacios de producción de TV, de radio y de la revista. Ahí mismo, en la mesa que utilizamos para el grupo focal, se ubica la sección de ventas. José Luis me dio el tour por la oficina y me explicó lo que hacían en cada una de las secciones. Aunque el espacio es reducido, está bien equipado, pues cuentan con una cocineta, refrigerador, baño, y por supuesto, una línea telefónica y de Internet. La oficina se encuentra en el patio trasero de la casa de una de las integrantes, Lorena, y se ubica en el fraccionamiento Chapultepec, una colonia de clase alta y media-alta en Tijuana.

Un detalle más: los de Bulbo tuvieron que acondicionar su espacio para que se pudiera llevar a cabo el grupo focal, lo cual implicó mover mesas, juntar las sillas suficientes, incluso decidir quiénes intervendrían y quiénes seguirían trabajando. Cuando llegué me esperaban con café caliente, agua, leche, chocolate y galletas.

La siguiente parte de la entrevista refleja el orden del que hablo:

LORENA: Nos ponemos de acuerdo en proyectos y cómo le vamos a hacer y todo, y pues opinamos para ver cómo vamos a enriquecer una idea, cómo la vamos a llevar a cabo, entonces alguien empieza con la idea, la otra persona le pone algo más... Y termina siendo una idea... que no puedes creer cómo estuvo que la idea original terminó siendo otra cosa, pero es igual de grandiosa, no, y dices ¡guau!

...

JOSÉ LUIS: Yo creo que todo gira alrededor de juntas, o sea como una junta de lluvia de ideas, o sea, es raro que hagamos cosas así sin pensarlas, o que se haga algo así de que a mí se me ocurra y yo vaya y tome decisiones sin que los demás sepan y ya los embarque en algo, es raro, a menos que sea algo que se requiera, o que alguien se aviente el tiro, ¿no? de embarcarnos [risas] pero es muy raro, ¿no?, normalmente se discuten las ideas y hay una lluvia de ideas, y después en la junta [se discute] lo que sería el instrumento de estrategia –ya que se discutió la idea--, sería ¿qué tareas específicas se tienen que hacer? y poner de responsables a cada quien, ¿no?... Y ya si vienen proyectos que requieren muchas juntas, hay, por ejemplo, este que esta aquí [señala el calendario pegado a la pared] es el proyecto de la producción de la nueva temporada [de Bulbo TV]. Para llegar a esto hubo juntas, de decir «bueno, ¿qué rumbo queremos que tome ahora el programa de TV?». «OK: como lo teníamos, ahora lo queremos cambiar para acá». Bueno: «¿Qué vamos a necesitar?», «pues esto y esto otro». Cambiamos un poco los roles de organización y se armó un calendario de tareas y de cómo se van a ir realizando en el tiempo, que es lo que está aquí [señala al calendario].

El calendario del que hablan tenía la forma de una recta numérica; estaba hecho a computadora e indicaba con diferentes colores las actividades y los periodos que tenían para realizar sus tareas. Medía un poco más de un metro y medio de largo (horizontal) y de ancho tenía el tamaño de una hoja tamaño carta.

En el grupo hablaron todos, aunque notoriamente unos menos que otros. El que menos intervenciones tuvo fue Eduardo, el « Pajarito»; de ahí le siguió Lorena; y Carla, Paola y Cristina hablaron casi el mismo tiempo. Pero quien casi siempre inició la ronda de respuestas fue José Luis, sobre todo al inicio de la entrevista. Una explicación es que José Luis es el gerente, pero no sólo porque posea el título dentro del grupo; todo me hace pensar que se ha ganado ese puesto porque es quien mejor lo realiza.

Un modelo diferente de trabajo es el de Yonke Art. La coordinación para poder realizar el grupo focal no fue tan inmediata: Itzel prolongó un viaje por razones de trabajo y la fecha debió posponerse. Además, debido a los compromisos laborales de Adriana y «Sajjad», había que encontrar el momento en el que todos pudieran coincidir en la oficina (cosa que al parecer no ocurre regularmente). El día de la entrevista sucedió otro imprevisto: fueron jueces de un festival de cine y video organizado por una universidad privada de Tijuana, y el evento se retrasó más de lo esperado. Cuando llegamos a la oficina y empezaron los preparativos (la instalación de la cámara, del micrófono y la grabadora de audio), entonces se presentó otra dificultad: debido a que su evento había demorado, y yo no había sido lo suficientemente enfática con ellos sobre el tiempo que el grupo focal requería (por lo menos 2 horas), teníamos de nuevo problemas de agenda. Aun con esos inconvenientes, decidieron que se realizara la entrevista.

Su oficina está ubicada en la parte trasera de la casa de los padres de Iván, la que a su vez se localiza en el fraccionamiento Villa Colonial, una colonia de clase media. En la oficina hay varias computadoras al fondo, cámaras, teléfono e Internet, algunas cajas de cartón con objetos diversos,

un refrigerador y un sillón (en el que se sentaron Iván y «Sajjad»), mientras que Itzel y Adriana lo hicieron en un par de sillas que acercaron²⁰⁸.

Durante el grupo focal todos intervinieron; no podría decir que uno habló más otro, sin embargo, Itzel fue quien por momentos desarrolló más extensamente sus comentarios. Al final de la entrevista (que duró cerca de tres horas), Itzel no volvió a participar o lo hizo de manera intermitente (durante la última hora, aproximadamente). Permaneció en la oficina, pero se mantuvo ocupada atendiendo asuntos personales.

Lo más particular de Yonke Art es que se plantean su organización como un modelo para agrupaciones de sus características, por lo que insisten en encontrar una manera propia de organizarse:

ADRIANA: Es complejo porque puede haber más trabajo en la medida en que lo busquemos porque puedes conseguir más clientes, puedes conseguir hacer producción, pero también no lo hemos buscado porque no le ponemos ese tiempo de más que deberíamos ponerle y luego también la cantidad de equipo técnico [es una limitante] y todo eso entonces era un círculo vicioso en el que si queríamos en verdad tener dinero y clientes teníamos que dedicarle más horas a la organización, traer más clientes y apostarle, y yo creo que, por ejemplo en mi caso, no le he podido hacer así, por más que quisiera tener clientes...

IVÁN: El primer esquema que planteó Itzel –ella fue la primera en hacer un documento donde se hacía una propuesta de cómo se iba a trabajar, qué tipo de necesidad va a haber: se necesita un asistente que haga esto, un productor que haga estas cosas, se necesita un departamento de comunicación que haga estas cosas, se necesita un director que hace estas cosas--, pues no funciona a partir de la experiencia y tampoco son áreas que dominamos... [Tratamos] de ir creando métodos para ir funcionando que se vayan adaptando cada vez más a los intereses personales y de grupo...

...

IVÁN: Yo lo que veo... es que estamos en un esfuerzo de hacer una especie de muestra o prueba de cómo pudiera funcionar un sistema social... en un micro contexto... si logramos nosotros funcionar como grupo, ser funcionales y lograr supuestamente lo que nos hemos estado planteando, pues para mí es una prueba bien chingona de cómo seres sociales sí pueden hacer cosas comunes y para mí eso es un ejemplo para los pinches políticos de que sí puedes hacer cosas con tu trabajo... [Generar] un tipo de organización adaptable a una situación económica de tercer mundo....

El problema parece consistir en definir hasta qué punto están dispuestos a modificar sus conductas en provecho del trabajo colectivo. Esto es importante porque el producto de un grupo es

²⁰⁸ Al inicio del grupo focal, Itzel estuvo sentada al centro del sillón, pero después, por iniciativa propia, se pasó a la silla, a un lado de Adriana, para poder atender el teléfono y realizar algunas llamadas.

el resultado no sólo de la capacidad, conocimiento y talento de cada uno de sus miembros sino del efecto que el esfuerzo de cada integrante tiene sobre los demás (Olson, 1995; Klein, 1975). Siguiendo una lógica económica –neoclásica–, los grupos *también* se forman para generar beneficios que de manera individual no podrían obtener sus miembros, pues realizan un balance de costos y beneficios (Stevenson y Greenberg, 2000; Olson, 1995).

ITZEL: ... lo que también intentamos, y es lo que nos ha costado trabajo entender, es que queremos que la organización se adapte a nosotros y no nosotros cortar de tajo con todo y adaptarnos a los requerimientos de una empresa; sí intentamos, o sea una empresa requiere un departamento de tal, de tal, requiere un horario, requiere..., pero ¿es una empresa lo que queremos hacer? para empezar no sabemos cómo funciona una empresa porque tenemos más experiencia en trabajo en organizaciones que en empresas... o sea no tenemos experiencia de lo que sí funciona, lo que no funciona... entonces es un poco difícil, se intentó, invitamos... a una persona... que fuera administrador porque nosotros no tenemos ni idea, entonces él partió un poco de la onda que en la escuela se tiene de la empresa: regla número 1, regla número 2...

Veo una actitud renuente a definir parámetros que regulen su actividad grupal. Ellos subrayan que eso les funciona, y que es lo que han aprendido a lo largo de los años. Esta experiencia que señalan no es nada despreciable, pues como señalé antes, todos tienen –por lo menos-- entre 8 y 10 años realizando algún tipo de trabajo artístico y colaborando en grupos, por lo que considero que tienen razón al recurrir a su experiencia de trabajo:

ITZEL: ...fue de nuestra experiencia de echar a perder donde hemos ido adaptando el sistema, es como un proceso muy rico a partir de ahí nos va a servir para toda la vida porque ya sabemos lo que sí funciona, lo que no funciona, porque somos bien necios y en muchas cosas no soltamos de no querer cambiar determinadas cosas que te quedan muy claras y que más bien quieres buscar la manera de «eso» hacerlo funcionar. A mí se me hace súper valioso, bien chido.

En general, su estructura de trabajo me parece flexible; pero también observo que hay ciertas tareas que son «exclusivas» de algunos de los integrantes. Esta puede llegar a ser una desventaja para la eficacia del grupo (Klein, 1975):

IVÁN: Cada quien es director de un proyecto, por ejemplo, Adriana [de] «Polen» [Project]; Itzel, «Que suene la calle»... y a partir de ahí tu eres responsable directo de ese proyecto obviamente contando con la plataforma de la organización pero ahorita, con el tiempo, por ejemplo, yo sin saberlo he resultado bastante bueno para la onda de la

diplomacia, últimamente he hecho buenas relaciones, he estado metiendo «pata» a niveles políticos²⁰⁹.

Un ejemplo de lo anterior, es que me pareció que sólo hay una persona preocupada por los gastos de mantenimiento de la oficina: Iván, el que vive ahí:

IVÁN: ...hasta ahorita, desde noviembre para acá, la cuenta de teléfono se ha podido pagar en la fecha correcta... y se puede usar el teléfono cuando se necesita... y esa ya es una base para trabajar...

La problemática económica fue un tema recurrente en la sesión con Yonke Art. Es notoria su inquietud por generar los recursos que les permitan tanto el financiamiento de su producción, como su propio sostenimiento. Aclaro que no estoy suponiendo que para el resto de los grupos éste no sea también un tema relevante, pero lo fue mucho más (por la cantidad de menciones) para Yonke Art. Este parece ser un punto de conflicto en el funcionamiento del grupo, y no sólo en las relaciones que establecen con otros artistas. Una razón que podría explicar su persistente interés por la cuestión económica –que se manifestó durante el grupo focal-- es que han tenido problemas financieros que los han impactado fuertemente como organización.

Haciendo una comparación somera entre las necesidades económicas de cada uno de los grupos, percibo que en realidad no existe un importante desbalance entre éstas: por ejemplo, prácticamente todos los que integran Bulbo viven con su familia; en Radio Global, Elías vive solo, y el resto lo hace con sus papás, también. Los de Nortec son los que tienen las presiones económicas más fuertes, ya que tres de ellos son casados y tienen hijos pequeños; y, los de Yonke, tres viven con sus papás, y sólo Adriana vive de manera independiente. Con esto quiero decir que la preocupación por el ingreso de Yonke es producto en parte de sus necesidades de manutención y estilo de vida, pero que éstas por sí mismas no explican su ansiedad económica. Por eso pienso que este es un aspecto crítico en su grupo, que seguramente les ha causado severos problemas: es el signo de que su organización no es la *adecuada*:

²⁰⁹ Se refiere en particular a la participación en la campaña política de un candidato a diputado para el XI distrito de la Alianza «Para vivir seguros» formada por el PRI, el PVE, el PT y el PBC, Karlomar Sanay, donde también participó como candidato a presidente municipal (representando sólo al PRI) Jorge Hank Rhon. Las elecciones fueron el 1 de agosto de 2004 y ganaron los candidatos de esta alianza.

IVÁN: Y pues, bueno, a partir de ahí hemos tenido que cambiar la dinámica económica del grupo, hemos tenido que cambiar algunas cosas: antes éramos como una empresa donde teníamos que invertir dinero, donde «vamos a ser socios»... y que funciona como una empresa que nos genera una especie de utilidad, que se va a repartir entre todos... [Ahora] manejamos una dinámica laboral común donde ya separamos la economía, por ejemplo, o sea, digamos, cada quien es responsable de su manejo económico individual, y ya no hay la obligación de centrarlo a un todo que es de todos...

...

IVÁN: ...también, ya es [que] yo no quiero andar batallando [por dinero] el resto de mi vida... un esfuerzo muy recurrente por nuestra parte es cómo hacer que tus dinámicas de artista entren en el mundo comercial y funcionen...

...

IVÁN: Entonces de alguna forma [he tratado de]... vincular dinero y de buscar otras formas de proyecto lucrativo. En mi caso personal, por ejemplo, ya es por convicción personal... yo no me pienso emplear nunca con nadie; mi meta, así muy personal, es resolver mi situación económica y yo sí de manera individual, pues ser «empresarito», ¿no?, de facturas de trabajo, cuentas y contadora... yo no pienso entrar en ningún lado y tampoco quiero trabajar como perro nada más dedicado a lo comercial, ¿no?, sino encontrar un equilibrio, como negociar las dos partes y, pues, hacerlas funcionar, ¿no?, que ese ha sido parte del objetivo de cómo conectar los dos mundos sin necesariamente ser un artista vendido... ser consistente en poder generar propuestas con la originalidad de quien genera esa propuesta y que también pueda ser...

ADRIANA: ...financiable porque neta que se ocupa el dinero. Hace rato estaba escuchando a alguien por ahí decir que las productoras de cine no tienen que cobrar, que debe ser gratis todo, entonces a mí me entraba un chorro de cosquillas, así mentales, en el sentido de lo populista que puede ser un comentario de ese tipo y lo riesgoso porque es falso... un grupo de creación donde estas «perreándola» por facturas, por clientes, por pagar la cuenta de Internet y todo, ¿cómo podrías generar todo si lo haces gratuito?

...

IVÁN: Y creo que a partir de ahí, mi aportación a Itzel es tratar de buscarle fondos o vinculación... para el proyecto «Que suene la calle»... más recursos, y nuestra meta es obtener una posible ganancia y, finalmente, es lo que queremos, si se puede ganar qué chingón, y yo creo que la lana, pues qué chingón [que se genere], aunque sea poca, pero ya empezar a poder tener algo, pero yo creo que no tenemos una estrategia muy clara [para generar recursos]

...

IVÁN: el proyecto [Polen Project] empezó como meta lucrativa, la idea era hacer talleres en escuelas privadas para sacar lana, pero por menos no lo hicimos, lo hicimos comunitario...

...

IVÁN: ...él decía [un amigo] que no y me regañaba porque nos veía como con un chingo [de clientes]... y yo así como... yo no siento, pues, la neta, pues no creo que seamos así [que anden buscando clientes] pero porque yo siempre prefiero venderle a un curador que venderle a una empresa, si se trata de vender.

Otra reflexión que apareció constantemente en el grupo es que consideran que una de las características de una ocupación artística profesional (entre otras, como puede ser la calidad, que también la nombraron) es el cobrar por su trabajo:

IVÁN: ...en el caso de [Super] Market es así de que aquí no hay lana... yo les pregunté «¿y los músicos van a cobrar?» pues no, «OK», [les dije], «no cobro, si así está la onda yo coopero para su proyecto en esta ocasión, coopero», pero sí fue parte como de una negociación que antes a lo mejor hubiera sido más...

ADRIANA: Feo...

IVÁN: Ahora nel, ahora es como de haber de qué se trata, cuál es el objetivo, cuánta lana están invirtiendo y quién está involucrado; si hay dinero, quién lo va a repartir...

ADRIANA: dónde están los logos...

IVÁN: ajá... yo participo, OK, pero quiero mi logo... de una forma se convierten las colaboraciones, ya no tan, tan inocentes, pero sigue habiendo un nivel de colaboración, ya a otro nivel

ADRIANA: pensado como más, quiero pensar yo, profesional

...

ITZEL: ...es bien complicado porque por un lado tienes que producir –ya eso es un chorro de chamba–, luego conseguir la feria para producir, y ahora conseguir la forma de que tu producción se vea en otras partas, se exponga, se haga pública, entonces es una «chambototota»...

ADRIANA: ...como grupo te transformas y hay que buscar financiamiento y ya hay otra dinámica en la que ahora sí importa mucho el dinero... [porque la] producción que tiene que ver con la herramienta, en este caso herramientas mediáticas, computadoras, tornamesa, cámaras, dependemos de ella, es nuestro medio, no es austero, evoluciona mucho, es un equipo ingrato porque al año, a los seis meses, ya se devalúa, o sea es tu herramienta y si no la actualizas, bueno, hay competencia, si te quieres manejar como grupo entonces se me hace bien curada ahora que ya lo ves desde afuera... cuando dependes de generar ese dinero, esos recursos para vivir, ya tienes casa, carro, en mi caso no es, pero sí hay una presión social en general hacia tener algo qué mostrar, pero si luego viene como una necesidad como grupo en el hecho de tener herramientas para dar resultados..., y eso se manifiesta también en la organización, pues, de muchos de los eventos que hay en la ciudad, de cómo funcionan las cosas, diferentes propuestas o en cuanto también la calidad de las propuestas. No podemos ahorita andar grabando con una VHS pues es una cámara muy vieja, la tecnología cambia, hay que actualizarse y esto requiere inversión, recursos, búsqueda, muchas cosas...

Si he expuesto sus comentarios con respecto al dinero de manera amplia, es porque me parece que es evidente que este aspecto, además de ser sumamente relevante para Yonke, muestra también algo que comentaba al principio de mi documento cuando describía las características de la

sociedad tijuanense, en particular de la clase media. Me interesa resaltar que no es ambición lo que los mueve como grupo –si así fuera, estarían realizando otro tipo de trabajo y planteando otro tipo de propuestas mucho más lucrativas a corto y largo plazo--. Considero que existe en ellos una convicción por generar el mejor trabajo posible, y que al proponerse ese objetivo quieren resolver un aspecto que si bien no es el más esencial de su trabajo, consideran –por su experiencia--, que es fundamental, y más aún: *no está resuelto*. A la vez, hay una presión social (que Adriana dijo no sentir), pero que es factible que la haya (aunque sea un poco) en todos. La vida en frontera es cara y el equipo técnico que ellos requieren, como mencionó Adriana, es ingrato debido a que se devalúa muy rápido; sin embargo, si se cuentan con los recursos necesarios, el equipo se puede reponer fácilmente: sólo es cuestión de cruzar «la línea». Pienso, entonces, que el factor frontera en la población de clase media ejerce presión para mantener la posición o prosperar económicamente. Además, está la creencia de que Tijuana es tierra de oportunidades, y que quien trabaja «la hace», lo cual, por supuesto, es controvertible.

Me parece difícil describir una dinámica de trabajo en Yonke: sé que cuentan con un administrador, Omar Pérez; una asistente, Brenda Jiménez; que Iván, director actualmente de Yonke, consigue financiamiento para los proyectos artísticos y comunitarios, y que a la vez mantiene activa la productora comercial, pues es quien se entrevista con clientes y realiza ventas de servicios. También dijeron que más que en departamentos, están divididos de acuerdo a proyectos, pero cuestiones más operativas de su funcionamiento no emergieron en el grupo focal.

Observo, no obstante, que el nivel de profesionalización que han alcanzado como colectivo está basado en parte en las estrategias de organización, imagen, negociación y ventas, esto es, en su funcionamiento empresarial. No quiero decir, sin embargo, que no tengan interés en una profesionalización que también incluya una formación intelectual más sólida. De hecho, Itzel y Adriana fueron admitidas para estudiar un máster en la Universidad Autónoma de Barcelona, y planean realizar sus estudios posiblemente a partir de este mismo año (2004).

Puedo deducir que el grupo les ofrece –a todos– una estructura de organización en vías de profesionalización, pero no así una estructura intelectual o conceptual que les dé mayor solidez en sus propuestas artísticas, al contrario de lo que sucede en Bulbo, en donde ambos (desarrollo organizativo y formación intelectual o conceptual) parecen ir de la mano. En Yonke noto lo siguiente: la logística empresarial (ventas, negociación, contratos, búsqueda de financiamiento, etcétera) depende de Iván; Itzel y Adriana desarrollan el trabajo más cultural y el relacionado con sus proyectos personales –aunque respaldados por el grupo–, pero su participación en el funcionamiento de Yonke como empresa es parcial²¹⁰. Por su parte, la contribución de César, «Sajjad», parece coyuntural, apegada a su vocación musical. Los roles me parecen claramente definidos²¹¹ a pesar de que desde un principio se plantearon la rotación de cargos: por ejemplo, cada uno de ellos tendría que ocupar la dirección por plazos de tres meses. Hasta el momento, Iván es quien ha conservado la dirección, después de que la ejerciera Adriana por primera vez. Considero que algo más diferencia a Yonke del resto de los grupos: para arrancar su proyecto realizaron una aportación económica o en equipo (computadoras, cámaras, etc.).

El siguiente extracto de la entrevista muestra precisamente la dificultad que han tenido para definir una dinámica de trabajo, pero también que han vivido un proceso de sucesivos ajustes que los ha hecho madurar en su organización. Sin duda, en cualquier grupo los problemas entre los miembros afectan la dinámica grupal, pero no hay ningún elemento que me haga pensar que este deterioro de relaciones se ha dado en Yonke:

IVÁN: Empezamos con una idea original que era el todos involucrarse en un proyecto económico vinculado con lo artístico entonces fue decayendo porque nadie fuimos capaces de tomar ese riesgo, digamos como bien difícil, o sea atreverse a apostarle «ahora voy a ser empresario y voy a vender y a moverse»...

²¹⁰ Es por esto que la profesionalización la refieren a otro nivel: «...lo que nos gustaría ver es más crecimiento en cuanto al profesionalismo como la onda ésta de aprender de lo que haces y saber fundamentar lo que dices».

²¹¹ Que las responsabilidades estén definidas puede ser contraproducente porque los grupos pueden formar espontáneamente modelos eficaces de comunicación y trabajo si hay un periodo prolongado de comunicación ilimitada antes que la estructura se haga permanente (Klein, 1975:31). Creo que requerirían extender ese periodo de prueba, pero también entiendo que los compromisos laborales y las necesidades económicas ejercen una presión muy fuerte sobre el grupo que se lo impide.

SAJJAD: Porque por x razón o circunstancias no siempre te es posible involucrarte de lleno en la organización, en mi caso yo tengo una carrera... yo tengo un trabajo; Adriana también tiene un empleo donde está atada de alguna manera²¹²; en el caso de Itzel pues cuando cambió la dinámica se pudo involucrar... Iván era el que tenía más tiempo disponible, tiene su ocupación, aunque no una ocupación cotidiana... su trabajo era aquí... aquí vive, aquí duerme [risas]...

ITZEL: la verdad, yo siento que nos ha ido muy bien también a lo que le hemos podido invertir, nos ha ido muy bien, hay mucha credibilidad en nuestro trabajo, y nos hemos esforzado mucho en que así sea, ¿no? A lo mejor nosotros internamente nos hacemos pedazos y nos damos cuenta de nuestras fallas y nunca las dejamos de ver, intentamos que la siguiente sea mejor, pero intentamos hacer nuestro mejor esfuerzo de que lo que salga al exterior es lo mejor que pudimos hacer, nunca es totalmente lo mejor pero sí lo más que se pueda. Entonces esa serie de cosas nos hace avanzar y eso no cambia, pero lo que sí nos ha quedado es cómo lograrlo. Entonces, como dice Iván, ha sido como un largo trayecto; como dice Adriana, nuestra participación también ha sido un largo trayecto...

Percibo también que los intereses personales son muy fuertes en el grupo, a veces más que los colectivos. Esto también puede constituirse en una fuente de problemas. Al mismo tiempo, hay suficientes reflexiones sobre lo estratégico que resulta el trabajo en equipo para contar con apoyos y cumplir objetivos que redunden en beneficios grupales e individuales. Por ejemplo, Itzel fue invitada a participar en InSite, pero no Yonke Art. Sin embargo, la participación de Itzel beneficia al grupo porque ellos colaboran también de manera directa e indirecta en su propuesta; amplían sus relaciones sociales al entrar en contacto con los artistas visitantes de InSite y al adentrarse a la manera de trabajar de una institución binacional de sus características; y, finalmente, es factible que el grupo sea reconocido como la plataforma de apoyo que es para la artista.

ADRIANA: La clave está en que teníamos y seguimos teniendo claro cuál es nuestra meta y sigue siendo la misma. Va cambiando un poco pero sigue siendo lo mismo, no estamos perdidos en cuanto a lo que queremos hacer dentro de nuestra vida profesional... no queremos dejar de seguir produciendo nuestros proyectos personales no lucrativos y queremos que nuestras mismas experiencias individuales y colectivas sean nuestro mismo sustento para pedir becas, para ta-ta-tá, o sea no es lo mismo ser «Fulanita de Tal»... que ser una organización donde te respalda una serie de trabajo grupal donde tienes una solidez mayor para cualquier proyecto, o sea no tienes que empezar así de «sí yo me lo aviento a ver cómo le hago...» o sea ya tienes una red de trabajo que si a lo mejor lo puedes organizar en círculos, él que está de lleno [Iván], una serie de colaboradores que también son parte, entonces también tus proyectos pueden crecer más puedes ser más ambicioso en tus metas porque ya tienes un respaldo como grupal, pero también yo creo que en lo personal cada quien tiene proyectos individuales que están dentro de Yonke que a todo mundo le quedan bien claros; lo que todavía no nos queda claro y que está en movimiento es cómo hacerlo que funcione en el mundo real, factible.

²¹² El trabajo que realiza en Zu33, la productora de San Diego.

...

ITZEL: ...como el siguiente paso de algo bien básico que es dejar de ser una persona haciendo y convertirte en un equipo, bueno, en mi experiencia es totalmente más enriquecedor trabajar en equipo... entonces es la posibilidad de siempre contar con un equipo de trabajo porque puede sonar así como «¡ay son mis amigos!», pero no con cualquier persona puedes trabajar y no porque tengas como mañas de trabajo, que también se forman hábitos y formas específicas de cómo te gusta que funcionen las cosas, pero más bien también un compromiso común que a esta persona también le interesa lo mismo que a ti te interesa y que por eso sabes que se va a desvelar, se va a quedar, no va a comer y va a ser solidario con ese objetivo común; o sea no es un proyecto propio en donde invitas a alguien que participe y del cual tú siempre eres el responsable y la otra persona pudiera moverse y no tienes nada qué decirle porque no le estás pagando, ni nada, fue voluntario. Aquí sigue siendo [el trabajo] voluntario. A lo mejor la mayoría de las cosas que hacemos no nos generan ingresos [risas], pero ya no es algo nada más tuyo sino ya es un grupo que te respalda y que siempre cuentas con ellos. A mí se me hace chido, pero lo digo nada más por mí, no lo digo por todos.

Itzel hace énfasis en el carácter voluntario del trabajo que realizan, lo cual es resultado del compromiso grupal que han establecido hacia el proyecto, Yonke Art, pero también entre ellos, como equipo. Cuando al principio de este apartado decía que el compromiso es esencial para la vida de un grupo me refería a esto. Como he expuesto, es posible identificar diversos puntos de conflicto en Yonke que no han desmembrado al grupo base, lo cual se debe a que siguen compartiendo una visión de su propuesta, y a que están comprometidos con ella.

Reconozco un cambio en su desenvolvimiento como artistas, de manera individual, que por supuesto repercute en el grupo: observo una importante evolución que a grandes rasgos se presenta en 4 etapas: (1) su periodo inicial en Bola 8 y en la casa «La Locura»; (2) el boom de Nortec y su colaboración cercana al colectivo; (3) la formación de Yonke Art como una estrategia de separación de Nortec y de búsqueda de una identidad artística, y (4) el periodo actual de consolidación y reconocimiento del grupo. Este ha sido el proceso que en particular ha seguido Iván, quien en relativamente poco tiempo ha cambiado su *postura ante la vida*: de ser un chico punk, líder del grupo musical Beam y estudiante de Humanidades, a contraer el compromiso de estar al frente de Yonke Art, con todo lo que ha implicado. Ahora Iván trabaja con clientes, paga las cuentas, solicita becas, desarrolla proyectos, produce y busca la mejor manera para hacer todo esto.

Otros que también están muy comprometidos con su proyecto son los de Bulbo. Con todo y eso, su compromiso no implica trabajar gratis o sin recibir ingresos: al contrario, quieren que su proyecto sea autofinanciable, sólo que parecen ser más pacientes que los de Yonke respecto al desenvolvimiento económico de su proyecto. Esto me parece que puede ser interpretado de la siguiente manera: a) la organización ha funcionado conforme lo han previsto, por lo que no han tenido problemas económicos inesperados que los hayan desestabilizado (laboral y psicológicamente); 2) por lo anterior, hay la confianza entre los miembros del grupo de que la situación actual (el no contar con un ingreso económico fijo) es temporal.

JOSÉ LUIS:... ha sido como más importante invertirle con trabajo, con esfuerzo, con ideas y con todo lo que puedas tú hacer que tanto como pensar esto me va a reeditar... ahorita. Entonces, sobre ese entendido, ha sido gradual y ha ido creciendo, también mucho, y a la vez, sí ves que va a ser posible que te pueda dar para vivir bien o vivir y tener tus gastos, pero es algo gradual, que estamos construyendo....

Que no se olvide tu objetivo así, último ¿no?, que es lo de todo en conjunto. Y que bueno, en mi caso, por ejemplo, yo estoy consciente que lo que se ha hecho yo sólo no lo hubiera podido haber hecho; o sea, ni teniendo una súper beca con la que contratara mucha gente, o sea, no. Ni teniendo la inversión de fulanita ni tú contratando a la gente se hubiera logrado.

...

PAOLA:...siempre dicen ahí vienen los de Bulbo, igual y somos dos, pero así como que los de Bulbo, los de las camisetas rojas...

JOSÉ LUIS:...donde estaría, desde mi punto de vista, el meollo del asunto es que sí tienes que sacrificar ciertas aspiraciones personales [para pertenecer a Bulbo]. O sea, yo ser, proyectarme, o sea ver a Bulbo como un medio para yo proyectarme, creo que alguien con una visión así no podría encajar [en Bulbo], se me hace que estaría difícil, o [decir] «vengo a ganar lana a Bulbo» [risas].

Antes, cuando expuse las características de Bulbo, comenté que había un trasfondo espiritual que ha fortalecido su unidad. Su organización refleja esta «sensibilidad»:

PAOLA: Pues yo creo que algo que, que siempre decimos cuando le platicas a alguien... que Bulbo, que Galatea, que los videos, y que el cine, y que esto y que aquello, o sea sí les cuento que aunque no halla dinero, o sea, no ahorita, yo no cambiaría por nada del mundo lo que hago y con la gente que lo hago porque puedes, o sea podemos, trabajar con gente que tenemos un objetivo en común... o sea no es yo, por lo que me va a dar a mí, sino que todo es un objetivo común y lograr eso... [que] puedas pelearte, enojarte... tener diferencias, pero perdonarte por ese objetivo en común, y porque, o sea hay cariño, o sea no es nada más el trabajo, no es Bulbo, no es crear o ser un camarógrafo o lo que sea, sino es, como que hay un cariño, como que es como la goma que nos mantiene unidos...

Como humano, como humano, o sea, más bien lo valioso es qué tan lejos podemos llegar como comunidad, como grupo, más que los logros que te pueda traer, inclusive yo creo que lo de los logros está bien raro, porque todas las cosas que están pasando ahorita las podemos interpretar como logros, que pueden ser algunas cosas económicas, algunos logros de prestigio, incluso personal, pero ni siquiera los contemplaste, se han dado y es como que vas avanzando a algo, a terreno desconocido... entonces eso implica valor y yo creo que mucha gente se queda a veces con ganas de hacer algo por el temor de enfrentar, que no sabes en qué va a acabar. Igual dentro de dos meses acabamos golpeándonos, pero por lo pronto lo hemos sostenido y es un esfuerzo de todos, se me hace que eso es de las cosas más valiosas para mí.

...Como, ¿sí sabes?... no recuerdas el paisaje más bonito sino la cuesta que te costó más trabajo subir; sino, por ejemplo, el [estar en canal] 22 sería un paisaje muy bonito, que sí es muy bonito, pero lo que más adentro traemos es lo que más trabajo costó, ¿no?... A mí de las cosas que más valiosas se me hacen es como las emociones que te despierta estar aquí, o sea, porque todo el día, aunque estés aquí encerrado, estás viviendo emociones... súper feliz hasta un ataque de odio, hasta celos, hasta envidia, y luego alegría, o sea todo así pas, pas, pas, pas, pas, y como que son tantas emociones que es lo que impulsa a estar así como pensando, ¿no? qué vamos a hacer y no sé qué, y luego —o sea, ese es el primer paso, ¿no?, como que mucha emoción— y después pensar que todo lo puedes hacer... darnos cuenta que todo lo que nos hemos imaginado lo podemos hacer, eso se me hace así como lo más valioso de estar aquí, ¿no? que si algún día alguien se imaginó un programa de televisión, ya está; que si alguien se imaginó que quiero tener una revista, ya está; y si alguien dijo hay que hacer un disco, ya hicimos un CD. Como que tienes una bola de locos apoyándote... como si tuviéramos el poder de que lo que nos imaginamos lo hacemos. Y otra cosa es que siempre sientes que tienes mucha libertad, o sea, así como que todo se puede... es un sentimiento constante de libertad, que igual y tiene su precio, que es estar en una olla express [risas, se refiere a la oficina, que es muy pequeña]... Porque te das cuenta que el único que está con la preocupación eres tú, ¿no?, o sea, nadie te está aplastando, más que tú mismo ¿no?

De nuevo manifiestan que en Bulbo, actualmente, no hay dinero, pero también lo que antes decía: «no hay dinero, *no ahorita*». Esto refleja la confianza en su trabajo, sin duda, y aún más, en su organización. Otra cosa: hay un objetivo común, pero sobre todo, hay cariño; están los lazos de amistad y una historia personal que los vincula con fuertes lazos afectivos. El principal logro de Bulbo, el que ellos más valoran, es estar trabajando con valentía: han tomado riesgos y se han atrevido a «recorrer nuevos caminos». El principal reto ha sido el resolver los problemas de la convivencia diaria: el estrés provocado por las dimensiones del espacio en el que trabajan; la presión por cumplir con los tiempos previstos; el no contar con un ingreso fijo; la búsqueda de clientes; la producción; el proceso creativo, etc.

La organización de Nortec es diferente a las expuestas anteriormente, la de Yonke y de la Bulbo. De principio, parece más jerarquizada, estable y consolidada.

Para realizar el grupo focal con ellos –el último que llevé a cabo--, fue necesario que encontráramos un fin de semana en el que no tuvieran presentaciones fuera de la ciudad, y en el que Jorge Verdín pudiera venir de visita a Tijuana. Este fin de semana fue el del 10 de mayo, día de las madres. A última hora hubo un cambio de lugar: de casa de Pedro Beas a casa de Pepe Mogt (ambas ubicadas en Playas de Tijuana, una zona donde viven personas de clase alta, media-alta y media). La razón del traslado fue que Pepe tenía que cuidar a sus niños –Mateo, de dos años, y Germán, de uno--, quienes durante la entrevista hicieron notar su presencia: se acercaron con curiosidad a la sala donde tuvimos la reunión; prendieron y apagaron las luces; salieron a jugar al patio, de donde se escuchaban sus risas y gritos. Pedro, Jorge y Pepe tenían poco tiempo disponible –debido a compromisos familiares-- por lo que la entrevista no podía durar más de 2 horas. Me hicieron hincapié, sobre todo Pedro, en que irían al «grano» en sus respuestas y así lo hicieron.

Durante la entrevista, Pedro respondió casi todas las preguntas de la primera sección del grupo focal. Fue preciso y no se explayó en sus respuestas. Pero, paulatinamente, Jorge fue tomando la palabra y fue quien dedicó mayor tiempo a relatar la vida del colectivo y sus percepciones. Pepe participó poco, y me pareció que estaba más interesado o preocupado porque se cumplieran los tiempos del grupo focal, porque enseguida tenía un compromiso familiar. La entrevista duró cerca de una hora y 30 minutos.

El eje central de la organización de Nortec es el sello discográfico independiente Mil Records, dirigido por Pepe Mogt:

PEDRO: bueno, creo que aquí debemos hablar de Mil Records como una compañía independiente. Lo que tiene Mil Records es que somos nosotros. Nosotros somos esta organización que existe con los miembros Nortec en donde inclusive se invita a gente de otros lugares a editar con el sello... Pepe es el que se encarga ahí de dirigir los destinos de Mil Records... Mil Records viene siendo esta organización o este pequeño sello disquero que intenta canalizar todo lo que estamos produciendo en cuanto a música electrónica independientemente de Nortec.

JORGE: ...yo como no queriendo, soy como el diseñador de casa, de Mil Records²¹³, simplemente porque no le doy chance [a Pepe de] que trabaje con otra gente, pero Pepe también entra en lo que viene siendo como dirección de arte, siendo que no es director

²¹³ Esto lo dice porque además es el diseñador de las portadas de los discos de Mil Records. Es importante aclarar que por estos trabajos no percibe honorarios.

de arte, pero se le ocurre una idea [y le digo] «¡estás bien mal!» [Risas], y ya nos vamos por otra parte, pero siempre como salen ideas y como que de ahí como que las trabajamos para ver cómo darle la identidad a la música. Entonces es una manera como muy... muy orgánica de trabajar, de que no está todo jerarquizado, así como «¡ay, yo soy diseñador, no te metas en mi jale, no...»... en Mil Records hay una democracia, todos opinan... no es una dicta-dura, es una dicta-blanda [risas] es como Mussolini y 5 dictadores, imagínate [risas]... Y es una de las cosas que a mí se me hace increíble que todavía nos sigamos viendo las caras porque todos tenemos personalidades muy diferentes y todos tenemos «Mussolinis» adentro... no sé cómo le hemos hecho para seguirnos manteniendo porque es casi imposible estar [en un grupo] cuando cinco personas tienen tantas diferencias personales, pero al final de cuentas ahí la llevamos como no queriendo, pero siempre es como una democracia donde todo mundo opina y todo mundo va sugiriendo cosas, pues.

Primero: hay un contraste evidente en la manera en que exponen Pedro y Jorge a Mil Records. Pedro en entrevistas suele ser mucho más formal y solemne de lo que es en una conversación cotidiana, y generalmente no toma riesgos en lo que dice, como aquí, en su descripción de Mil Records. En cambio, Jorge, por lo general, en todas sus respuestas en el grupo focal, expresó un comentario gracioso; bromeó con sus compañeros, y fue sarcástico; así introdujo a la dinámica *algo* que no sólo rompió con la seriedad del encuentro, sino que dio paso a que se manifestara el modo habitual en que ellos se relacionan. Esta forma de «llevarse» me parece que es un rasgo distintivo de la personalidad del norteno y del tijuaneño: la «carrilla», la cual consiste en aludir (de manera reiterada y constante) a un sinnúmero de situaciones y detalles, positivos y negativos, de la vida de una persona con el propósito de reírse colectivamente. Pueden ser objeto de carrilla las debilidades del carácter; las desventuras y los fracasos; el éxito, el prestigio y el reconocimiento; la complexión física, las amistades, la profesión, etc. Me parece que ésta es una manera de relacionarse entre los nortenos porque se espera que quien reciba la carrilla, responda de la misma manera. Dar y responder a la carrilla requiere de mucha inventiva y «cabeza fría», de tal suerte que hay gente «buena para la carrilla» (el «carrilludo») porque sabe darla y recibirla. Por último, la carrilla no tiene como fin llegar al pleito o a la confrontación, sino establecer una relación y disfrutar la convivencia, por lo que quien la recibe y aguanta, paradójicamente, puede considerarse aceptado dentro del grupo.

Al darle «identidad a la música» le dan identidad a su grupo, en la cual hay tres componentes que entran en juego: la adscripción, la estrategia y la visión del grupo. La afinidad de estos factores son los que les han permitido resolver sus diferencias, incluso de personalidad (de «dictadores») para seguir avanzando como grupo, y crear un entorno de cooperación (de «dictablandos» o de mayor democracia).

Su dinámica de trabajo entró en un proceso de maduración y consolidación a partir de los momentos de crisis que han tenido, tales como la separación de dos de sus miembros y el conflicto con la disquera anterior, Palm Records. Es en estos trances cuando se requiere de la capacidad de alguno de los miembros para mantener la estabilidad, generar la fuerza para resistir la alteración en condiciones de frustración y provocar la cohesión emocional y laboral del grupo (Klein, 1975). Considero que Pepe es quien posiblemente desempeña este papel en Nortec, y quien por lo mismo, ejerce mayor autoridad:

PEPE: También ha habido momentos difíciles en el colectivo, ha habido momentos muy difíciles de decisiones importantes, como el hecho de sacar a 2 miembros del colectivo por diferencias de enfoque y visión. Creo que en su momento fueron crisis porque era difícil tomar esa decisión pero una vez que tomamos esas decisiones y las tomamos de manera unánime, y después de pasar la tormenta, creo que el grupo se unió todavía mucho más porque sabíamos que teníamos que demostrar más cosas, teníamos que hacer más cosas, teníamos que llenar ese hueco, pero también sabíamos que teníamos que seguir unidos para seguir siendo el colectivo Nortec, y bueno la muestra está que acá estamos todavía, y viene el disco nuevo por salir, pero sí ha habido momentos difíciles y como esos ha habido muchos.

...

PEDRO: ahora ha habido muchas cuestiones civiles también sobre el rompimiento con nuestra antigua compañía disquera, el tener nuevas opciones [de disquera], todo esto, han sido cosas que son cuestiones difíciles, que son cosas que hay que hacer juntos, y platicarlo, y no son nada más la fiesta...

JORGE: La otra [razón de unión] como que también es muy significativa, es el hecho de que por broncas de contrato que no podíamos sacar música como Nortec con la disquera, pues entonces como que teníamos que ver pues para dónde, por dónde íbamos a enfocar nuestras ideas musicales, porque queríamos seguir haciendo música pero no podemos seguirlo haciendo bajo la rúbrica de Nortec. Entonces empezamos todos a trabajar sobre nuestros proyectos individuales y lo que para mí es curioso es que muchas veces, digamos que estás en un grupo y decides que vas a sacar un disco de solista, por decirlo así, no lo vas a hacer con la misma bola de güeyes de siempre, entonces lo haces tú por tu parte, y aquí dentro de Nortec como que se formó un como subgrupo de los que son los proyectos alternos de Nortec y teniendo a Mil Records como el sello de base, estamos encaminando esos proyectos alternos a Nortec por medio del mismo sello,

impulsando básicamente la producción del mismo grupo de gente que tocamos juntos. Es la misma cosa nomás que no tocamos Nortec, pero eso para mí es bastante significativo porque en vez de que dijéramos «ya no quiero estarle viendo la cara a estos güeyes» terminas trabajando con las mismas personas porque es como un ciclo de retroalimentación donde estás tomando ideas y circulando ideas en dos diferentes planos, y yo creo que eso es algo que nos ha ayudado mucho, y eso también nos ha unificado mucho... seguimos valorando las expresiones musicales de los demás y las opiniones de los demás, y trabajando en un grupo dentro de un grupo, y eso pues es realmente enternecedor [risas].

De nuevo me parece que resalta el hecho de que la unidad de los grupos radica sí en compartir una visión y objetivos para el desarrollo de un proyecto, pero en especial, en los aspectos identitarios: en la historia común, en las afinidades musicales y en el estilo de vida, principalmente. El comentario de Pepe muestra su actitud de líder dentro del grupo, su capacidad para mantener la cohesión y para encabezar la toma de decisiones. Es importante subrayar que los acuerdos que han tomado y que han afectado a Nortec han sido el resultado de deliberaciones grupales; pero, quien ha tenido que comunicar o expresar las decisiones al exterior del grupo ha sido, la mayoría de las veces, Pepe Mogt. Así ocurrió, por ejemplo, en la expulsión de Terrestre y Plankton Man.

Cada uno de los grupos tiene una personalidad muy definida que como he comentado ya en varias ocasiones se expresó en la dinámica grupal. El orden en Bulbo; la preocupación por un modelo de organización propio y por el dinero en Yonke; la eficiencia y control en Nortec. Radio Global también posee una personalidad grupal que contrasta con la del resto de los grupos.

El grupo focal de Radio Global se llevó a cabo en la casa de Elías Mora, la cual se encuentra en la parte baja de una residencia del fraccionamiento Chapultepec, en la misma colonia en que Bulbo tiene su oficina. Para la reunión compraron vino tinto, refrescos y cigarros. Además, invitaron a que participaran a dos de sus más cercanos colaboradores: Efrén Miranda y Poncho Muriedas. Cuando hablamos de los antecedentes personales de cada uno de los integrantes de Radio Global, Efrén y Poncho también expusieron los suyos y los de sus proyectos, *Sube/baja* y *Kimika*; pero el resto del tiempo permanecieron callados, razón por la que en la primera oportunidad que tuvieron, abandonaron la sesión. Esta situación me permitió verificar que el grupo Radio Global está compuesto sólo por cuatro personas, no obstante lo cercano que pueden ser sus colaboradores –

sobre esto ahondaré más adelante--. Percibo, además, que no distinguieron entre una entrevista a un medio de comunicación y un grupo focal para una investigación académica. Para ellos, la entrevista representa la oportunidad para recibir publicidad y para ganar presencia, y creo que también por eso invitaron a sus colaboradores.

Quienes más participaron en el grupo focal fueron Elías y Eduardo. El «Fab» y el «Wero» lo hicieron un poco menos, pero el «Fab» intervino siempre que fue necesario establecer la posición de Radio Global con respecto a otros grupos y para hablar de su organización. Esto es: quienes más relataron sobre la historia del grupo fueron Elías y Eduardo, pero el enfoque del grupo fue expuesto por el «Fab», quien cumple las funciones de coordinador.

La dinámica estuvo aderezada de muchos momentos graciosos, lo cual ocasionó que la entrevista se prolongara por cerca de cuatro horas. Fue la más larga de todas; y la más difícil de transcribir debido a que muchas situaciones graciosas estuvieron relacionadas con el espacio, con los juguetes que pusieron sobre la mesa, con el intercambio de objetos, con las carrillas, etc. El «Fab» mantuvo una actitud más seria y formal que el resto del grupo, pero en general estuvieron alegres, abiertos, sin ninguna estrategia aparente.

Al final de la sesión, me ofrecieron una disculpa por lo disperso de su comportamiento durante la sesión. Considero que la dinámica que mostraron no se debió a una falta de interés en la entrevista (de hecho, fueron muy participativos), sino a que así suelen trabajar. Esa es su forma de llegar a acuerdos y conducir su proyecto. No son irresponsables en lo que dicen ni mucho menos en su proyecto, aunque a más de alguno sus *formas* le harían pensar que lo son.

Los de Radio Global han ido forjando su proyecto sobre la marcha, y asumiendo responsabilidades que no consideraron en un principio. Cuando les pregunté por su estrategia de trabajo respondieron:

EDUARDO: ¡eso es lo que lo que queremos!, lo que estamos haciendo ahorita... [Risas]

FAB: ¡es lo que urge!, ¿no?, tener una planeación por semana... lo que sigue, esto y lo otro, dividir el trabajo y [que] cada quien haga lo suyo.

ELÍAS: Y, si ocupamos algo que no podamos hacer –porque hay cosas que no podemos hacer--, contratar a gente que sabemos que lo hace...

FAB: la principal dificultad que tenemos es el tiempo y el dinero... [Risas]

En estos momentos, para Radio Global es muy importante tener un plan de trabajo. Veo que ponen mucha atención en la manera de trabajar de otros grupos que han tomado como modelos, en particular Bulbo y Yonke Art:

FAB: Bulbo... como que tiene una dinámica y una seriedad... en cuanto a lo que quieren llegar, y yo admiro eso de ellos porque para mí, por ejemplo, se me ha hecho muy difícil ser constante, o ser orientado a metas... en lo personal, es lo que yo admiro de ellos... ¿quién más? Yonke, ahora que los conozco más es gente increíble, además he estado platicando con... conocí al administrador de Yonke, ¿cómo se llama?... y me estaba platicando de la forma en que ellos se administran y todo eso y dije órale... a mí también me gustaría poder aplicar algo así... Yonke ha sido una de las sorpresas más recientes de su organización... tanto por el lado comercial, como por el lado... ¿quién más? Nortec, lo que pienso como colectivo ya lo mencioné, ¿no?, fue un detonador, ¿no?... También está Static, que es de las mejores disqueras del país, y ¡que esté aquí en Tijuana!...

ELÍAS: A mí me gusta mucho, porque tienen una onda de diseño gráfico...

Otros grupos y personas a quienes admiran por su organización son Jhoana Mora, quien ha logrado traer al evento de diseño gráfico «Esquina Norte» a muchos de los más destacados diseñadores en el ámbito internacional; y a los de «Mil por el rock local», organización de promoción del rock tijuanense encabezada por Roberto Partida Sandoval. Este grupo tuvo un programa de radio en Radio Global, pero por cuestiones no resueltas de espacio virtual y físico²¹⁴ tuvieron que salir de la programación. La relación continúa sin ningún tipo de fricciones, y de hecho, la primera entrevista de Radio Global con un medio de comunicación fue realizada por Roberto para el semanario *Zeta*, en donde colabora como reportero de espectáculos.

Considero que la organización de Radio Global no puede entenderse sin hablar de sus colaboradores, por lo que en la siguiente sección abordo más sobre ella. Su dinámica se refleja en la medida en que integran el trabajo de sus colaboradores, lo cual no sucede en el resto de los grupos.

²¹⁴ La conexión de Internet se saturaba de tantas personas que se conectaban en sus transmisiones, y los fans de los grupos de rock locales llenaban la oficina y los pasillos del edificio donde se ubican. Con el ajetreo, el equipo de diseñadores que estaba en la oficina no podía trabajar tampoco. Además, y esto es algo que sólo se insinuó en la entrevista, las transmisiones eran de rock, y hasta ahora el perfil de la estación está más orientado a la electrónica.

Me parece que todos los grupos denotan un cambio en la manera de percibir a la organización. Este cambio, no obstante, no ha sido rápido ni continuo. Los de Bulbo consideran que aún en este momento la organización sigue siendo un tema «uncool»:

JOSÉ LUIS: ...como que nosotros, por lo que hemos aprendido –esto no lo leímos de libros o a lo mejor sí es de libros, pero lo hemos llevado a cabo--, es el que ya sea que vayas a hacer un documental de tres mil dólares o vayamos a hacer un intercambio en el que yo paso tu anuncio y tú me pones en tus flyers, no se puede quedar en cosas habladas, hay que firmar, aunque sea una servilleta... ajá, vamos a firmar y ésta es la fecha en la que yo voy a entregar, y como que muchos se quedan así de que «¡ay güey, lo firmo!, o sea ¿para qué?», es así como algo... pues como que muchos se sacan de onda y es algo que nosotros tratamos de hacer porque, pues por... para dar más seguridad, para que a mí no se me olvide ni a ti se te olvide y así te pueden exigir y tú puedes exigir porque si todo es hablado de compas y todo eso, a la hora de que dices «oye, ¿qué onda?» o sea... y no ocupa ser algo grande...»...

JOSÉ LUIS: A mí me da la impresión de que, como que hay cierta, o sea, me da la impresión de que cuando se habla de organización en grupos artísticos como que hay aversión a «vamos a organizar, vamos a hacer bien las cosas organizadas, comprometiéndonos», ahí es donde a veces puede haber fricciones. Incluso, hemos tenido de casos de gente con la que vamos a colaborar y a la hora de llegar a esos acuerdos y compromisos... y tú presionas [y les dices] «¿cómo vamos cumpliendo?», «y yo me encargo de esto», y lo hago, [y les pregunto] «¿ya hiciste tu parte?», [y la respuesta es:] «No, no la he hecho». Ahí creo sería una característica [de los artistas de Tijuana], no puedo generalizar porque es una percepción que yo tengo en lo personal de que organizarse no es cool, pues...

CARLA: o sacar una formita y firmarla, no es cool.

JOSÉ LUIS: O más bien piensan como que no es necesario... y hay mucha gente que tiene como grandes proyectos pero están esperando el apoyo para el proyecto, pero se pueden quedar allí. Ese fenómeno de que haya colectivos que duran poco tiempo y luego se deshacen pues está hablando de que no funcionaron, no se organizaron bien, o hubo problemas de ego, de aspiraciones autorales por encima del grupo, «¡ay, ¿por qué lo entrevistaron a él y no mí?, ¿por qué ellos seis están en la mesa y no nosotros seis?»²¹⁵. Si empieza a haber ese tipo de envidias dentro de un colectivo, no va a avanzar.

Otros perciben que el momento para organizarse y ser más profesionales ha llegado. De nuevo, creo que sus comentarios son el reflejo de sus historias personales y grupales. Por ejemplo, a algunos la visión económica y comercial de los proyectos artísticos les parece que ha generado conflictos entre los artistas.

IVÁN: Yo veo ahorita como un momento bien importante a nivel ciudad... creo que son realmente muy pocos [los artistas] profesionales... está Blancarte, Julio Orozco, Tania

²¹⁵ Aquí se refieren particularmente a que sólo 6 integrantes de Bulbo participaron en el grupo focal, y el resto del equipo, por los menos 5 personas, continuaron, ahí mismo, en la oficina, trabajando.

Candiani... pero la mayoría no era profesional... [Éramos] impuntuales, informales, con poco interés en el sentido de hacer una carrera profesional en ese nivel ¿no?... y ahorita estamos en una época digamos de transición en la que el artista descubre y surge ese interés, y tiene mucho que ver lo de Nortec ¿no?

...

SAJJAD: Qué curioso que en un principio cuando no había dinero todo era muy fraternal, muy comprometido el trabajo; después que llega la necesidad del dinero, ya hay una profesionalización, y ya no existe esa fraternidad; no del todo, ni pudiera generalizar...

Sin duda la competencia se ha agudizado, pero me parece un poco ilusorio pensar que antes no existía rivalidad en la comunidad artística y que las relaciones eran «fraternales». Aún así, en particular los de Yonke coincidieron en que prefieren el rol del artista que procura sus propios fondos a partir de vender servicios y de negociar ante instituciones, que perspectivas idealistas que censuraban su participación en actividades económicas. En conclusión, el modelo de artista contemporáneo les parece el de un ser humano más completo.

Acerca de la profesionalización en Tijuana, en particular la organización de los artistas, tanto «Sajjad» como Iván observan que ha habido un cambio en el mundo artístico tijuanense: uno subraya los cambios positivos en el medio; mientras que el otro, lo negativo que se ha generado a partir de la competencia por los recursos. Es interesante lo que comenta Iván, porque de nuevo su respuesta actúa como espejo de su evolución personal.



Imágenes 25 y 26. Nortec junto con la Banda Agua Caliente en el Cecut en la presentación del programa Fusiones el 29 de julio, 2004 (Fotos: Liliana Galván). Arriba: Panóptica, Fussible, Hiperboreal, Bostich y Clorofila. Abajo: Pepe Mogt (iz.) y Pedro Gabriel Beas (der.)



Redes sociales



Imagen 27. Público en presentación de Nortec, Jai Alai (Foto: Gonzalo González).

He dicho que las relaciones sociales que establecen los grupos de artistas son fundamentales en su producción. Además, implican la elección de un posicionamiento y, por tanto, una situación dentro de la red. Sin este proceso de selección de colaboradores no habría la construcción social de la alteridad y otredad para el grupo, es decir, un «nosotros» frente a «los otros».

Veo que para algunos son más importantes los contactos y vínculos que establecen fuera del contexto local, ya que cada vez dependen menos de éste; mientras que otros grupos son altamente dependientes de las relaciones sociales al nivel local. Por ejemplo Nortec cada vez requiere menos del apoyo de una red local...

PEDRO: Nosotros nos manejamos mucho como colectivo con promotores, con promotores que nos contratan [para ir] a tocar, desde México, desde Tijuana, Tecate, Ensenada, Los Ángeles, Sudamérica, Europa... entonces nuestras relaciones surgen a partir de eso, o sea de que nos llevan a tocar a un lugar y allá te encuentras con ciertos músicos o con ciertos djs con los que estableces algún tipo de diálogo... Ha tocado

mucho que vamos a Sudamérica y se acerca gente y «¡ah, mira este es un demo de mi grupo!» Así se hizo el disco de «Colores»²¹⁶.

Mientras que Radio Global depende, en primer lugar, de su capacidad para organizarse en sus tiempos libres, pero también del respaldo de sus colaboradores:

¿CÓMO COMPAGINAN SUS ACTIVIDADES DE TRABAJO CON RADIO GLOBAL?

ELÍAS: mi jale ha sido de «free lance», de diseñador... y en las tardes me dedico a esto [Radio Global]. De repente, como que vas calculando qué hay que hacer. Por ejemplo, si tenemos planeado hacer esto, llegar a estas metas, y cada quien nos repartimos [el trabajo], y luego lo vas haciendo...

EDUARDO: Sí, por la tarde-noche... pero me ha costado mucho trabajo por diferentes situaciones.

ELÍAS: Sí, tenemos trabajos y tenemos que sacar para pagar la renta, la luz, el pago del Internet, y todo, y como que eso nos detiene a hacer lo que realmente queremos y como queremos hacer nuestro trabajo porque muchas veces hacemos cosas que como las tenemos planeadas se hacen –es que a veces son exageradas– [risas], y salen y nos gustan, pero no están como realmente quisiéramos [risas]... El trabajo nos quita el tiempo, pero lo ocupamos porque de esos vivimos.

EDUARDO: Y en el mundo irreal y bonito no trabajaríamos y haríamos esto al 100%... yo sí lo haría...

FAB: por ejemplo, ellos tres [el «Wero», Elías y Eduardo] tiene trabajos, entonces a mí me toca de cierta forma ser el histérico, me toca ser el «no mames», o el que dice «por qué no están las cosas todavía», pero también a veces pienso que ellos tienen responsabilidades y otras cosas que hacer y me ha costado trabajo, todavía me cuesta poder entender y acoplarme a que ellos tienen también sus responsabilidades de trabajo, de casa, de cosas... y como dice Elías el hecho de que todo lo que hemos hecho con el 5% [de tiempo y recursos], sin trabajar horas corridas, y que aún así ha funcionado, y que lo que hemos hecho no ha sido tal y como lo imaginamos pero aún así hasta yo me he sorprendido de que haya funcionado y eso que no lo hemos hecho ni a la mitad de lo que nos lo imaginamos, pero va poco a poquito y va bien y... sí se va a llegar a ese punto de estar cualquiera de los cuatro nada más dedicados a Radio... ahí entran otros factores, ¿no? Gente que nos ayuda, Efrén que ha sido también un pilar muy importante para Radio Global, la verdad; para Supermarket nos juntamos con Poncho y con el «Caballo», porque Radio Global no hace eventos... y que en general contamos con bastante apoyo de afuera, eso también nos ha dado las bases para hacer las cosas y está muy bien.

EDUARDO: y es que como se ha dado, ha sido un fenómeno en el que mucha gente o muchos movimientos nos han visto como una manera de expresarse... como un canal muy especial.

El trabajo que Radio Global quisiera realizar, tanto en tiempos como en formas, no lo puede llevar a cabo en las circunstancias actuales de sus miembros, pues todos tienen que cumplir

²¹⁶ «Colores», Volumen 1, es una recopilación de proyectos de músicos electrónicos latinoamericanos.

compromisos laborales que los distraen de su proyecto personal. Entonces, una estrategia que han adoptado es la de abrir Radio Global a las participaciones de colaboradores, quienes los apoyan para realizar gran parte del trabajo que ellos no pueden ni están en condiciones de hacer, como por ejemplo mantener una programación musical diaria diferente y el trabajo de locución, elementos básicos de cualquier estación de radio.

Otro elemento destacable del fragmento anterior es que el «Fab» ha comprendido que su labor como coordinador es alentar a sus compañeros para que respeten los acuerdos de trabajo, pero al mismo tiempo, entender sus circunstancias personales. El «Fab» debe ejercer una presión moderada sobre sus compañeros porque de lo contrario podría crear tensiones excesivas en las relaciones intergrupales, que al final, debilitarían más al grupo.

Las colaboraciones que ha establecido Nortec con otros grupos en especial con los que también participan en esta investigación, son coyunturales y no esenciales en su organización:

PEDRO: Pues hemos colaborado con ellos en diferentes aspectos pero de manera espontánea de invitación de «oye –por ejemplo con Yonke-- vamos a hacer una fiesta, ¿no quieres tocar como Hiperboreal?», «Ah, cómo no, ahí voy», pero no es de que estemos haciendo juntas con ellos para ver una estrategia en común o planificar...

JORGE: Nada.

PEDRO: No, con Bulbo fue que querían armar algo sobre «Colores» y fueron con Pepe. «Oye, quiero armar un documental sobre lo de “Colores” y tú eres el que lo coordinaste», entonces «sobres, tráiganse sus camaritas, aquí platicamos»... o sea eso, o sea hay espíritu de colaboración pero no hay una coordinación y contactos telefónicos, no, no hay...

JORGE: si de por sí entre nosotros es una bronca para coordinarnos y estar jalando para el mismo lugar a la hora de que tenemos que juntarnos, ¡ahora juntar a otros!...

PEDRO: Total que tenemos divisiones y aunque compartimos muchas cosas con la gente de Bulbo, con la gente de Yonke, con la gente de Global también que ponen música, o sea sí nos da gusto que existan esos proyectos y creo que a ellos también les da gusto que esté Nortec pero así de que estemos en comunicación constante de «vamos a organizar, vamos a armar esto» realmente, no [en las fiestas que hemos hecho de Nortec les hemos dicho que] pongan sus stands y vendan sus cosillas, no sé, lo qué estén haciendo: videos, calcomanías, camisetas, lo que estén haciendo, «cáiganle, pónganse ahí», y ahí van, y se ponen, y se montan, ponen su stand, su manta, ahí van. En cierta manera es mucho mejor eso para que no se envíe el trabajo, y la expresión de todos los diferentes grupos, porque si no, ya después todo mundo [va parecer que] está haciendo la mismo.

JORGE: sí, ¡bien coordinadotes!...

Puedo establecer a partir de los comentarios de Radio Global y Nortec que hay varios tipos de colaboración, dos de ellas definidas de acuerdo a la periodicidad (eventual y constante) y dos por el tipo de tareas (precisa y general). Estos tipos se combinan, por lo que Nortec tiene en su mayoría colaboraciones eventuales y precisas con otros artistas; y Radio Global constantes-precisas, constantes-generales y eventuales-precisas.

Radio Global, por la naturaleza de su propuesta, ha establecido relaciones mucho más constantes y estrechas con otros grupos e individuos, incluso con rasgos de formalidad a pesar de no existir contratos de colaboración sino acuerdos verbales:

ELÍAS: Con Yonke ha sido como que muy poco... como que lo más reciente que hemos hecho apenas con ellos fueron unos videos para que nos ayudaran... que nos ayudan y nos prestaron las cámaras y nosotros también con el equipo que ahí tenemos y que les puede funcionar, se los prestamos... Llevamos relación con el «Chiquis» [Sajjad], con el «Güero» [Iván], con el Sal, y... este... en esto de Supermarket les dimos un montón de imágenes de Radio Global para que ellos mezclaran e hicieron cosas... también ellos están interesados en tener un programa de radio y... han sido más que nada relaciones de trabajo, de amistad y también de apoyo mutuo, y estos programas de Radio Global se han hecho porque ha sido gente que se ha acercado, y no estamos nosotros «ah, ellos no»... toda la gente que está en Radio Global es porque se ha acercado...

EDUARDO: Llegamos a tener problemas de que se llena la semana...

FAB: Por ejemplo, ¡ah fíjate! este UnCut quiere su programa, Yonke quiere su programa, Bulbo quiere un programa los de... este los de... es ¿cómo le hacemos ahora? gente llegando y ver que ya nos saturamos en el tiempo, [entonces] vamos a hacer los viernes programa por invitación, por ejemplo, «tú en junio tienes el viernes 5 y viernes 12 tu programa», «Bulbo tu programa va a ser así», porque queremos darle la rotación a todos, porque es la naturaleza...

ELÍAS: Es lo justo...

FAB: Es lo justo y... porque no estamos en la posibilidad de tener todo el día programa, durante todo el día, porque tenemos otras cosas que hacer, entonces hemos estado viendo la forma de cómo involucrar a toda la gente que se quiere involucrar... y con Yonke hay una relación un poco más allá porque está lo de los videos, porque quieren su programa...

ELÍAS: También con UnCut, por ejemplo ellos... vieron aquí el canal [de radio], se les hizo interesante, y llegaron «hey, qué onda, podemos poner nuestro programa», y «ah, OK, adelante», y lo hicieron con producción y todo, órale, hasta te llama la atención de que ellos llevan las entradas de audio muy bien, tienen una muy buena producción...

FAB: Sí, llegaron con un programa bien producido, bien editado... Ha llegado al punto en que yo me tengo que ir en la tarde y tengo que dejar la oficina sola y ellos llegan y acá... ese día, empieza a funcionar por sí solo...

¿CON BULBO ESTÁ LO DEL ANUNCIO, NO?

FAB: De hecho los únicos a quienes nos hemos acercado para pedirles que si quieren participar son Bulbo.

AH, OK

FAB: Un día yo fui con Bulbo a las oficinas y hablé con... Omar y le dije «¿sabes qué? tienen las puertas abiertas [con nosotros] por si quieren hacer un programa ahí, en Radio Global hay espacio», y este... a ellos les interesó, ellos nos dijeron que sí y ahorita estamos viendo lo del horario y todavía nos falta la siguiente junta para ver si se va a hacer o no... como que aparte, Bulbo, la verdad, nuestros respetos por lo que han hecho hasta ahorita... por su trabajo, es bastante respetable lo que hacen, la forma en la que lo hacen... no vemos igual las cosas pero nos han apoyado... son personas bien constantes, bien orientadas a metas, siempre lo logran y se les admira, se les admira bastante, y... y tenemos una buena relación ahí con ellos y pues nosotros nos acercamos a ellos y les dijimos «aquí esta Radio Global por si quieren hacer un programa»...

¿QUÉ RELACIÓN HAN TENIDO CON NORTEC?

FAB: Nortec... cuando nosotros empezamos Radio Global empezó a ganar cierta forma, cierta fuerza Nortec...

EDUARDO: Tuvimos un programa con Bostich y con Terrestre.

FAB: Pero ya los veíamos un poco lejos... tocando por aquí, tocando por allá, en otros lugares, sin tiempo, igual con necesidades económicas de otra onda, y... por lo menos, en lo personal, el no acercarme a ellos es [por] que ya andan en otro rollo, y al mismo tiempo había tanta gente por acá que quería escucharlos, y tenerlos ahí [en Radio Global] sería algo bien chingón para nosotros... fui en el 99, 2000 a verlos tocar... y cada vez los vemos más lejos y más arriba y, yo en lo personal, pienso: «Uta, si voy con estos batos me van a batear, me van a decir no», o no sé qué onda...

...

WERO: No se ha dado... siempre ha habido esa relación, pero no se ha traducido a un programa, a que vayan...

EDUARDO: Igual y nunca tratamos... igual si los invitamos ahora...

FAB: O quién sabe... [Risas]

EDUARDO: Hay que ver...

Como se aprecia, Radio Global mantiene buenas relaciones con Bulbo, Yonke y Nortec. Sin embargo, con el colectivo de música electrónica la relación ha sido más distante. Esto se debe a que ha habido desencuentros entre algunos de los colaboradores de Radio Global y Nortec. Me parece que el alejamiento entre Radio Global y Nortec se evidenció en Supermarket²¹⁷, un evento

²¹⁷ Se llevó a cabo el 3 de abril, 2004, en las instalaciones del Cortijo San José, en Playas de Tijuana. El lugar es uno de los espacios con que cuenta el Instituto Municipal de Arte y Cultura de Tijuana.

organizado por Radio Global en el que participaron (por invitación) prácticamente todos los proyectos realizados por jóvenes de Tijuana en cultura, arte, medios y música. El único ausente fue Nortec.

Observo, entonces, que conocen el trabajo de los otros grupos cercanos generacionalmente, y que existen distanciamientos entre ellos, aunque estos no se expresen de manera rotunda ni abierta. Esto se debe a que las identidades tanto de los grupos como de los individuos existen y subsisten *en y por* la diferencia, debido a que ocupan posiciones relativas en un espacio de relaciones, lo cual es el principio real de sus comportamientos (Bourdieu, 1997).

Los de Yonke fueron los únicos en hacer referencia directa a una red de apoyo formada por artistas. Aún así, hay diferentes percepciones sobre las relaciones, porque más que a nivel grupal éstas se han dado de manera personal y muchas son previas a los proyectos que ahora realizan:

ITZEL: ...con Bulbo creo que es la relación más lejana, en el sentido así de que...

ADRIANA: Para mí no, porque se generan los dos programas [Bulbo TV y Cultura a Cuadro de la UABC] al mismo tiempo, solamente con meses de diferencia, entonces era pedirse prestado para hacer las cosas de producción... y luego el foro también, porque era como que los dos nuevos productos fuera de los canales de transmisión y de generación [comercial]... porque no había una televisión pública impactante... Bulbo tiene otro fin y otra audiencia, ¿no?, pero eso me vinculaba mucho con ellos sobre todo en foros y en cómo hablar y en cómo reflexionar la nueva televisión local y nacional, y compartir los textos y libros, ¿no?, personalmente con José Luis, Omar y Carla echarnos la mano con textos o en foros estar sentados ahí, hablando, reflexionando todo eso y también el aprendizaje televisivo, porque era como una generación de compas, generación de la escuela y eso, y pues para mí sí es como natural porque también a Omar lo veo en la escuela [de Humanidades] como maestro y algunos de mis alumnos estaban en Bulbo y así, nosotros entrevistamos a unos para el programa y ellos nos entrevistaron a nosotros como producción...

IVÁN: ... Bulbo y nosotros... los de Bulbo son buenos amigos de nosotros desde hace años... es una onda generacional.

ITZEL: No, todos no, porque algunos son de reciente «adquisición»...

IVÁN: ...la Gaby, José Luis, Paola, «Pájaro» son mis amigos además... hay un interés por trabajar juntos porque ellos nos han invitado a participar en su programa de radio, de tele; no he descubierto ni creo que haya una rivalidad de opacamiento entre uno y otro sino lo contrario hay una relación de apoyo hay una distancia también –creo que hasta el momento sana--, como que cada quien de su lado trabajando y ya nos vinculamos para ciertas cosas... Bulbo [es] algo muy importante en la ciudad a nivel de producción...

Con Radio Global hay una relación un poco más estrecha en cuanto al trabajo... nos quieren invitar a su programa de radio y somos compas, nos hablamos... por ejemplo Efrén... es una persona muy importante... porque ha conseguido eventos, nos ha

conectado con gente... entonces yo creo que es una relación sana. Cuando queremos hacer diseños a veces vamos con los de Radio Global porque ahí hay mucho diseñador...

SAJJAD: Yo colaboro con Radio Global, tengo un programa ahí²¹⁸, y de repente me aparece ahí, ¿no?, y yo no soy miembro de Radio Global, pero tengo una presencia ahí...

ITZEL: Uuuuhhh, «pero tengo un programa» [risas].

SAJJAD: Tengo un programa [risas] y es muy padre poder colaborar desde afuera, y plasmar lo que a ti te gusta, ¿no? desde ese lado, yo creo que son muy positivos todos estos nexos que existen, ¿no?

...

SAJJAD: Yo creo que hay algo muy infantil, algo muy inocente que no hay en otros lugares, muchos de nosotros somos amigos de las fiestas, ¿no?, y ya después empezamos a ver el trabajo, y dentro de la fiesta o viendo a través de la fiesta y de la amistad el trabajo como que lo aprecias y no cierras las puertas [a otros artistas], existe esa admiración y respeto por el trabajo de los compañeros y cuando sabes que los vas a necesitar, les llamas... que cuando se consolidan se rompe un poco la relación, se compite.

ADRIANA: Yo creo que sí pero en particular con estos tres grupos [Bulbo, Nortec y Radio Global] que ya mencionaron, no. Yo creo que sí los hay con otros grupos, con otros artistas, con otros creadores, en otras áreas, pero en particular [con ellos], y mi experiencia personal, es que con la gente de esos tres grupos no tengo problemas... creo que no los hay.

Yonke Art y Nortec son los grupos que han compartido un integrante. Por esto Iván fue mucho más explícito en la descripción de su relación actual con el colectivo. Se enfocó particularmente a las relaciones que aún sostiene con los vjs. Antes comentó que «los problemas con Nortec fueron de autoría»:

IVÁN: En el caso de Nortec, yo era parte del colectivo de Nortec y ahora que ya no lo soy, hay una distancia más que por una pelea entre nosotros, creo que sí se ha trazado una línea importante de trabajo que divide sobre todo porque ha habido de Nortec, de cómo se consolida como un grupo específico, y hay que tener cuidado... yo quiero ser muy claro porque no quiero meterme en broncas con ellos, de yo estar haciendo mal uso del haber sido de Nortec, pues ya no soy de Nortec y pues aclaro, ¿no?, porque son mis amigos, pero sí como para diferenciar algo que sí ya genera problemas, porque Nortec sí está ya consolidado como una institución que ha consolidado a un grupo de gente específica, en un trabajo muy específico, que vende y es importante mantener una línea muy clara para mantener relaciones de amistad coherentes y también las relaciones de trabajo [aunque] yo todavía tengo la confianza de pedir un track para un video...

ADRIANA: Pero también hemos colaborado en eventos de Nortec, con instalación, con fotos, registrando el evento, hasta en la puerta de entrada [cobrando en eventos], ¿no?,

²¹⁸ «La hora del Jihad» es el nombre del programa. Los conductores son Abul Abbas y Ali Sheik Mohamed.

también es como un grupo de compas que también tiene una colaboración ya como un producto, ellos como Nortec y como compas te invitan a participar.

IVÁN: Con Nortec, específicamente... hubo rivalidades de trabajo pero finalmente supimos resolverlo y mantener una distancia bien sana de trabajo: Huicho se la pasa aquí usando la oficina para organizar el evento de Nortec que va a hacer, este concierto de Nortec [en Ensenada²¹⁹]. Usó la oficina de Yonke para terminar de realizar sus llamadas, tener aquí Internet, imprimir cosas y sacar casetes y mandar CDs, para imprimir, no sé, y es que [así somos] nosotros, [es] nuestra forma de trabajo. Con el «Checo», por ejemplo, hay la idea de retomarnos más adelante, otra vez trabajar juntos, no como Nortec sino en proyectos en común. Sé que está muy interesado en la producción de un documental, hay muchas cosas en común y una amistad en común que nos vincula.

Iván habla de que ha trazado un línea de separación entre su trabajo y el de Nortec por varias razones: para posicionarse en el mundo artístico con un proyecto diferente; para cuidar las relaciones de amistad; para mantener la confianza y el respeto entre los grupos y no fomentar gratuitamente la rivalidad en la red social de artistas; y porque tiene interés en colaborar en otros proyectos en el futuro.

Algunos de los artistas con quienes han colaborado más estrechamente son Sal V. Ricalde²²⁰, Alejandro Zacarías, Roberto Romero, el «Bocho»; y el músico Fernando Corona, Terrestre (ex Nortec). Además, consideran que la red de relaciones de Yonke extiende sus contactos más allá de la frontera, pues han colaborado con grupos de San Diego como la productora Zu33; Caltranzit, un colectivo de estudiantes de artes visuales de la Universidad de California, al que también está vinculado el colectivo La Línea; y con Borderland Collective, integrado por gente de San Francisco y de Los Ángeles, con quienes realizaron el Borderland Film Festival 2003, cuya curaduría estuvo a cargo de Itzel.

ADRIANA: Hemos tenido como la suerte de colaborar con otros artistas de San Diego. Puedes aprender cómo relacionarte con esas instituciones gigantes que te puedan comprar lo que haces o te puedan contratar o producir lo que hagas, que no es venderte ni tampoco es darlo gratis, porque es un hecho que ocupas computadoras, luz, Internet, gasolina, viáticos, avión para presentar tu propuesta en otros lugares, o sea es dinero, entonces ¿cómo encontrar los vínculos con ellos, los enlaces?... Para [generar] una propuesta concreta formal, con una propuesta estética, no sé, también mediática, es

²¹⁹ Evento realizado en el Centro Cultural Riviera del Pacífico, el 15 de mayo de 2004. Además hubo una exposición de Gerardo Yépiz, Acamonchi, artista ensenadense radicado en San Diego.

²²⁰ Iván comentó: «Grabamos cada vez menos [con él], pero seguimos participando de alguna forma. Hace poco le acabo de ayudar... ahí sí ha habido a lo mejor conflictos pero como amistad hemos sabido resolverlos y pasarlos, y sigue la colaboración porque es la amistad la que la refuerza [la colaboración]».

difícil llegar a eso; ¿cómo tejer las redes? es a lo que quería llegar: tejer las redes para que la organización tenga eso que a lo mejor sin dinero no lo puedes hacer, como presentaciones, una producción suave...

IVÁN: nos dan chamba, nos dan chamba, ¿no?

Las relaciones con artistas de San Diego les han permitido acceder a un círculo de instituciones donde los recursos para el financiamiento del arte son mayores. Para gestionarlos se requiere de conocer los procedimientos con que estos se otorgan, lo cual no sólo los prepara para vender mejor su trabajo y obtener becas, apoyos y demás, sino les obliga a generar una producción con un nivel de calidad equivalente al de los grupos y artistas que ya han sido o están siendo beneficiados también con estos recursos. El beneficio económico y la profesionalización del grupo, además, inciden en el mundo artístico tijuanense.

Me parece que es conveniente precisar la diferencia que encuentro entre mundos artísticos y red social de artistas: los mundos artísticos son los ámbitos en que se generan las convenciones y normas que regulan las actividades y prácticas artísticas; en ellos se generan las valoraciones estéticas y de mercado de las obras; además, se reconoce a los artistas (Becker, 1984). Por su parte, la red de artistas es una estrategia para la producción. Es la manera en que algunos componentes de los mundos artísticos se articulan para generar las obras y los eventos. Considero que la red es un aspecto del funcionamiento de los mundos artísticos que se ha desarrollado en Tijuana, y que posiblemente no lo haya hecho en otros lugares, donde, por ejemplo, el financiamiento público y privado es accesible y suficiente para el sostenimiento de las actividades artísticas. Me interesa exponer en particular el caso de Nortec: su éxito como proyecto a nivel internacional ha beneficiado al mundo artístico pues ha detonado la generación de nuevos proyectos, la profesionalización de los artistas, el surgimiento de grupos, más investigaciones periodísticas y académicas sobre la producción artística tijuanense, etcétera. Pero su contribución actual a la red de artistas es escasa, pues no requieren de ella porque se han consolidado como grupo de trabajo para su producción.

Los de Yonke expusieron algunas características del mundo artístico de Tijuana y de la red social. Me parece que sus comparaciones entre artistas tijuanenses y chilangos es una manera de

construir su identidad, no porque sea verdadero o realista lo que dicen, sino precisamente porque aún los elementos ficticios, pero introyectados, constituyen la identidad.

IVÁN: Yo creo que en general ha sido sana y es lo que se me hace curada, creo que no se ha generado y espero que no lo haga porque sería como echar a perder [el ambiente, porque] parte de la onda de aquí, de Tijuana, es precisamente eso, el no ser cabrones tipo los chilangos [que son] «¡hay que hacerlo como para ganarles el telón». Funcionamos más que ellos [los chilangos], hay una competencia natural, sana, porque no [se] compite directamente... somos diferentes, porque cada quien tiene sus objetivos bien claros, no ha habido encuentros donde choque, donde tenga que haber una confrontación de organizaciones... y eso se me hace chingón, que sea sana, que todavía haya la confianza de pedirse cosas por teléfono...

ITZEL: Sería una súper mamada que llegara a suceder eso [de no pasarse datos].

SAJJAD: ... creo que en Tijuana existe una vibra muy positiva de los artistas. Desde que yo estaba en Nona Delichas [hacen ruido indicando que fue hace mucho tiempo] a mí se me hacía muy importante o muy rico el poder decir «¡hey, los de Ohtli son mis compas y tocamos juntos y no hay pedo!» o los de... no sé Mexican Jumping Frijoles, y no hay pedo, puedo llegar con otros y somos súper compas... y en todos los grupos culturales creo existe esa fraternidad porque para empezar cada quien atiende a grupos y a enfoques diferentes, entonces no hay esa rivalidad o no tiene por qué haber esa rivalidad, al contrario nos enriquecemos y nos ayudamos a poder lograr nuestro fin²²¹... Yo creo que hay una [comunidad] muy variada de ideas conceptos e incluso de disciplina y es una tertulia comunitaria, ¿no?, entonces todo mundo se conoce se retroalimenta y hace que esto se enriquezca.

IVÁN: Incluso lo que comentaba, el hecho de hacer como una asociación de asociaciones

ADRIANA E ITZEL: ¡Ouch!

IVÁN: A nivel... pues ya bien pachecote... la neta viéndolo así, utópico, si ya lograste consolidar un equipo de trabajo... si juntas a cien personas, el impacto que puede tener algo así, cabrón, o la complejidad en poder funcionar y llevar a cabo este tipo de relaciones de súper estructuras que conformen una [sola] es un logro también que puede ser que se llegue a un nivel informal inconsciente, ¿no?, la colaboración en la fiesta, de pedirse cosas, de prestarse equipo, de que ellos van a hacer un party y ocupan alguien de Dj le hablan a él [«Sajjad»] para que él sea el que arme el toquín; los que no tienen tornamesa; los que no tienen equipo, que llaman acá [a Yonke Art], los que ocupan video y llaman acá, o lo que sea, entonces eso ya está, ya se da...

²²¹ Sobre este último punto, es necesario resaltar que los proyectos de rock que menciona César, el «Chiquis» o «Sajjad», son muy distintos. Este no es el espacio para precisar las características de cada banda, pero las diferencias entre estos grupos, particularmente, son notables. Por otro lado, tanto Ohtli (que todavía existe), y Mexican Jumping Frijoles (ya desaparecido), fueron grupos muy vinculados por lazos de amistad con algunos de los integrantes de Bulbo, más que de Yonke Art. Son conocidas las reuniones que realizaban cada fin de semana en la «Glu House», una casita de madera ubicada en el patio delantero de la casa de Pavel Mancilla, quien junto con otros amigos (entre ellos Sebastián Díaz de Bulbo) formaron un efímero grupo musical, Glu Gan, el cual llegó a presentarse junto con otros grupos como Ohtli en el teatro de la Casa de la Cultura (1995). Más sobre bandas de rock en *Oye cómo va. Recuento del rock tijuanense*.

A los de Bulbo les pregunté sus opiniones sobre las relaciones que establecen con otros artistas. Me dieron también su punto de vista sobre la dinámica de la comunidad artística tijuanaense.

Su visión fue más crítica y realista que la presentada por los de Yonke:

JOSÉ LUIS: Yo creo que algo que es interesante es que en el medio artístico muchas veces las relaciones son más de conocerte ahí [entre los artistas], y a veces de ir a fiestas, como que [está] muy ligado a los eventos sociales, «son mis amigos porque igual nos fuimos al [Bar] “Turístico” y nos pusimos bien pedos». Creo que nuestras relaciones [las de Bulbo] con grupos de artistas o artistas en lo personal son más de trabajo, [de] «vamos a hacer algo en conjunto», y nos relacionamos trabajando, colaborando más que, bueno igual sí te toca encontrarte a alguien en un evento o algo así, no quita que no platicamos con nadie, nos llevamos bien con mucha gente, pero no es como que la base para una relación y también algo que podría resumir esto es que nadie está vetado, ¿no?, o sea nadie está vetado de Bulbo, simplemente nadie, o sea hemos hecho relación con esta pintora pero no con ésta, no es porque esté vetado sino porque me la encontré o me hablaron de ella, como que no, nadie está excluido, pues²²².

...

... yo creo que algo que es notorio y está como muy, como por debajito de la mesa y que va con la naturaleza humana es que —es muy chistoso—, porque por un lado pueden haber eventos donde muchos grupos de artistas o colectivos se junten para tener imagen en el evento, para organizarlo y aparentemente todo mundo está feliz y contento, pero nos tocó que nomás alguien avanza tantito, y empiezan a llover los... chingazos... tiros, ¿no?, o sea «¿por qué tú?», tienen prejuicios, juzgamos a lo mejor a artistas y proyectos que no conocemos muy bien y ya por lo poco que oímos queremos opinar... [pero] no se raspan las relaciones porque puede haber ese evento, que todo mundo participe, ¿no?, pero yo sí veo muy, pues si está como muy segmentado lo de los artistas.

... algo que he percibido... el egoísmo, el protagonismo, empiezan a haber fricciones entre unos y otros y eso hace que truenen las cosas, y que no hay tolerancia... y que somos como territoriales... por ejemplo nosotros, no nos hemos formado como un colectivo de artistas, pero ha salido que nos invitan a cosas artísticas, y como que los artistas nos ven y dicen: «¿cómo? ¿qué? ¿qué haces aquí?», ¿no?, o sea, «tú no eres artista». Hasta los mismos medios, los medios así grandes, no nos consideran a nosotros como un medio y sí somos porque estamos ahí [en tele, prensa, radio]; igual nos dicen los que hacen videos: «o sea, ustedes hacen televisión comercial, o sea “comercial”, no hacen videos experimentales, cosas “acá”», como actitudes que la misma relación lo rompe, o sea porque igual llegamos ahí, con los artistas, y pues ni modo aquí nos invitaron, y aquí estamos [entonces dicen] «me voy a poner a platicar contigo», pero sí se siente como que así, como éste es mi campo; [pero esto] es natural en todo tipo de grupos [sociales].

²²² José Luis aclara un punto que le ha creado conflictos a Bulbo: él y su hermana, Lídice Figueroa, hicieron un documental sobre los artistas plásticos en Tijuana y, por supuesto, no aparecieron en él todos los pintores de la ciudad. Esto no tendría porqué haber sido tan importante sino fuera porque se les acusó de favoritismo en la selección de los pintores debido a que en su familia hay varios artistas plásticos, entre ellos Lídice. El corto «¿Será Tijuana como la pintan?» formó parte de la exposición LARVA presentada a principios de 2004 en el Centro Cultural Tijuana.

... lo que podría ser competencia o verse como competencia en un momento dado que te podría mover a decir «ay, ellos como colectivo están haciendo cosas que han tenido éxito», como lo quieras medir y hablemos de competencia, y creo que no es nada más privativo de los artistas sino que es generalizado, es que no sabemos competir, o sea personalizamos la competencia, en vez de ver aquí está mi trabajo y está compitiendo con tu trabajo, no hay como eso [es] «¡ay, estos cabrones!». Sí hay una rivalidad que a veces va más allá del trabajo... algo personal y fundado en los prejuicios, ¿no?, al no conocer al otro pues es muy fácil decir mil cosas...

De acuerdo a su perspectiva, el mundo artístico tijuanense sería: segmentado, sin capacidad para generar relaciones provechosas de competencia y propicio al descrédito personal, en donde las relaciones sociales son más importantes para «ganar un lugar» y ser reconocido, que el trabajo mismo. Esto lo exponen al hablar sobre Nortec:

CRISTINA: por ejemplo, hablando un poquito de los de Nortec, yo personalmente no sé cómo funcionan de adentro, si tienen juntas, pero su trabajo habla de que tienen cierto grado de organización. En la música es muy relativo el control de calidad, pero han hecho –que no sé como comparar–, han tenido repercusión así global, mundial, internacional, lo que tú quieras, entonces eso se ve no tanto en cómo ellos platiquen o cómo te caigan, eso es lo menos relevante, [eso se ve] en el resultado de su trabajo. Nosotros empezamos, por ejemplo, cuando hacíamos conciertos y tocadas íbamos al Don Loope, por ejemplo, a Nortec City o sea, los ves ahí y oyes su música y «¡ay, qué buena onda, ¿no?», y sí puedes ver que tienen una convocatoria bien grande por su trabajo, por lo que han hecho... el trabajo es el que habla por los artistas y como dice José Luis, a nosotros nos gusta estar aquí trabajando; pero es más fácil decir «¡ay, me caen bien!»... que ver los resultados de las personas.

CARLA: pero nos ha pasado a todos, o sea cuando empezó Nortec, todos oíamos «Nortec, Nortec, y el disco, están en todos lados, son millonarios» y hasta uno podría pensar mal pues, «les va a ir súper bien y van a estar bien ricos los de Nortec» –no era que yo les tuviera envidia ni nada–, pero te acercas tantito a platicar con ellos –y nos hemos acercado por los mismos cortos y el radio y el press–, te acercas a platicar con ellos, y empiezas a platicar y ves que la están perreando, y viven de tocadas y de andar en chinga, igual que nosotros. Finalmente el premio es para quien se acerca y conoce, ese se lleva el premio de conocer [a la gente, a otros artistas], igual la gente que nos ha conocido sabe cómo somos, que ha venido a la oficina y sabe que estamos como en una olla express, pues te quita la preconcepción de que «¡uy, los de Bulbo han de ser ricos!», porque hay mucha gente que cree que tenemos mucho dinero por todo lo que hemos hecho, ¿no?, y pues mucha gente que se ha acercado a nosotros pues se da cuenta que no es cierto.

CRISTINA: ...los de Nortec, no sé, porque yo no he oído tanto que estén siguiendo que alguien los descubra y les llene su cuenta de banco para que hagan su trabajo, el trabajo les abrió camino...



**Imagen 28. Instalación en Yonke Frontier Life, 14 de septiembre, 2002
(Foto: Liliana Galván).**

Colaboradores, sí, más integrantes, ¿no

Una distinción que no planteé al inicio de la investigación es la referente a colaboraciones e incorporaciones de nuevos miembros a los colectivos. Todos están dispuestos a que nuevas personas participen como colaboradores en sus grupos, pero no así a incorporar a nuevos elementos. Ahí los grupos aplican restricciones explícitas e implícitas. Por ejemplo, para Radio Global las colaboraciones son esenciales para realizar su producción, pues si ellas no podrían mantener activa la estación de radio ni organizar eventos:

FAB: ...últimamente ha sido parte de la filosofía de Radio Global como tener esa colaboración constante y la relación súper buena con todos los que están haciendo cosas aquí en Tijuana porque sin ellos pues cómo...

EDUARDO: que originalmente el lema era...

WERO: «Un yeah, baby!» [Risas].

EDUARDO: No... era originalmente... era...«For the people!».

¿QUÉ PIENSAN DE INCORPORAR A OTROS MIEMBROS?

ELÍAS: yo creo que hasta ahorita las necesidades, como apenas está empezando esto... yo creo que lo alcanzamos a cubrir por ahorita nosotros... el trabajo es algo pero no lo suficiente para [incorporar a más personas]... más adelante, cuando se ocupe, cuando ya no puedas hacer todo... pero hemos invitado a gente, por ejemplo... a los muchachos estos de...Yonke Art, Yonke Art, ellos están manejando videos, tienen propuestas entonces nos gusta la forma en que ellos... hemos visto su trabajo, nos gusta las cosas

que hacen... entonces ese es como un canal, como otro enfoque, como convocando a que hagan algo...

FAB: No ha sido como «quiero ser parte del equipo de Radio Global», sino como colaboración...

EDUARDO: Yo, en lo personal, no creo que sea necesario que entre alguien más como «de planta»...

FAB: No se ocupa, la verdad...

EDUARDO: hay gente que colabora... pero es entre nosotros 4 que vamos a tomar la decisión... y se va a dar el momento en que ya no seamos 4, seamos 5, 6, 7, 10... [risas]

WERO: ¡Pero ya 20, se pasa! [Risas]

EDUARDO: Pero colaboradores, sí.

FAB: de repente hay gente que quiere entrarle con dinero, últimamente llega gente que nos dice «oye, qué onda con los productos», pero... así como equipo de planta, de los... este... pilares de abajo, no...

EDUARDO: Es difícil pensar que alguien más podría estar...

ELÍAS: Pero igual son colaboradores tan cerca, que la verdad somos un friego...

WERO: Me refiero a dos que tres colaboradores que han estado muy cerca de quedarse como equipo de planta y

EDUARDO: pero...

WERO: a la hora de los trancazos como que siempre no [risas].

ELÍAS: ...por ejemplo, con Efrén es «arréglenlo y ya que me ocupen, háblenme». Así [es con] todo mundo, ¿no?

Para celebrar el primer aniversario de transmisiones de Radio Global, organizaron Supermarket, un evento que logró una asistencia aproximada de 2 mil personas, mismas que visitaron el festival a lo largo de todo el día de actividades. Fue un tianguis de proyectos tijuanenses donde se reunieron propuestas editoriales, de vestimenta, discográficas, así como grupos de rock, punk, reggae y electrónica. También participaron Yonke Art (con un stand y como vjs) y Bulbo (con un stand). Estuvieron también los dos ex Nortec: Terrestre y Niño Astronauta, grupo donde participa Ignacio «Nashio» Chávez, también conocido como Plankton Man.

FAB:...la idea aquí, en Supermarket, era como algo muy raro, era un experimento, fue lo que la radio generó, que gente se acercara a poner su música... esto era una fiesta con la dinámica de Radio Global... esto unido a una de las primeras premisas de Radio Global

que es «It's about the music»... la primera premisa fue vamos haciendo un evento en el que haya un tipo de música distinta a la que la gente está acostumbrada a escuchar... vamos a hacer que las nuevas generaciones tengan acceso a todo lo que está sucediendo... que gente que siempre va a ver las bandas –que es lo que ahorita está de moda entre los teenagers-- pueda escuchar música electrónica, que nunca habían visto a Loopedrop, a Terrestre, por ejemplo; gente que sólo va a los *parties* electrónicos pueda escuchar las bandas... entonces, esto fue un experimento: vamos a hacer una expo para mostrar todo lo que está sucediendo...

Lo singular de este evento es que su organización no estuvo a cargo de los de Radio Global:

ELÍAS: ...estuvimos en contacto con gente que hace show business...

WERO: Es una productora.

ELÍAS: Es una productora, promotora disquera, empresa de marketing... y ellos fueron los que trajeron a –como apenas están entrando al mercado de Tijuana, y pues hay una relación con nosotros—... ellos fueron los que trajeron a la banda principal y fue una manera de ellos ver qué está pasando en Tijuana y a la vez promocionar a Azul Violeta [el grupo que trajeron]...

FAB: Nosotros llegamos con los de Box²²³ [la empresa promotora] y les dijimos: «Necesitamos apoyo, y creemos que va a ser una buena oportunidad para que te expongas y queremos que nos pongas [en nuestro evento] un headliner»... de hecho el evento nosotros lo habíamos organizado tal como fue, pero sin Azul Violeta...

EDUARDO: eso cambió la ubicación, la logística del stage –tenía que ser más grande--, pero esa fue la aportación de ellos...

FAB: y a los de los stands les dijimos que queríamos que expusieran su producto, que no queríamos que pusieran una mesa y ya, en la que ponen las camisas o lo que sea... «queremos que presenten su proyecto» [les dijimos]...

ELÍAS: y creo que la mayoría sí le metió muchas ganas a su presentación y hubo otros que no, pero...

FAB: ellos [algunos de los colaboradores] se encargaron de toda la producción: Efrén se encargó de los patrocinios y el papel de Radio Global fue la idea y lo visual, la promoción y toda esa onda del evento... pero básicamente ellos, entre *Sube/Baja* [Efrén], Kimika [Poncho Muriedas] y Naza [el «Caballo»] produjeron el evento... nosotros les dimos la idea, les dimos todo, [les dijimos]: «¿te avientas?, ¿qué show?».

Para Nortec el manejo de colaboraciones fue esencial para hacer crecer al colectivo en el campo de lo visual, en específico, pero también en otras áreas. Me parece que ha habido cambios de actitud respecto a su posición inicial, más abierta e incluyente (Valenzuela, 2004), respecto a la actual, más cautelosa y selectiva. Creo que es importante precisar que el Colectivo Nortec se formó

²²³ Esta empresa abrió un club en el mismo espacio que antes ocupó Don Loope y Centro Bar: Box Underground.

de proyectos musicales que ya existían, pero que han *cedido* su propuesta a la estética musical de Nortec. Sus inquietudes musicales ajenas a este estilo llevan otros nombres²²⁴. En el mundo de la música esto es muy frecuente, pero no en las artes visuales. Sin duda este es un punto complejo, porque si bien han declarado que no existe una línea visual para Nortec²²⁵, hubo un proceso de depuración de propuestas visuales²²⁶. Evidentemente, intervinieron en esta separación factores subjetivos, identificaciones y oposiciones así como intereses personales.

JORGE: Sí, lo que pasa es que tuvo atención de medios internacionales la cuestión de Nortec, desde la salida del disco la fiesta de Nortec City, que vino el *New York Times* y que el *L.A. Times* y...

PEDRO: *Time Magazine*...

JORGE: Luego *Time Magazine*, etcétera, bueno [esto] genera mucha atención de talla internacional y luego mucha gente que, bueno, empezó con nosotros, hubo mucha gente que inclusive antes de esto, estaba colaborando con nosotros y también le tocó de refilón pues esta atención de los medios... está Sal Ricalde, está...Torolab...

PEDRO: Está Torolab, que son gente que sí colaboraron con Nortec realmente y que aprovecharon el spotlight que estaba llegando hacia el colectivo musical y más ampliado, y que bueno, son gente que ha estado haciendo cosas y bueno vamos a esperar que hagan sus grandes obras a partir de todo esta atención que han generado. Y así ha habido mucha gente, gente que ha escrito sobre Nortec, inclusive nuestro primer artículo, el que se armó en [el periódico] *Frontera* ¿te acuerdas del «Minarete»²²⁷ aquel?... que colabora Luis Humberto Crosthwaite y que colabora Roberto Castillo con textos... entonces son gente que se acercó así, en un momento así, de en buena onda querer colaborar y lo han aprovechado y qué bueno, ¿no? que el spotlight que generó el colectivo Nortec para nosotros y para ellos y para todos los que se acercaron a nosotros – porque en un principio siempre fueron las cosas abiertas: «¿quién quiere colaborar?», «oye, que yo quiero hacer algo», «Sí, a ver vente, “tráitelo”», «oye, que yo quiero

²²⁴ Latinsizer en el caso de Pepe Mogt; tre/molo de Jorge Verdín; Point Loma de Bostich; Mendoza y Desierto de Roberto Mendoza (en éste último colabora David J, ex miembro de Bauhaus y Love & Rockets); Babel Fish Trio de Pedro G. Beas; y Las cajas del ritmo en donde colaboran todos.

²²⁵ Roberto Mendoza explicó: «existen parámetros musicales definidos [para Nortec], pero fuera de la música, lo visual, está totalmente abierto... queremos elementos de la ciudad que representen a Tijuana». (Entrevista en Radio Bulbo, 2004).

²²⁶ En *Paso del Nortec. This is Tijuana*, realizado cuando en el colectivo visual de Nortec todavía participaban Iván, Sal Ricalde y Octavio Castellanos, hay algunas evidencias del conflicto (en ese momento latente) entre la «estética Nortec» y los intereses de los vjs. Por ejemplo, Iván comentó:

Yo pienso que en lo que son los visuales, como que ninguno de nosotros nos tomamos muy en serio la bandera de Nortec. Más bien la aprovechamos, abarcamos más la ciudad y lo que pueda haber más allá del nortec. Nuestros registros tienen mucho que ver con lo que es nuestra vida cotidiana... Creo que se le llama nortec porque estamos participando en los eventos nortec, más que por lo que estamos trabajando (Valenzuela, 2004: 77 –del mímee--).

²²⁷ Suplemento dominical del periódico *Frontera* que se dedicó a Nortec. La portada fue realizada por Fritz Torres y aparecieron artículos de Pepe Mogt, Pedro Gabriel Beas, Fritz Torres, Jorge Verdín (aka Lic. Margarito Yurmaifren), Carlos Adolfo Gutiérrez Vidal, Ejival y Luis Rojo, además de Roberto Castillo y L. H. Crosthwaite (Año 1, no. 7, 12 de septiembre, 1999).

armar...», «también [se puede]»--. Entonces, la verdad, en ese aspecto no fuimos muy, no fuimos envidiosos pues con la cuestión de «no, nomás es para nosotros la atención, no, no, no», pero después, como en todo en la vida, hubo diferencias, hubo rupturas.

JORGE: Hubo purga.

PEDRO: Hubo purga... hubo de todo y bueno así es esto, así es, no puedes andar caminando con un equipo de 30, 40 personas. Entonces se van quedando los que se quieren quedar... los que se comprometen, los que tienen una visión compartida con lo que estamos haciendo porque no hay que olvidar que lo de Nortec, la esencia, son los miembros del colectivo musical, a partir de ahí se generan otras cosas. Entonces, bueno, los que han querido quedarse se han quedado, los que han querido compartir la visión de lo que queremos hacer, ahí están... Y también hay producciones, independientemente de Nortec, que aprovecharon el spotlight de Nortec en su momento y ¡qué bueno, qué bueno! a final de cuentas ahí están haciendo cosas. Nosotros seguiremos haciendo lo nuestro y a lo mejor no descartar la idea de que en un futuro gente que inclusive en este momento no está colaborando con nosotros, empiece a colaborar con nosotros. Ya veremos qué pasa.

JORGE: La cosa que también [ha sucedido, el] lado opuesto de eso [lo que decía Pedro] es que también se prestó a mucho oportunismo de mucha gente que cuando vieron que de repente venían muchos medios a cubrir los eventos de Nortec y cosas así, se subían al barquito, pero sin tener ni la menor idea de lo que realmente consistía Nortec o simplemente sin una propuesta siquiera y de repente te topabas con gente que... una vez [alguien me dijo:] «¡ay, estoy escribiendo poesía Nortec». ¡Achis, achis, achis! ¿cómo está eso?, y pues realmente, pues era nada más poesía donde mencionaban a la avenida Revolución y la Zona Norte y por ende, era Nortec...

¿SIENTEN QUE AHORA TIENEN MÁS CONTROL

PEDRO: No, igual.

JORGE: Para nada.

PEDRO: ¿Qué vas a hacer si alguien llega y te dice: «voy a poner una escuela primaria que se va a llamar “Nortec”»?...

JORGE: Uta, pues no sé cabrón [risas].

PEDRO: «Oye mi telenovela se va a llamar “Nortec”», y pues ¿qué hago yo? o sea ¿le voy a poner un demandón, le voy a hablar a un abogado? No, no se puede, pues... Nos ha pasado que hay gente que vemos como más sincera... hay gente que la vemos un poco más aprovechada... entonces, sí, todo esto es cierto, pero ¿a ver, cómo vas a controlar eso? ¿Vas a empezar a demandar a la gente? Ahorita en TV Azteca sacan reportajes y les ponen música de Nortec, de Fussible [sin pagar derechos de autor]. ¿Y qué haces?... ¿una demanda? ¡O sea, olvídate de eso! O sea, qué bien, nosotros más o menos hemos ido dándonos cuenta quién está acá, comprometido, y qué bueno que les vaya bien... y quién no ha sido del todo así, y quién de pronto también te da la puñalada por la espalda, porque todo sucede, ¿no?, es como una gran telenovela Nortec, pero no vamos a meternos a demandar gente.

¿Cómo interpretar las respuestas anteriores, en las que sugieren tener muy poco control sobre lo que sucede con Nortec, con el hecho de que han expulsado a dos miembros del colectivo

musical, Terrestre y Plankton Man; y del equipo inicial de 5 vjs sólo quedan 2, de los cuales ninguno fue convocado a participar en el grupo focal? En una conversación posterior con Pedro Beas, le planteé de nuevo el punto. Efectivamente, respondió Beas, no les interesa lo que gente ajena al colectivo haga con relación a Nortec, pero no sucede lo mismo con quienes están dentro del colectivo. Antes de la separación de Terrestre y Plankton Man se había discutido –en juntas en las que participaban sólo los músicos-- que nadie podría manejarse con un representante personal, por razones de logística y de simplificación de la organización. La versión del colectivo es que este acuerdo no fue respetado. En el caso de los visuales, la causa de la separación es más simple: eran elementos secundarios dentro del colectivo, no sólo porque en Nortec el eje central es la música, sino porque «el jefe» del equipo visual es Jorge Verdín, también miembro del colectivo musical. De cierta manera, el trabajo de los vjs no es primordial para el colectivo. Esto se acentúa si además se considera que ni Verdín ni algunos otros miembros del colectivo musical encontraban afines las propuestas de los ex-colaboradores con su idea de lo que debía representar a Nortec. Los que permanecen, el «Checo» y el «Huicho» (ambos comunicólogos), tienen un papel más activo y reconocido dentro del colectivo (sobre todo el «Checo»). Además, hay colaboradoras como Ángeles Moreno²²⁸, a quien respetan como diseñadora y artista visual, que ha generado trabajos de animación muy valiosos: el videoclip de Fussible para el tema «Odyssea», en el que se observa a un taxi de ruta circular por diferentes escenarios de la ciudad; el diseño de la página electrónica de Bostich, y actualmente, la de Hiperboreal. Otra colaboradora ha sido la diseñadora gráfica Gaby Núñez, «gabyverde», quien ha realizado tanto diseños para flyers (en la época de Don Loope trabajó mucho en eso), pero también animaciones (en colaboración con el «Checo») para las presentaciones en vivo de Nortec.

²²⁸ Su página electrónica es www.ananimation.com. En ella se incluye el videoclip «Odyssea» de Fussible y un fragmento de la película *Beat Edited Visuals* de Nortec, la cual acompañará el libro *Paso del Nortec* de J. M. Valenzuela. Ángeles radica desde hace un par de años en Barcelona (anteriormente vivió en Tijuana y en la Ciudad de México, de donde es originaria). Desde España colabora con el colectivo, así como con otros grupos y empresas mexicanas, entre las que se encuentra Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional.

A los de Bulbo les pregunté qué tan dispuestos están a integrar a nuevos elementos. Estas fueron sus respuestas:

JOSÉ LUIS: Igual, sí hay momentos en que me imagino que una producción de cine está abierta a ciertas colaboraciones, pero llega un momento en que hay un equipo de producción que es el que está y no va a llegar cualquiera porque quiere llegar y sumarse. Creo que ahí sí habría una limitante en cuanto a que habría que tener afinidad, de alguna manera entender la dinámica que aquí hay y estar dispuesto a entrarle, ¿no? Lo que platicamos al principio: lo que nos une son cosas que llevan más tiempo a lo mejor en que se armen, ¿no?, que tenga solidez, y que además también implica pues sacrificar un poco tus ambiciones, por ejemplo, en el caso de un artista pues [ambiciones] autorales, ¿no?, o sea, de decir me voy a sumar a Bulbo, pero voy a *ser Bulbo*, no voy a ser yo como artista con Bulbo, [en ese caso] creo que entonces estamos hablando de una colaboración. Yo creo que alguien que viniera aquí sí tendría que haber un proceso en donde tendría que estar dispuesto a asumir unas ciertas, no le quiero llamar reglas, pero un acuerdo, una forma de trabajar, un acuerdo de objetivos.

CRISTINA: Yo creo que también no estamos haciendo donas, o sea, es un medio de comunicación, tiene repercusión en el alcance público; no vas a publicar cualquier cosa, y no porque «¡ay, no nos gusta!». No, es porque no vas a ofender, ¿no?, o sea no estamos dejando de decir las cosas como son pero sí hay que tener cuidado porque no se trata nomás de soltar cualquier cosa, ¿no?, es una responsabilidad por eso hay que tener mucho cuidado.

PAOLA: Pero hasta el momento nunca nos hemos encontrado que alguien diga «Yo quiero ser parte de Bulbo», así, «yo quiero ser su jefe» [risas].

CRISTINA: Porque también hay mucha gente que dice: «oye, estoy haciendo esto y aquello y vengan y traigan las cámaras» y dices, «pues no, porque no se puede, porque ya tenemos una docena de temas escogidos [para cada temporada de Bulbo TV]», hay muchas cosas que nos gustaría abarcar pero no puedes abarcar todo...

En particular los de Bulbo han recibido críticas relacionadas con la apertura de su proyecto. Se les considera un grupo cerrado porque, como lo mencioné antes, existe un proceso de desarrollo espiritual que los vincula. Sin embargo, no obstante las críticas que han recibido, veo que son los únicos que han incorporado nuevos elementos desde que nacieron como agrupación. La diferencia me parece que está en que en Bulbo son más explícitos los criterios de incorporación al equipo: no basta que exista una relación laboral, incluso amistad, es indispensable que se compartan los criterios de la dinámica de trabajo, ya que todos (incluidos los nuevos integrantes) participan en la toma de decisiones sobre el grupo, lo cual implica tanto hacer proposiciones como lograr acuerdos (Klein, 1984):

JOSÉ LUIS: Ellos dos [Dulce y Adán] no son las únicas personas que han estado aquí haciendo servicio [social o profesional]. O sea, ha habido otras gentes, que vienen hacen su servicio y pues ya, acaba, y se van...

Por su parte, en Yonke ha habido incorporaciones temporales de colaboradores: Sandra Bello, Jair López y Giancarlo Ruiz, pero para los fundadores del grupo estos no han sido capaces de solidarizarse con el proyecto. Es importante notar que los miembros de Yonke no asumen ninguna responsabilidad por la «falta de compromiso» que manifestaron quienes han colaborado con ellos casi a manera de equipo de base, y de hecho dedicaron muy poco tiempo a hablar de estas relaciones:

ITZEL: Nosotros cuatro tenemos claro lo que queremos, ¿no? igual ni el rojo, ni el rosa, pero sí en cuanto a sustentarnos mediante nuestra creación, nuestro trabajo en producción que siempre va a haber esa disyuntiva, un cineasta, un productor nunca tiene dinero...lo que yo siento también bien importante de nosotros es el respaldo de uno con otro. Yo sé que también ellos no se sienten solos si llega una propuesta o si te vas a ir de la ciudad y todo lo que implica eso. Yo me siento muy respaldada de que cualquier propuesta [que nos hagan] no me van a dejar abajo. Hay comentarios y todo, pero sabemos lo que cada quien hacemos y creo que es muy importante esa percepción individual-colectiva entre los cuatro. Por lo menos estamos bien encarrilados... a lo mejor, los colaboradores vienen y no se comprometen al nivel en que nosotros nos hemos comprometido porque, ya lo vemos así, como esa lucha a fuerzas... a lo mejor hay gente que le da pena nuestra propuesta, o que no le gusta y que viene y se va...



Imagen 29. Pepe Mogt, Nortec (Foto: Gonzalo González).

Proyectos vs. Organización

Un planteamiento de mi investigación es que la organización de los grupos incide en la solidez de sus propuestas. Pero en realidad, la situación es más compleja debido a que cada grupo presenta proyectos diferentes y, por lo tanto, sus necesidades de organización son distintas. A propuestas ambiciosas, estructuras organizativas igualmente ambiciosas y equilibradas. Proyectos menos complejos, que pueden considerarse incluso más simples, pueden lograr plenamente sus objetivos aún con desorganización.

Por su formación académica, sus experiencias previas de trabajo, incluso sus relaciones con investigadores del Colef²²⁹ (han tomado cursos prácticos con algunos de sus investigadores²³⁰), Yonke Art ha desarrollado un perfil de trabajo relacionado con la antropología visual. Sus planteamientos se insertan, no obstante, en los que han realizado instituciones promotoras del arte interesadas en probar que el arte no es una actividad autónoma y puramente simbólica, sino que puede convertirse en una labor que contribuya al bienestar de la sociedad de manera directa, a través de actividades como educación pública y en actividades de servicio comunitario. De esta manera, especialmente en los países desarrollados, ya se comienza a percibir al artista como un trabajador social (Sholette, 2002). Algunos han comentado que esto se deriva de la conciencia filantrópica fuertemente arraiga en las sociedades del primer mundo, en especial en la estadounidense²³¹ (Bradley, Debroise, Mesquita y Yard, 1998). Otros han señalado que ha sido la

²²⁹ Adriana Trujillo fue asistente del departamento de Estudios Culturales del Colef, en particular de Norma Iglesias Prieto, antropóloga visual. El contacto ha sido estrecho con casi todos los que participaron del colectivo Bola 8, egresados de la carrera de Comunicación de la Escuela de Humanidades.

²³⁰ Por ejemplo, en el 2000 tomaron un curso con Norma Iglesias. En ese tiempo Adriana preparaba su trabajo documental/tesis, *El cine y video independiente en Tijuana*, e Itzel, el «Huicho» y el «Checo» trabajaban el suyo, *La Estrella Dancing Hall*.

²³¹ Una de las participaciones de Sajjad en el grupo focal refleja esta postura filantrópica, que pareciera a veces es la que motiva sus proyectos comunitarios: «Yo creo que para nosotros, para los 4, la posibilidad de expresar tu interior y tus ideas, poder plasmar tus ideas, es algo invaluable y es algo que no toda la gente tiene la posibilidad hacer, no toda la gente tiene la posibilidad de tener esos canales para realizarlo así de eficiente; nosotros consideramos que esta herramienta de expresión es invaluable y entre más personas las tengan vas a hacer más ricas tus ideas y el mundo. Suena muy, medio hippie...».

competencia por el financiamiento público lo que ha motivado a los artistas a desarrollar proyectos comunitarios y sociales pues en esta área suele haber más diversidad de fuentes de financiamiento de los que hay para propuestas de arte más convencionales (Wheeler, 2004; Zolberg, 2003).

Un componente esencial de los proyectos de arte comunitario es la participación social. Se espera que los proyectos comunitarios reflejen la capacidad del arte para funcionar como memoria y detonante de la reflexión crítica de una comunidad. El grado de colaboración de los artistas y la comunidad es mayor que en los proyectos «puramente» artísticos (Yard, 1998).

Especialmente en los proyectos comunitarios se valora la capacidad que tiene el arte para inspirar al ser humano a transformar su entorno. El arte se convierte en un instrumento que posibilita a los excluidos a realizar sus propias prácticas de imaginación, y a partir de éstas, a generarles esperanza de cambio, sobre todo en aquellos aspectos que influyen negativamente en su calidad de vida. La facultad de imaginar perspectivas diferentes a las prevalecientes es el primer paso para superar los problemas sociales, en particular, aquellos derivados de la pobreza (Appadurai, 2004).

No profundicé durante el grupo focal en el planteamiento del trabajo comunitario que realiza Yonke Art. Hubiera sido necesario no sólo dedicar más tiempo a la discusión de este aspecto, pero, como expuse desde el principio, ese no es un objetivo de mi investigación. A grandes rasgos, el trabajo que realiza Yonke con los adolescentes me parece sumamente valioso; no obstante, advierto que es posible que los planteamientos de sus proyectos no estén considerando las premisas básicas de la planeación para el desarrollo del trabajo social o comunitario²³², o que, por ejemplo, no estén realizando un diagnóstico de las necesidades culturales de la comunidad o sector social con el que están trabajando ni un planteamiento teórico y práctico sobre el tipo de participación y los resultados que esperan de ésta. Dado que los recursos siempre son limitados, la

²³² Los proyectos comunitarios son los que se realizan con comunidades como por ejemplo una colonia, un pueblo, una vecindad, o con grupos étnicos (la comunidad judía, hispana, chicana, etc.). Los proyectos sociales, en cambio, están dirigidos a sectores de la población, como por ejemplo, las amas de casa, los trabajadores, los niños, los ancianos, los jóvenes y adolescentes, etc.

planeación de proyectos de estas características requiere de un detallado proceso de valoración de los alcances y metas propuestas por los coordinadores o *facilitadores* del proyecto, siempre en términos de lo que la gente participante considera pertinente para su desarrollo y bienestar (Campbell, Scott y Fainstein, 1997). Considero que la propuesta de Yonke Art está inspirada por una buena intención, que es incidir positivamente en un sector social (los adolescentes) o una comunidad. Pienso, también, que podría serles de gran ayuda valorar los impactos de su trabajo ya que toda intervención plantea cuestiones éticas. Me parece, sin duda, que en el *plus* de su propuesta –que es el trabajo comunitario– está su principal fuente de desarrollo profesional:

ITZEL: ... nosotros con Cineumático [uno de sus proyectos comunitarios] lo que queremos es... mostrarle a una colonia, una colonia urbana de escasos recursos, nuestro trabajo, diferentes propuestas... cosas que no estén acostumbrados a ver. Creemos que es parte de un esfuerzo de educación para que el mismo público pueda ser más exigente a la hora de enfrentarse ante algo que ve... entonces, en ese sentido creo que en mucho de nuestro trabajo jugamos el doble rol [de artista y educador] porque sí hay necesidad como artistas, también tenemos que jugar el rol ante el curador, ante él buscar espacio en las galerías, en los museos... porque también es, digamos, es el lado profesional y económico que se tiene que buscar como artista; pero por el otro lado también el interés de usar eso como una estrategia nada más de supervivencia... pero la realidad del asunto, [es] tratar de llevarla [la obra], pues, a la calle, a la mayoría de la gente...

ADRIANA: no olvidarse más bien como organización de artistas de que tu trabajo es para ser vendible, y vuelvo al otro punto de asomarte a las instituciones más grandes, ¿no?, ir con ellas y presentarte formalmente porque a este nivel así se maneja todo, ¿no?, a un nivel formal, de dar facturas, de lana, un nivel de hechos y de resultados, pero no olvidarse de lo otro [de los proyectos comunitarios]. No queremos eso, no lo compartimos ni en cuanto a pretensión, ni en cuanto a protagonismo, ni en cuanto a ir dejando atrás, esas experiencias que te forman o deforman, entonces eso es Cineumático y Polen [Project].

SAJJAD: y que son de la calle... y que son de la calle muchos de los proyectos que trabajamos en Yonke... nacen de... tienen esa esencia de compartir con la comunidad, con el medio ambiente, con los demás, eso que nosotros ya tenemos o que estamos manejando de alguna manera.

ADRIANA: Y que tenemos esa confiabilidad de que creemos que es bueno, ¿no? [risas]... o impactante... es que sí, o sea,...confías en el contenido de la información que creemos que sí es apto para compartir y que sí puede ser útil... pero bien, no nomás al aventón, o sea, otra vez volvemos a cómo queremos presentarlo, salir allá, ya con un impreso, con una propuesta interna hacia fuera, con una propuesta que la pensamos, la crecimos entre todos...

ITZEL: ahorita por ejemplo con nuestro trabajo con los adolescentes estás sembrando algo que sí va a tener frutos a mediano, largo plazo, no tan inmediatos, no necesariamente, pero que sí estás desencadenando algo. A mí eso se me hace chido y sí es algo que nos perfila igual dentro de la comunicación y tiene mucho que ver con un entendimiento como social y no nada más como emitir los medios, sino también desde

dentro de la sociedad ¿qué está produciendo? Entonces, no sé, a lo mejor no necesariamente desde la academia o desde el pensamiento más teórico, pero sí un poco más práctico, ¿cómo nos entendemos como ciudadanos?, ¿cómo nos entendemos como sujetos dentro de una sociedad y nosotros qué papel podemos jugar?, no tanto como ¿qué puesto puedo alcanzar? sino más bien ¿cómo puedo impactar? Se supone que ese es el propósito del arte, no esconderlo sino exhibirlo para que provoque algo, y desde mi experiencia exponer en una galería sí me ha dado muchas satisfacciones personales pero siento que se provoca más en el aula... es una participación diferente, bien gratificante y bien chida, pero pues es un «jalezote», ¿no?, entonces de igual forma yo siento que esa es una manera de intervenir en tu entorno, de intervenir en tu ciudad, de... conocer otros universos a lo mejor no tan comunes...

SAJJAD: los tres son videastas [Itzel, Adriana e Iván] y yo no soy, pero creo que algo que –obviamente nos interesa la cuestión artística-- pero hay algo que nos hermana mucho y que los cuatro compartimos que es esta necesidad de compartir el arte con las personas que no tienen la posibilidad, el acceso... [y lo hacemos en los] proyectos comunitarios, que es bien importante porque es muy suave «oh sí, yo soy el artista y conozco a mucha gente», pero eso es algo muy egoísta, y sí puede ser algo muy rico de alguna manera personal, pero qué estás dejando, ¿no?, claro hay gente que va a apreciar su trabajo y se va a enriquecer con eso, pero ¿qué más?

Pienso que las propuestas de Yonke Art son ambiciosas, y por lo que conocí de su dinámica grupal, no hay una balanceada correlación entre éstas y su organización. Sin embargo, esta concordancia entre propuestas y organización no necesariamente debe ser directa al cien por ciento. La manera en que algo es producido no está necesariamente relacionada con su calidad. Hay muchas maneras de producir que dan muy diversos resultados (Becker, 1984). Considero que el trabajo que requieren para realizar proyectos sociales y comunitarios, para sustentarlos teóricamente y con investigación de campo, requiere de una labor coordinada que involucre a más personas.

Las propuestas de Bulbo y Radio Global se ubican en la intersección entre medios de comunicación y propuestas artísticas, y pienso que este también es el caso de Yonke Art aunque no se encuentren continuamente expuestos en un medio de comunicación²³³. A partir del desarrollo de tecnologías de comunicación masiva y de la paulatina aceptación de algunos medios en el campo de la creación (como la fotografía, el cine, el video y la computadora), se ha tornado más complejo el

²³³ No se trata sólo de la aparición de nuevas posibilidades tecnológicas para el arte, sino del replanteamiento de los supuestos medulares del arte mismo. En palabras de McLuhan, las sociedades siempre han estado más condicionadas por la naturaleza de sus *mass media* que por el mensaje que transmiten, por lo que una nueva tecnología cuando penetra en una sociedad satura todas sus instituciones (1980), tal es el caso de la televisión, la radio, y más recientemente el Internet, los cuales han cambiado radicalmente los sentidos y la capacidad de percepción de las personas.

panorama de las artes. Se han diversificado las categorías debido a la dependencia del arte con los media, y por ende, con la tecnología (Sholette, 2002).

Los de Bulbo describen su proyecto en los siguientes términos:

CRISTINA: Yo creo que algo que para el caso de Bulbo, específicamente hablando de Bulbo, sí había la conciencia de que los medios, por lo menos a los que nosotros tenemos acceso cotidianamente, había un hueco que nadie estaba cubriendo, y que más que verlo como «¡ah mira, ésta es la oportunidad, hay que buscarle por aquí!»...

PAOLA: ...fue más bien como hartarte y decir «si luego salgo en televisión, vamos a hacer algo que sea diferente», que sea pensando en qué es lo que no nos gusta de lo que está ahorita en la televisión, en específico en programas de televisión...

JOSÉ LUIS: Creo que lo que se ha logrado, en cuanto a marketing, ha sido como producto del grado de conciencia que se tiene en cuanto a los medios de comunicación, y como que saber lo que hay, y lo que no hay, eso te hace como tener una visión.

CRISTINA: Pero aquí no queremos usar a las personas, ni nosotros conquistar al mundo ni mucho menos. Entonces como que este tipo de marketing que hemos hecho no es tanto el marketing de ventas sino es un marketing más como...

PAOLA: de relaciones...

CRISTINA: ajá, como... de guerrilla²³⁴...

CARLA: o sea, hacer lo que nosotros sabemos hacer y queremos ser, y lo que queremos ver y eso hacerlo bien con nuestros recursos...

CRISTINA: por ejemplo, no vamos a hacer una programación tipo MTV, porque eso ya está hecho, ya lo hacen, ellos son los especialistas, y a nosotros no nos interesa, ni es lo que queremos dejar en el espacio televisión, no, sino hacer algo chistoso, tocar un tema serio sin hacer un melodrama, hablar de la música electrónica sin crear ídolos, ni hacer críticas así de echar culpas, sino lo que es, y también tiene un lado cómico, y eso la gente lo siente como algo propio, se identifican.

Bulbo es, a todas luces, un proyecto pensado. Es palpable que hubo un proceso de toma de conciencia sobre el papel de los medios de comunicación y su oferta a nivel local en las áreas de radio, televisión y prensa. Reflexionaron sobre lo que hacía falta en la programación –lo que de manera personal a ellos les interesaba ver--, y desarrollaron el perfil de su medio: realista, pero sin ser solemne, y en especial, respetuoso de la inteligencia de su audiencia.

Por otra parte, lo que explican acerca del marketing es interesante porque el arte contemporáneo en gran medida ha dejado de ser coleccionable, lo que ha dado origen a una mayor

²³⁴ En este caso, se refiere a la difusión de un mensaje de «boca en boca» o a partir de la distorsión de signos. La comunicación guerrilla es una forma de praxis política (Autonome a.f.r.i.k.a. gruppe, 2002)

presencia del «marketing & sales». Esto se debe a que el proceso de *adquisición* de la obra ha cambiado (Varnedoe, Antonelli y Siegel, 2001).

La propuesta de Radio Global la ubico dentro de los márgenes de libertad que permite el Internet, los cuales son muy amplios en la actualidad, mucho más que en la radio AM y FM. A pesar de contar con apenas un par de años de transmisiones, ya han recibido ofrecimientos para incluir en su sitio publicidad. Pero, hasta el día de hoy, no los han aceptado porque consideran que al hacerlo pondrían en riesgo la autonomía de la estación:

EDUARDO: o sea para mantener el radio no se ocupa mucho dinero, yo creo que se ocupa mucha atención...

ELÍAS: creo que hay mucha gente a la que le ha latido el proyecto, pero bastante que hasta nosotros nos quedamos sorprendidos... hay gente que nos ha regalado cosas, como impresiones para mantas «te la regalo», nos dicen... y hay gente que se acerca y nos dice «deberían de vender la página, ¿no es totalmente abierta, comercial?». Y yo les digo ayúdanos y te ayudamos poquito, con lo que tenemos, por los canales que tenemos. Y mucha gente nos dice «no, no, está bien, me gusta el proyecto, qué fregón» y...

WERO: hemos tenido cuidado de no vendernos...

ELÍAS: sí, porque sí... como que parte del radio es como que no tiene censura porque no tienen compromisos con patrocinadores

EDUARDO: es más que nada de nosotros...

WERO: Y ya cuando hay patrocinadores, no puedes romper esquemas

EDUARDO: Sí y te dicen no puedes hacer esto, ni esto, ni lo puedes hacer de esta manera... rompe con lo que tenemos

...

WERO: para mí Radio Global lo que aporta es la música electrónica y comunicación...

FAB: Un nuevo espacio donde puedes acceder a cierto tipo de información, en cuanto a música, a todo lo que es alternativo a lo que los medios masivos nos bombardean diariamente... bastante nuevo, alternativo, sin ningún tipo de censuras, sin ningún compromiso comercial...

ELÍAS: ... [Porque] yo siempre me he dado cuenta que, como que todas las estaciones convencionales que manejan lo comercial, los anuncios, tienen un formato... y como que ese no lo rebasan... por algo, ahora ya lo sabemos. [Risas] Por algo...

WERO: «Por algo»...

ELÍAS: Pero, no, no lo aceptamos.... «No, no, dinero maldito». [Risas]...

...

ELÍAS:... es bien curioso cuando otra gente dice «está fresco, está chistoso, está curada», y esa respuesta, y creo que en mi opinión estamos aportando igual un puntito para salir de lo cotidiano o de lo convencional, la gente lo ha tomado de cura, lo toma como de chiste, se ríe,... aparte se informa, al mismo tiempo aprende de cierta música... creo que... yo sí estoy muy satisfecho hasta ahorita con lo que se ha logrado.

ELÍAS: para mí lo más curado es que te diga la gente que se sintió bien y le regalamos una sonrisa, un «ja ja ja»...

Opino que tanto Bulbo como Radio Global cuentan con estructuras organizativas equilibradas con sus aspiraciones. Por un lado, en Bulbo percibo un alto nivel de conciencia de su responsabilidad como medio, lo cual se refleja en su disciplinada organización. Además, su red de relaciones no está limitada a la comunidad de artistas, sino que es cada vez más amplia y diversificada:

JOSÉ LUIS: Yo creo que el hecho de irnos involucrando más en la producción del proyecto [Bulbo], solo, se ha dado una red de relaciones que, que a lo mejor si lo hicieras de una manera inducida, hubiera sido mucho más difícil, ¿no?, o sea, la imagen que yo creo que mucha gente tiene de nosotros está ligada a la relación de hacer algo en conjunto, un ejemplo, en el caso de cualquier documental que hemos hecho es como, es un mundo que no conoces, te permiten acceder y en hacer algo en común se crea una relación muy fuerte, ¿no?, que luego se refleja en imagen [de Bulbo] porque estas personas de alguna manera sí hablan de ti, hablan más de la experiencia de haber trabajado contigo, que de una idea que puedan tener.

En Radio Global, la apuesta es por un medio sin censuras ideológicas. Su propuesta es ser una plataforma para que sus colaboradores, con al parecer absoluta autonomía, ejerzan la libertad de expresión que los medios masivos restringirían por cuestiones de «formato». Los de Radio Global hacen ver como si no existiera un perfil de la estación, como si fuera absolutamente libre, pero olvidan que al haber eliminado de su esquema un programa de rock, definieron su personalidad como espacio radial. Por lo tanto, no es del todo libre y abierta a cualquier tipo de música: lo está pero hacia todas las variantes de la música electrónica, y en todo caso, a sus intereses y gustos musicales, lo cual es completamente válido. Es posible que al hacer conscientes estos y otros criterios (que ya ejercen) consoliden su propuesta y el funcionamiento futuro de su estación.

Resultan también congruentes la propuesta y organización de Nortec. Pero, cuánto tiempo puedan seguir «reciclando» sus ideas al interior del mismo grupo (particularmente en su propuesta

visual), eso es algo que sólo el tiempo lo dirá. Nortec pareciera entonces ser el grupo más «cerrado» pues sus colaboraciones están limitadas a un círculo reducido, y particularmente al nivel local. Pero, en el plano musical, las relaciones con otros músicos se han incrementado. Cada vez son más los que colaboran en sus proyectos. En este sentido, veo que han segmentado el campo hacia el que dirigen sus relaciones²³⁵. Ya no requieren, como antes, que sus amigos cobren en sus presentaciones; ni –desde hace un par de años-- que monten exposiciones en sus conciertos. Otras relaciones que fomentan intensamente, como lo señalaron, son las que mantienen con los promotores de eventos.



Imagen 30. Video still de «Cruise(ando)» de Iván Díaz Robledo, Yonke Art.

²³⁵ Pedro Beas, por ejemplo, ha colaborado en el último año con músicos de la banda sinaloense Agua Caliente; con un percusionista, Tizoc; Marco Jurado, guitarrista y profesor del Centro Hispanoamericano de Guitarra; Olga Jurado, contrabajista, y con la cantante Tanya L. Estas colaboraciones son para su proyecto de Nortec, Hiperboreal, y para su proyecto alterno, Babel Fish Trío.

Conclusiones II Parte

En la segunda parte analicé un aspecto de la producción artística: la organización de los artistas para crear sus obras y eventos, y el papel que juega la red social en su producción y organización. Explicué que las políticas culturales en Tijuana se articulan a partir de una red social, donde intervienen los artistas como sujetos creadores de conocimiento estético; las instituciones públicas y privadas, los medios masivos de comunicación y el público. Me he ocupado en este trabajo de exponer sólo lo referente a los primeros dos elementos, esto es, la manera en que los artistas se organizan y participan en la red de artistas, y el papel que desde su perspectiva juegan las instituciones de cultura.

La tarea principal de las políticas culturales es promover las búsquedas conceptuales y creativas a través de las cuales se renuevan los sistemas simbólicos de esta frontera. Considero que son los artistas quienes más han contribuido al desarrollo local o endógeno de una política cultural en Tijuana. Un hallazgo importante de esta investigación fue encontrar que Bulbo, Yonke Art, Nortec y Radio Global han realizado su trabajo artístico a partir de un enfoque de organización tipo empresarial. Observo que el financiamiento de sus actividades artísticas procede en gran medida de los servicios profesionales que venden a clientes y promotores (en el caso de los músicos y los vjs); otra parte proviene de las instituciones gubernamentales de cultura. Los apoyos de origen público son importantes para los artistas debido a que los recursos con que producen son muy limitados; esto hace que todo tipo de aportaciones (económicas y en especie) resulten significativas para la realización de sus obras y eventos.

Me parece que dados los apoyos económicos y en especie que han recibido los artistas, existe una política gubernamental de apoyo a esta generación que posiblemente sea consecuencia de la atención y reconocimiento que por diversas circunstancias han recibido en los últimos 4 años por parte de los medios de comunicación y especialistas en arte de procedencia extranjera. De acuerdo

al panorama que presentan los propios artistas, las instituciones cumplen un papel importante en la organización (como fuentes de ingreso o apoyos) para su producción; es por esto que considero que pueden ser las principales promotoras de la educación y formación de los artistas, un aspecto que ellos mismos reconocen como débil en la generación. Otra tarea crucial que las instituciones públicas pueden desarrollar es la de contribuir al mejoramiento de la situación laboral de los artistas. Es necesario plantear una estrategia que les ofrezca las condiciones adecuadas para su desarrollo profesional. Al hablar de profesionalización del campo artístico no debe pasarse por alto este aspecto: es necesario promover la creación de medidas de seguridad social. Las instituciones también pueden convertirse en el principal canal de contacto entre los artistas y las instituciones de arte internacionales, pero esto requiere de una mayor presencia de las instituciones locales (en particular me refiero al Centro Cultural Tijuana) en los circuitos internacionales del arte, la cual hasta la fecha, es limitada o casi inexistente.

La producción independiente en Tijuana responde a la necesidad de producir y de aprovechar los recursos disponibles, entre ellos las ventajas que da la situación de frontera. Esta es la misma lógica con que se ha desarrollado la ciudad: prácticamente sin planeación urbana y con la tasa de crecimiento demográfico más alta del país. Para realizar su producción los artistas se apoyan en un red social que funciona como un sistema abierto y en permanente construcción; que es multicéntrica, y causa y resultado de las acciones de sus participantes. De acuerdo a la percepción de los artistas, la red social es funcional porque les permite colaborar para cumplir objetivos comunes, pero también está fragmentada y sectorizada, siendo las principales razones de esto las identificaciones y oposiciones entre los sujetos, esto es, los aspectos identitarios, pero también el funcionamiento mismo del mundo artístico tijuanense, el cual, en general, parece segmentado, propicio al descrédito personal y al establecimiento de relaciones sociales orientadas a ganar posiciones de poder y reconocimiento más que a generar trabajo artístico.

El mundo artístico genera las valoraciones estéticas y comerciales de las obras de arte. Además define las normas y convenciones con que se relacionan quienes participan en este sector.

Percibo que un signo del estado vulnerable e incipiente del mundo artístico tijuanense es la percepción entre los artistas de que es necesario elevar su nivel formativo en artes, pues en poco tiempo han «escalado posiciones» que superan, a su juicio, su nivel «real» dentro del campo. Esto indica, me parece, que el mundo artístico está sobrevalorando –en algunos casos– el trabajo de los artistas jóvenes, y en ese sentido, está ejerciendo presión al apresurar el desarrollo de sus carreras profesionales.

Además, percibo que entre los artistas tijuanenses el concepto de artista está desgastado debido al abuso en su utilización, sobre todo en los medios de comunicación masiva. Esto ha dado pie a la formación de estereotipos negativos sobre el artista que contribuyen a la fragmentación de la red y a la descalificación, en general, del mundo artístico. Son el reflejo de una formación en artes deficiente, como mencioné antes, y de la ausencia de un proceso personal y colectivo de contextualización de las disciplinas en el campo más amplio del arte.

Observo que existe una relación directa entre grado de organización de los grupos y nivel de confianza de los integrantes en su asociación. Cuando la organización es eficiente, los integrantes de los grupos paulatinamente se desprenden de compromisos laborales para dedicar más tiempo al proyecto que realizan de manera colectiva, aún cuando no haya ingresos seguros. Considero que el tiempo en que un grupo puede permanecer en una situación de inestabilidad económica dependerá de la solidez que perciba en su organización.

Más en específico, me parece que a pesar de que Bulbo y Yonke Art rechazaron que exista competencia entre ambos e hicieron énfasis en que se trata de proyectos muy diferentes, en realidad sus propuestas son similares: según yo ambos se plantean desarrollar un proyecto de empresa productora de videos institucionales con la que puedan financiar sus producciones no lucrativas (trátase de un proyecto de medios, como Bulbo, o proyectos comunitarios o de promoción cultural, como en Yonke Art). Es por eso que comparé sus planteamientos de organización de manera reiterada. La diferencia esencial entre ambos grupos está en los términos en que plantean su funcionamiento como empresa, esto es, a nivel de organización.

En cuando a Radio Global y Nortec, si bien los proyectos no son similares, el ambiente en el que se desarrollan lo es en cierta medida: ambos tienen relaciones con promotores de música y músicos, y por otro lado, con diseñadores. Es en el primer tipo de vínculo, con promotores y músicos, que percibo está la raíz del distanciamiento entre la estación de radio y el colectivo musical. No hay confrontaciones personales, ni derivadas por el proyecto, pero las relaciones sociales de cada equipo de trabajo los posicionan en conglomerados de grupos hasta cierto punto contrarios.

Me parece que es posible comprender la organización de los grupos a partir de los siguientes aspectos:

- a) Estructura interna: las divisiones o partes en que se desglosa el proyecto.
- b) Tipo de inversión: trabajo, tiempo, dinero, recursos económicos.
- c) División de actividades entre los miembros.
- d) Características cualitativas de su trabajo grupal de acuerdo a la dinámica del grupo focal.
- e) Tipo de colaboraciones: por periodicidad: 1) eventual, 2) constante; y por actividad: 1) precisa, y 2) general.
- f) Imagen pública o presentación pública: 1) orientados a las relaciones públicas (Nortec y Yonke Art), y 2) campañas y estrategias de marketing y publicidad (Bulbo y Radio Global).
- g) Balance entre proyecto y organización.

Bulbo

- a) Está dividido en dos partes formalmente, Galatea Audio/Visual y Bulbo, que a su vez está dividido en 5 secciones: Bulbo TV, Bulbo Disco, Bulbo Press, Bulbo Web y Radio Bulbo.

- b) La inversión actual es de trabajo y tiempo. No hubo inversión económica inicial. Todos se dedican de tiempo completo al proyecto.
- c) Hay asignación de responsabilidades por tareas, pero no hay una estricta división de actividades: todos colaboran en todas las actividades, de acuerdo a sus necesidades de producción. Es una estructura flexible.
- d) Su dinámica reflejó orden, eficiencia, fluidez de las ideas, continuidad de pensamiento.
- e) Con colaboradores predominan las relaciones precisas-eventuales.
- f) Parece el grupo más consciente del uso de los medios de comunicación y difusión para la consolidación de su imagen pública. Realizan sondeos de opinión, mantienen contacto directo con su población objetivo (jóvenes) mediante la repartición de volantes, y discuten en grupo los resultados de estos procedimientos. A su vez, su flexibilidad y organización, les permite mantener relaciones con instituciones de cultura, y contribuir a su reconocimiento también en el mundo artístico.
- g) Adecuada. Observación: hay alto nivel de conciencia y responsabilidad sobre el proyecto y sus posibilidades. La red social es diversificada y amplia; no se limita a la red de artistas.

Yonke Art

- a) Está dividido en 2 partes, pero no formalmente: una productora comercial, una promotora cultural, de la que se desprenden una serie de proyectos relacionados con el trabajo comunitario.
- b) Realizaron una inversión económica inicial. Sólo uno de ellos se dedica de tiempo completo al proyecto.
- c) Hay asignación de responsabilidades por proyectos, en donde todos participan y además invitan a colaboradores. Las actividades administrativas, y las relacionadas con el funcionamiento de la productora comercial son responsabilidad sólo de una persona.

- d) Su dinámica reflejó apertura, relaciones no jerarquizadas, y ansiedad por resolver su problemática económica, la cual posiblemente se derive de insuficiencias en su organización. Desean generar un modelo de trabajo que refleje sus intereses personales y de grupo.
- e) En cuanto a colaboraciones son de todos los tipos, pero sobresalen las relaciones constantes-precisas y constantes-generales.
- f) La presencia de Yonke en los medios de comunicación ha sido limitado. Su estrategia ha consistido en el manejo de las relaciones públicas para ganar espacios en los circuitos del arte en la frontera.
- g) Deficiente. Observación: Requiere más organización, más planeación y posiblemente, más colaboradores permanentes, del tipo constante-precisa.

Nortec

- a) El eje central de la organización de Nortec es el sello discográfico Mil Records. De ahí se desprende el colectivo musical Nortec, integrado por 5 proyectos; y el colectivo visual, el cual funciona con las colaboraciones de dos vjs y varios diseñadores gráficos.
- b) No realizaron una inversión inicial para pertenecer al colectivo. Su inversión fue de tiempo y trabajo, y actualmente todos los músicos se dedican de tiempo completo a Nortec y a sus proyectos personales alternos a Nortec.
- c) Cada integrante es responsable de su proyecto dentro del colectivo. Sin embargo, las decisiones que de manera individual toma cada integrante sobre su proyecto perteneciente a Nortec, son, por lo general, sometidas a la aprobación del grupo.
- d) La dinámica mostró una organización estable y consolidada, en gran medida debido a la aceptación y reconocimiento de su líder natural (el creador del proyecto), quien ha sido capaz de mantener la cohesión. Las afinidades explican en gran medida la solidez del

grupo, a pesar de las diferencias personales y de temperamentos, así como el que el proyecto se encuentre en una etapa inicial de consolidación en la industria musical, y haya perspectivas de éxito profesional, tanto artístico como económico.

- e) Las colaboraciones son de tipo eventual-precisa y constante-precisa.
- f) A raíz de su consolidación, Nortec comienza a ser más selectivo en el tipo de medios de comunicación a los que concede entrevistas. El Internet sigue siendo un poderoso instrumento para su difusión, razón por la que están constantemente actualizando el sitio web de su compañía disquera, Mil Records. El manejo de las relaciones públicas sigue siendo importante, sobre todo para obtener contratos de presentaciones, pero observo que se vuelven también selectivas.
- g) Acorde. Observación: Intenso reciclaje de ideas al interior del grupo podría limitar su creatividad, sobre todo en el área visual.

Radio Global

- a) No presenta divisiones. Del proyecto de radio se desprende el de Radioglobal Toy Co.
- b) No realizaron una inversión inicial. Sólo uno de los integrantes se dedica de tiempo completo al proyecto.
- c) Están divididos por tareas: programación radial, responsable técnico, diseño e imagen y coordinación general. Es el único equipo que depende del apoyo de sus colaboradores. En este sentido, es el que más utiliza la red social.
- d) La dinámica reveló que no tienen una estrategia definida de trabajo, y que su organización es relajada. Sin embargo, están atentos a las formas de organización de otros grupos para incorporarlas a su funcionamiento.
- e) Las colaboraciones principales son constantes-precisas y constantes-generales.

- f) La estación está interesada en continuar su campaña de publicidad, la cual consiste en familiarizar al público con su nombre e imagen a partir de la difusión de mensajes atractivos, que causen incertidumbre, provoquen y desconcierten al auditorio o a los espectadores.
- g) Acorde. Observación: Requiere de una estrategia de organización y de esclarecer conceptos de imagen y visión del proyecto a largo plazo.

Conclusiones finales

El objetivo de esta investigación fue conocer un aspecto de la producción artística, la organización, y el papel que juegan las relaciones sociales articuladas en la red de artistas como apoyo y principal estrategia para la realización de sus obras y eventos. Desde un principio señalé que observaba una manera particular de producción artística a nivel local fundamentada en la adaptación de los artistas al ámbito específico de la frontera de Tijuana, tanto en su geografía como en sus prácticas sociales.

La principal característica de la producción artística es que descansa sobre una red social. Considero que las implicaciones que esto tiene para el mundo artístico tijuanense son relevantes: por una parte, sugiere una mayor autonomía de las actividades y proyectos de los artistas con respecto a los objetivos y lineamientos institucionales, tanto del sector público como del privado, en materia de promoción cultural y de arte; sin embargo, las relaciones flexibles, informales y de confianza que sustentan la red social también evidencian –de acuerdo con esta investigación--, un alto nivel de vulnerabilidad e inestabilidad laboral, improvisación y, paradójicamente, desconfianza. Esto se debe, según yo, a la falta de desarrollo de un mundo artístico profesional con procedimientos estandarizados para la obtención de recursos y desarrollo de carreras en las artes.

Considero que el mundo artístico es un reflejo de la estructura urbana de la ciudad: el crecimiento demográfico ha generado demasiada presión sobre la incipiente estructura urbana, lo cual ha propiciado la polarización de niveles de vida, rezagos en infraestructura vial, de servicios, educativa, deportiva, cultural; de igual manera, la atención que reciben los artistas locales por parte de la prensa nacional e internacional, de la academia, y de los circuitos del arte, ha fragmentado la endeble e inmadura estructura institucional del mundo artístico local. Sin embargo, como lo he dicho para la ciudad, el mundo artístico *funciona*, esto es: no es un fenómeno caótico, debido a que los individuos sobrepasan sus escollos (la burocracia y la falta de espacios de exhibición, por ejemplo) y corrigen sus defectos (abren nuevos espacios, realizan eventos, exponen sus obras,

establecen contactos con exhibidores fuera ciudad). Todo lo anterior refleja un gran dinamismo, una característica que define a la ciudad. Entonces, veo que las normas y convenciones de las prácticas sociales en la ciudad están introyectadas como maneras de operar en el mundo artístico; por lo tanto, en el mundo artístico tijuanense, no hay reglas ni convenciones estables ni mucho menos permanentes; hay flexibilidad hasta rayar en la improvisación; la funcionalidad y las respuestas coyunturales prevalecen en todas las prácticas así como los compromisos «afectivos» y las «lealtades» (las cuales perduran hasta donde la funcionalidad como criterio principal de las acciones lo permite). Muy apenas se distingue algo que podría llamarse profesionalización (que es equivalente a la planeación urbana para la ciudad): todos están de acuerdo en que es necesaria, deseable e insuficiente hasta el momento, pero la inercia de la vida en la ciudad es más fuerte y sólo algunos pueden realizar acciones concretas en este sentido.

Hay en particular tres aspectos que me parecen importantes para el análisis de la organización de los artistas:

a) Su organización en grupos genera confianza, continuidad laboral y estabilidad psicológica lo que les permite tomar mayores riesgos en el planteamiento de sus propuestas. A pesar de que el aspecto económico no esté resuelto, esto es, no haya ingresos fijos y seguros para los integrantes, la percepción de una organización acorde con su proyecto estimula a sus participantes a continuar en él. Por lo tanto, este es un aspecto que todos los grupos (y de hecho todo tipo de asociaciones) debiera fortalecer, pues es una fuente importante de conflictos y deterioro de las relaciones al interior de la agrupación, y finalmente, menoscaba la capacidad creativa del grupo – sobre todo en los casos en que la dirección del proyecto continúa en ellos mismos--.

b) La organización de los artistas de esta investigación es de tipo empresarial, por lo que son empresas-artísticas y culturales. La división de funciones, su manejo de la imagen y la presentación pública, el tipo de colaboraciones que establecen y su utilización de la red confirman este punto. Pero además, todos venden servicios profesionales relacionados con sus áreas de formación. Su organización como empresas es la que les permite desarrollar sus proyectos artísticos y culturales.

Este es un fenómeno recurrente en el mundo de las artes: la mayoría de los graduados de las escuelas de artes visuales, cine, letras y música en los países desarrollados trabajan en la iniciativa privada en áreas relacionadas con la publicidad y la mercadotecnia, y de manera paralela a sus trabajos, realizan proyectos personales de arte. Es frecuente encontrar en las reseñas de las revistas de artes plásticas a jóvenes que iniciaron sus carreras como diseñadores (gráficos, textiles o industriales) de compañías transnacionales para luego seguir una carrera en el mundo de las artes. En las letras ha ocurrido algo similar, en especial en el campo de la poesía, pues la mayoría de los graduados de esta área ya no permanecen en la academia (como docentes, como ocurría hace algunas décadas), sino que buscan otro tipo de trabajos que les permitan subsistir e incluso autofinanciar sus publicaciones –cuya circulación está limitada sólo a un cierto sector especializado de la sociedad--.

c) Los integrantes de los grupos están dispuestos a abrir espacios para la colaboración de otras personas, pero, en general, no están interesados en la incorporación de nuevos elementos. Esto me parece que fortalece la utilización de la red de artistas, ya que ésta implica el establecimiento de relaciones informales, flexibles y de confianza. El trabajo en grupos, por el contrario, tiene como valor principal la formalidad (en algunos casos incluso legal), y la flexibilidad pero también la especialización de tareas y rutinas de trabajo. Tanto en la red como en los grupos un aspecto fundamental es la confianza, sin embargo esta se origina de manera distinta en cada uno de ellos: en el grupo a partir de la organización; en la red por las relaciones sociales, las trayectorias profesionales y las identificaciones y oposiciones. La renuencia a la incorporación de nuevos integrantes en el grupo es un mecanismo de defensa de las estructuras de poder al interior de la agrupación, pero también una medida práctica de conservación de la estabilidad grupal, ya que no serían agrupaciones funcionales si existiera un ingreso continuo de elementos; no al menos en su etapa de consolidación.

Considero que los artistas son el reflejo de un sector económico complejo, el de la clase media (media-alta, media, media-baja), y del habitus o prácticas sociales que lo distinguen. Me

parece que la categorización de todos los integrantes en la clase media me permitió tener un panorama general de los grupos, pero que sin duda desdibujó las diferencias de estrato entre los integrantes, incluso, entre los de un mismo grupo. Estoy consciente de la amplitud del rango de clase media que utilicé; sé que si se les compara es posible determinar una marcada diferencia de nivel económico y social entre algunos de los integrantes. No obstante, consideré que en la clase social intervienen también otros elementos como son el acceso a las mismas escuelas, los lugares comunes de esparcimiento, incluso, los gustos musicales y el uso recurrente y familiarizado de tecnologías analógicas y digitales. Además como un factor que los identifica está el pertenecer a una misma generación, pues todos se encuentran en un rango aproximado de 20 años entre los más chicos de edad, 25, y los más grandes, 40-45.

En las identificaciones entre los integrantes de los grupos también se encuentra el género. Esta es una perspectiva que no abordé en mi trabajo que me parece relevante dada la composición de los grupos: en Nortec y Radio Global sólo hay hombres, pero poseen colaboraciones de mujeres que son notables y que ellos mismo subrayaron como por ejemplo, en ambos casos, Jhoana Mora, y Ángeles Moreno y Gaby Núñez para Nortec; por otro lado, en Yonke Art el 50% del grupo está formado por mujeres (2 de 4 elementos), al igual que en Bulbo (9 de 18). Pienso que sería interesante conocer las relaciones de poder y negociación que ocurren al interior de los grupos analizados desde la perspectiva de género, los roles que hombres y mujeres desempeñan, las visiones sobre la organización, y sobre los proyectos grupales. Esta es una tarea pendiente.

Me parece que en la construcción de su identidad la dimensión que ocupa un mayor peso es la estratégica o la racionalidad instrumental, más que la apropiación del rol y el compromiso o visión de su realidad personal. En particular me refiero a su identidad artística. Veo que existe un desgaste del término «artista» que se manifiesta aún entre quienes lo aceptan como etiqueta. Los estereotipos negativos relacionados con la palabra están tan profundamente arraigados, que es difícil pensar que pueda llegar a recuperar su significado original (lo cual, además, es contrario a la naturaleza de los signos o símbolos, pues estos cambian, mutan, evolucionan, precisamente en la

medida en que son utilizados en la vida cotidiana). Entonces, la adscripción y apropiación del concepto de artista es más una cuestión estratégica y funcional que analítica.

Creo que el rechazo de los artistas a ser catalogados bajo esta etiqueta es fundamental para detonar cambios al interior del mundo artístico local, en el sentido de reconsiderar actitudes, costumbres, vicios e inercias en el ámbito. Su crítica se dirige a señalar prácticas sociales dañinas en el mundo del arte (como el «estarismo» y la «coronación del artista» tanto en la música como en las artes visuales), lo cual no se resuelve sólo a partir de redimensionar el uso y connotación del signo a fin de reflejar originalidad, creatividad, transfiguración de ideas, imágenes y sentimientos en nuevos lenguajes; sino que esto también implica un cambio en las condiciones objetivas que construyen al signo.

La connotación actual de las políticas culturales sigue estando relacionada con el trabajo burocrático de las instituciones públicas de promoción cultural. Pero, como he expuesto, desde la década de los noventas las políticas se refieren a todas las intervenciones que en el campo cultural realizan los artistas, los medios de comunicación, el público, la sociedad civil organizada y, por supuesto, las instituciones públicas. Como ya lo he mencionado, considero que son los artistas jóvenes tijuanenses los que están renovando los sistemas simbólicos de esta ciudad fronteriza, al producir una obra que representa su sociedad; recupera y transforma los usos de sus espacios públicos; explora sus sonidos, historias, mitos e imágenes.

El arte y las expresiones creativas son el resultado de la colaboración social, y de manera particular, de la participación en los mundos artísticos. En el caso de los artistas tijuanense, esta colaboración no sólo ocurre porque requieran de un equipo de trabajo para realizar sus proyectos, sino también porque la colaboración en la red social de artistas es una estrategia fundamental para afrontar la escasez de recursos destinados a la cultura y el arte en la ciudad. El resultado de esto no es sólo la realización de sus obras y eventos, sino también una más abundante producción, lo que les permite, finalmente, participar en circuitos de arte y de medios de comunicación más allá del contexto local, todo lo cual ocurre a pesar de las políticas institucionales de cultura. Aquí también

es importante anotar que existe una línea de apoyo a estos grupos de artistas por parte de las instituciones públicas, en particular, pero que éstas atraviesan en la actualidad un periodo de crisis (económica, pero me parece que en especial de organización y planeación) que limita sus posibilidades de acción. En este sentido considero que también sería conveniente profundizar sobre la estructura y funcionamiento de las instituciones públicas de cultura y sus oportunidades de desarrollo, no obstante los recortes presupuestales.

Por último, observo también que la frontera es un factor esencial en la formación del estilo de vida y en las prácticas sociales de los artistas; una ventaja de la que han sacado provecho en sus vidas personales, pero especialmente, para fortalecer sus proyectos artísticos y mediáticos. La práctica de sus relaciones sociales está construida, constreñida y mediada por el espacio, que es la expresión concreta del conjunto histórico en el que se especifica una sociedad. Hay una relación dialéctica entre prácticas sociales y espacio, por lo que no se pueden entender de manera aislada. El hábitus, en este caso el de clase media tijuanense, ocurre en un tiempo y espacio que es el fronterizo, pero que debido precisamente a las prácticas sociales, es un tiempo y espacio fronterizo singular. Me parece que en la construcción social de la realidad de los tijuanenses intervienen los procesos de apropiación, recreación e interiorización de las reglas y convenciones de larga duración (sin tiempo ni espacio) de esta sociedad; las instituciones como formas fenoménicas de las reglas y convenciones, y, por supuesto, la geografía, como objeto de representación y apego afectivo, como símbolo de pertenencia socio-territorial que los sujetos integran a su propio sistema cultural.

La acción interpretadora de los tijuanenses no se separa de su realidad vivida: Tijuana es un escenario poblado por múltiples signos y con una diversidad de prácticas sociales que son inherentes al espacio en todas las escalas y en todos los ámbitos de la conducta humana, aunque la concepción misma del espacio fronterizo aparezca sutil y siempre en evolución.

Apéndice fotográfico

Radio Global



Dead penguin.



La bomba.



Burro Tijuana.



Composición que utiliza publicidad del desaparecido mercado Limón (mujer).



Robot.



Postal de Radio Global.

Nortec



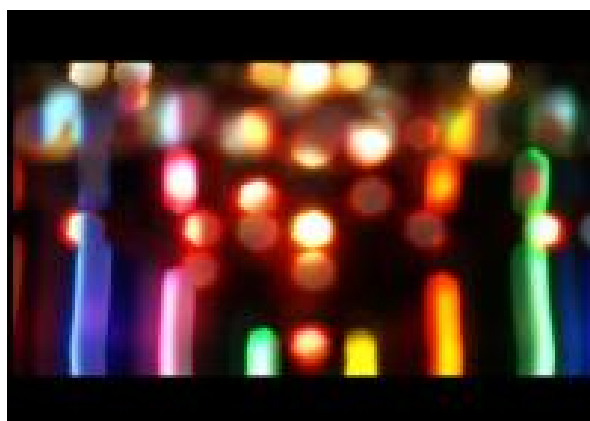
Bostich; al fondo, Jorge Verdín (Foto: Gonzalo González).



«Niero», tomada del sitio web de vj Mashaka.



Verdegaby, ChBrown y Mashaka.



Jorge Verdín, ChBrown, Mashaka y Crosthwaite.



«Tune up», tomada del sitio web de vj Mashaka.



**World Electronica Festival en el Hollywood Bowl,
25 de julio, 2004 (Foto: Cortesía Nortec).**



Concierto en Mexicali (Foto: Cortesía Nortec).

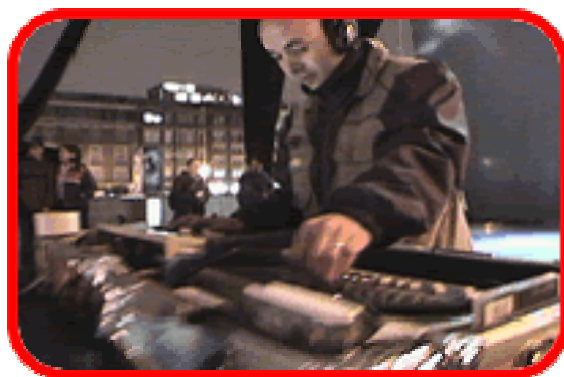


Nortec City en Jai Alai, 3 de marzo, 2001 (Foto: Cortesía Nortec).

Bulbo



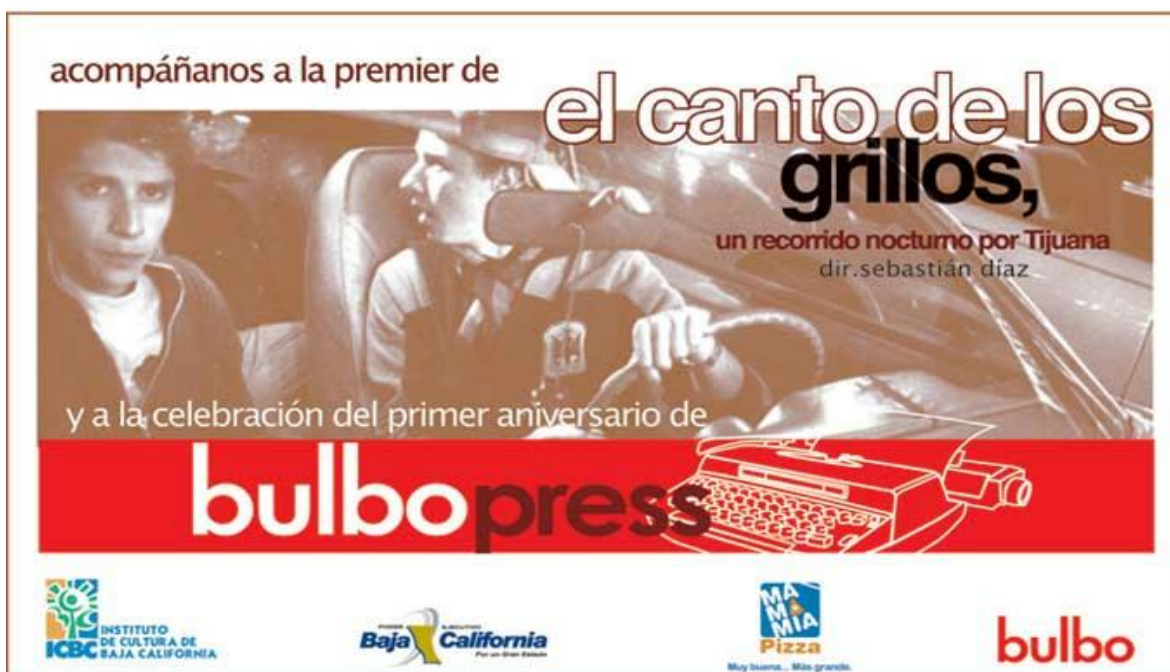
Video still de La Parka en corto sobre lucha libre. Tomada de Bulbo Web.



Video still de Bostich. Tomada de Bulbo Web.



En producción: iz. José Luis; der. Sebastián. Tomada de Bulbo Web.



Flyer para la presentación del primer largometraje de ficción de Bulbo en Tijuana (15 de julio, 2004).
Tomada de Bulbo Web.

desde la frontera

bulbo

jueves 8 pm centro (6 pacífico)
canal 22 CONACULTA



las cámaras de bulbo salieron a aventurarse en el salvaje mundo de estas criaturas poseedoras de un código genético envidiable. Este documental esta dedicado a todos los que son bellos por dentro.



en EUA por el canal 418
de Direct TV
www.bulbo.tv

Flyer electrónico de Bulbo TV en Canal 22. Tomada de Bulbo Web.

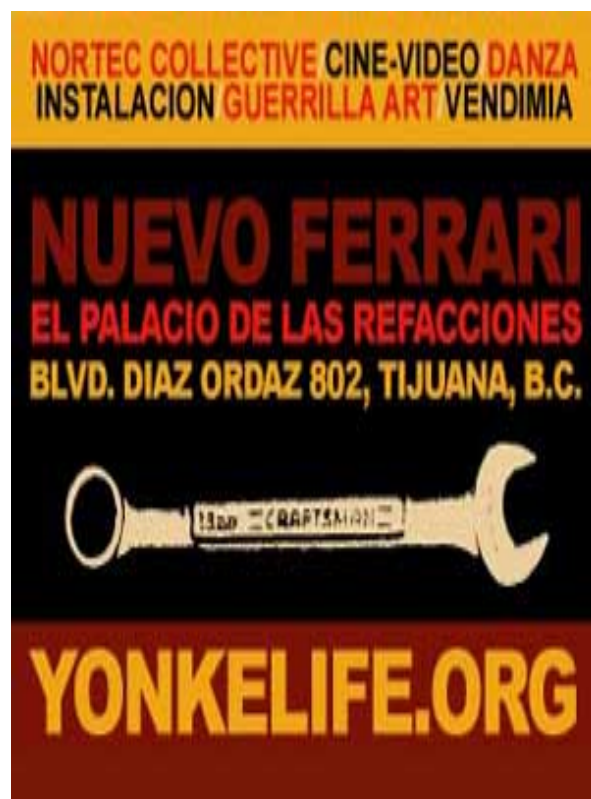
Yonke Art



Video still «Bárbara sabroso dancer» de Iván Díaz. Tomada del sitio web de Yonke Art.



Flyer Cineumático. Tomada del sitio web de Yonke Art.



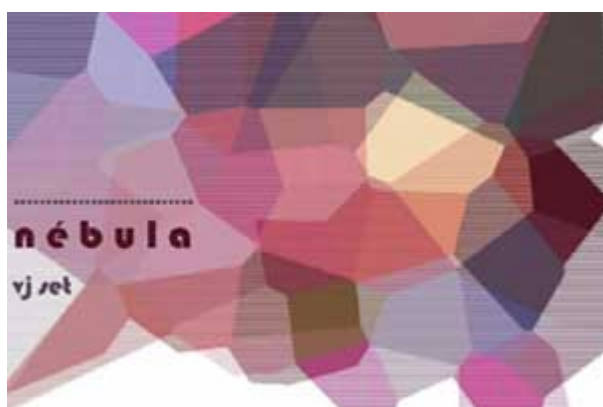
Flyer Yonke Frontier Life. Tomada del sitio web de Yonke Art.



Foto de «Cortos Circuitos» de Itzel Martínez del Cañizo.
Tomada del sitio web de Yonke Art.



Luciérnaga de Itzel Martínez del Cañizo. Tomada del sitio web de Yonke Art.



Vj Nébula, Adriana Trujillo. Tomada del sitio web de Yonke Art.



Vj Piniaman, Iván Díaz. Tomada del sitio web de Yonke Art.

Bibliografía

AGUILAR BARAJAS, 1993. *Descentralización Industrial y Desarrollo Regional en México. Una evaluación del programa de parques industriales*, El Colegio de México, México.

ALBRIGHT, D. 2003. «Tales of the City: Applying Situationist Social Practice to the Analysis of the Urban Drama», *Criticism*, Wayne State University Press, vol. 45, no. 1, Detroit, invierno, pp. 89-108.

AMPARÁN, 1996. «Obstáculos y problemas de una generación perdida», *Fronteras*, año 1, volumen 1, no. 3, CONACULTA.

APPANDURAI, A., 2004. «Geography, Imagination and the Traffic in the Everyday» (charla), en *InSite_05 Conversations*, Institute of the Americas: Hojel Auditorium, UCSD.

ARUGUETE, G. «Redes sociales: Una propuesta organizacional alternativa», <http://www.practicasgrupales.com.ar>, s/f.

AUTONOME A.F.R.I.K.A. GRUPPE, 2002. «Communication Guerrilla-Transversality in Everyday Life?», www.republicart.net/disc/artsabotage/afrikagruppe01_en.htm.

BAL, M., 1991. *Reading «Rembrandt»: Beyond the Word-Image Opposition*, Cambridge University Press, Cambridge y Nueva York.

BARAJAS ESCAMILLA Y FUENTES, 1994. «Competitividad y especialización industrial en la frontera norte», *Ciudades*, no. 21, enero-marzo, pp. 32-39.

BARTH, F., 1998. «Introduction», en *Ethnic Groups and Boundaries. The Social Organizations of Culture Difference*, Waveland Press, Prospect Heights, Illinois, pp. 9-38.

BARTHES, R., 1999. «La muerte del autor», en *El susurro del lenguaje*, Paidós, Barcelona.
-----, 1993. *La aventura semiológica*, Paidós, España.

BAUDRILLARD, J., 1983. *Simulacra and Simulations*, Semiotext(e), Nueva York.
-----, 1988. *Selected Writings*, Polity, Cambridge.

BECKER, H. S., 1984. *Art Worlds*, University of California Press, Berkeley, Los Ángeles y Londres.

BENJAMIN, W., 1936. «The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction», www.bid.berkeley.edu/bidclass/readings/benjamin.html (artículo).
-----, 1988. *Dirección única*, Alfaguara, Madrid.
-----, 1990. *Tentativas sobre Brecht. Iluminaciones III*, Taurus, Madrid.

BERGER Y LUCKMAN, 1995. *La construcción social de la realidad*, Amorrurtu, Buenos Aires.

BERTAGNA, 2003. «Artists Chinois 1979-2003/Chinese Artists 1979-2003», *Art Press*, no. 290, mayo.

BHABHA, H., 1994. *The Location of Culture*, Routledge, Londres y Nueva York.

BLANCORNELAS, J., 2002. *El cártel. Los Arellano Félix: la mafia más poderosa en la historia de América Latina*, Plaza & Janés.
-----, 2003. *Horas Extras. Los nuevos tiempos del narcotráfico*, Plaza & Janés.

BLÁÑQUEZ Y MORERA, 2002. *Loops: Una historia de la música electrónica*, prólogo de Simon Reynolds, Mondadori, Barcelona.

BOURDIEU, P., 1997. *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Anagrama, Barcelona.

-----, 2002. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Taurus, México.

BORGATTI Y FOSTER, 2003. «The New Paradigm in Organizational Research: A Review and Tipology», *Journal of Management*, 29, no. 6, pp. 991-1013.

BRADLEY, DEBROISE, MESQUITA Y YARD, 1998. «Tiempo privado en espacio público: un diálogo», *InSite 97*, Installation y CONACULTA-INBA.

BRISEBOIS. «Sobre la confianza», *Cuadernos Empresa y Humanismo*, no. 65, sin fecha.

BULBO, 2004. Grupo focal, 14 de abril, duración 1 hora, 52 min.

-----, 2004. Entrevista con Nortec, Programa Radio Bulbo, 20 de abril.

BUSTAMANTE, J. A., 1992. «Relaciones México-Estados Unidos. Reflexiones para un marco teórico», *Decadencia y auge de las identidades. Cultura nacional, identidad cultural y modernización*, José Manuel Valenzuela Arce (comp.), Programa Cultural de las Fronteras, COLEF, pp. 91-118.

CABRERO MENDOZA, 2000. «Usos y costumbres en la hechura de las políticas públicas en México. Límites de las Policy Sciences en contextos cultural y políticamente diferentes», en *Gestión y políticas públicas*, vol. XI, no. 2.

CÁCEDA, A. 2004. «Grafitijuana2004.1», *Bitácora*, año 6, no. 386, p. 6.

CAETANO, G., 2003. «Políticas culturales y desarrollo social. Algunas notas para revisar conceptos», *Pensar Iberoamérica*, no. 4, junio-septiembre, <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric04a01.htm>.

CAMPBELL, SCOTT Y FAIRSTEIN, 1997. *Readings in Planning Theory*, Blackwell Publisher, Malden, Massachusetts.

CAPELÁN, J., 2002. «Globalización: Branding & Antibranding», *Heterogénesis*, núm. 38, Asociación de Arte Mulato Gil, Lund, Suecia.

CARRANZA VALDÉS, J. 2002. «Cultural Development Indicators: Towards a New Dimension of Human Well-Being», *Simposio Internacional en Estadísticas Culturales-UNESCO*, 21 a 23 de octubre de 2002, Québec.

CARRILLO Y HUALDE, 2000. «Desarrollo regional y maquiladora fronteriza: peculiaridades en un cluster electrónico en Tijuana», *Mercado de Valores*, vol. IX, no. 10, octubre, p. 45-56.

CARVALHO, D., 2003. «Disarranged: Panorama 2003 of Brazilian Art», *Flash Art*, 36, nov.-dic.

CASCONI, K., 2002. «Laptop Music. Counterfeiting Aura in the Age of Infinite Reproduction», *Parachute*, no. 107, 52-9.

CLIFFORD, J., 1995. *Dilemas de la cultura. Antropología, literatura y arte en la perspectiva posmoderna*, Gedisa, Barcelona.

COELHO, T., J. MARTÍN BARBERO, R. FUENTES NAVARRO, et al. 2002. «La democratización de la cultura» (discusión grupal), *Revista Renglones*, no. 51, ITESO, mayo-agosto, 2002, p.121-126.

COOKE Y MORGAN, 1998. *The Associational Economy. Firms, Regions and Innovation*, Oxford University Press, Oxford, cap. 8.

DÁVILA, O. M., 2004. Entrevista, 26 de julio.

DAVIS, 1992. *City of Quartz. Excavating the Future in Los Angeles*, Random House, Nueva York.

-----, 1995. «Learning from Tijuana», www.rut.com

-----, 1998. *Ecology of Fear: Los Angeles and the imagination of disaster*, Metropolitan Books, Nueva York.

-----, 2002. *Dead Cities and other tales*, The New York Press, Nueva York.

-----, Hiatt, et al., 1990. *Fire in the Heart. The Radical Politics of Place in America*, Verso, Londres y Nueva York.

DENNIS, L. «Is Generation-X a Media Fabrication or a Real Sociological Category?», www.users.fl.net/~lydenal/GEN-X.htm.

DURÁN, J., 2001. «Border Crossings: Images of the Pachucos in Mexican Literature», *STCL*, Vol. 25, No. 1, invierno, pp.140-171.

DUSSEL, 1995. *Pensar globalmente y actuar regionalmente*, editorial Jus, México, pp. 433-463.

EJIVAL, 2001. «Tijuana Sessions», *No Cover*, no. 5, febrero, pp. 26-31.

ESPINOZA VALLE, V. A., 1998. *Alternancia política y gestión pública: el Partido Acción Nacional en el gobierno de Baja California*, COLEF, Tijuana.

-----, 1999. «Preferencias electorales, alternancia política y gobiernos en el norte de México», *El Cotidiano*, no. 73, enero-febrero, p. 86-94.

FADON VICENTE, 1997. «Evanescent Realities: Works and Ideas on Electronic Art», Leonardo on-line, <http://mitpress2.mit.edu/e-journals/Leonardo/isast/spec.projects/fadon/fadon.html>.

FÉLIX BERUMEN, H., 2003. *Tijuana, la Horrible. Entre la historia y el mito*, COLEF y Librería El Día, Tijuana.

FERNÁNDEZ, M., 1998. «New Canons, Old Histories. Neo-Colonial Strategies and Electronic Media Art», *Astrolabe Online Journal*, <http://www.accad.ohio-state.edu/Astrolabe/journal/inaugural/fernandez.html>.

GADAMER, 1994. *Verdad y Método*, ediciones Sígueme, Salamanca.

GARCÍA CANCLINI, N., 1987 (ed.). *Políticas culturales en América Latina*, Grijalbo, México, pp. 13-59.

-----, 1990. *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, México, 391 pp.

-----, 1994. «La desintegración de la ciudad de México y el debate sobre culturas urbanas», en *De lo local a lo global. Perspectivas desde la Antropología*, Néstor García Canclini, Amalia Signorelli, Renato Rosaldo, y otros, UAM, pp. 15-37.

-----, 1995. «Políticas culturales urbanas en América Latina», en *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, pp. 79-90.

-----, 1998. «Arte desurbanizado, desinstalaciones fronterizas», en *InSite 97, Installation y CONACULTA-INBA*.

-----, 1999. «Opciones de políticas culturales en el marco de la globalización», *Informe Mundial sobre la Cultura. Cultura, creatividad y mercados*, Editorial UNESCO.

-----, 2003a. «Rewriting Cultural Studies in the Borderlands», en Dear y Leclerc (eds.), *Postborder City. Cultural Spaces of Baja California*, Universidad del Sur de California, Routledge, Estados Unidos.

-----, 2003b. «Antropología y estudios culturales: una agenda de fin de siglo», en Valenzuela Arce (coord.), *Los estudios culturales en México*, Biblioteca Mexicana, CONACULTA y FCE, pp. 34-55.

GARTON, L., C. HAYTHORNTHWAITE Y B. WELLMAN, 1997. «Studying online social networks», JCMC, <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue1/garton.html>.

GARZA, G., 1992. *Desconcentración, tecnología y localización industrial en México. Los parques y las ciudades industriales, 1953-1988*, El Colegio de México, México.

- GEERTZ, 1973. *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, Inc., Nueva York.
- , 1988. *Works and Lives. The Anthropologist as Author*, Stanford University Press, Stanford, California.
- GIMÉNEZ, G., 1996. «Territorio y cultura», en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, época II, volumen II, número 2, diciembre, pp. 9-30.
- , 2003. «¿Culturas híbridas en la frontera norte?», *Regiones de México*, Año 1, No. 3, abril, CONACULTA.
- GIOIA, D., 2003. «Disappearing Ink: Poetry at the End of Print Culture», *The Hudson Review*, Vol. LVI, no. 1, primavera.
- GOLD CALO, C., 2003. «Public Art/Private Art. Dichotomy or Intersection?», en *Public Art Review*, 15, no. 1, Otoño-invierno.
- GOLONU, B., 2001. «Torolab», *Artweek*, 32, no. 7/8, julio-agosto.
- GOMBRICH, 1995. *The Story of Art*, Phaidon Press, Ltd., 16a. ed., Londres.
- GRASSKAMP, W., 1994. «Art and Money: Scenes from a mixed marriage» en Ton Bevers (ed.), *Artists-Dealers-Consumers. On the social world of art*, Hilversum Verloren, Rotterdam.
- GREIMAS, 1980. *Semiótica y ciencias sociales*, Fragua, España.
- GUEPIERE, A., 2004. Entrevista, 15 de marzo.
- GUILLÉN LÓPEZ, T., 1993. *Baja California 1989-1992: alternancia política y transición democrática*, COLEF-UNAM, Tijuana.
- , 1996. *Gobiernos municipales en México: entre la modernización y la tradición política*, COLEF, Tijuana.
- HASSAN, I., 1987. *The Postmodern Turn: Essays in Postmodern Theory and Culture*, Ohio State University Press, Columbia.
- HERNÁNDEZ QUEZADA, 2002. «Tijuana & literatura», *Bitácora*, año 6, no. 305.
- HERRERA, M., 1993. «Las prácticas culturales y la sabiduría cotidiana de los pueblos: alternativas ante y para el desarrollo», en *Hacia nuevos modelos de relaciones interculturales*, Guillermo Bonfil Batalla (comp.), CONACULTA, colección Pensar la cultura, pp. 114-126.
- IGLESIAS, N., 1985. *La flor más bella de la maquiladora: historia de vida de la mujer obrera en Tijuana*, B. C. N., SEP-CEFNOEX, México.
- , 1990. «Medios de comunicación en la frontera norte», Fundación Manual Buendía y Programa Cultural de las Fronteras-SEP, México.
- , 2002. «Artistas transfronterizos. Panorama general del video-arte en Tijuana», trabajo guía para la serie «Fronteras», Festival MexArts.Berlín, Alemania.
- , 2003. «Border Representations. Border Cinema and Independent Video», en Dear y Leclerc (eds.), *Postborder City*, USC, Routledge, Estados Unidos.
- , MONTEZEMOLO Y SANDOVAL, 2003. «Producción artística, fronteras y representación. Tijuana a través de las producciones artísticas y su redefinición como espacio urbano transfronterizo», mimeo, proyecto de investigación.
- , 2004. «La ciudad como espacio artístico», *Milenio semanal*, mayo 10, pp. 76-77.
- JENCKS, C. 1986. *El lenguaje de la arquitectura posmoderna*, Gustavo Gili, Barcelona.

KAUFMANN Y RAUNING, 2002. «Anticipating European Cultural Policies. II. Overcoming the Vague and the Hollow. Towards New Concepts of Cultural Politics», <http://www.eipcp.net/policies/text/part2.htm>.

KLEIN, J., 1975. *El estudio de los grupos*, FCE, México.

KLEIN, N., 2001. *No Logo*, Flamingo, Barcelona.

KLIKSBERG, 1998. «El rol del capital social y de la cultura en el proceso de desarrollo», en *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*, Kliksberg y Tomassini (comps.), Banco Interamericano de Desarrollo, Fundación Felipe Herrera, Universidad de Maryland y Fondo de Cultura Económica.

KREBS, 2002. «An Introduction to Social Network Analysis», <http://www.orgnet.com/sna.html>.

KUN, J. 2004. «The New Border Aesthetic», *Los Angeles Time Magazine*, enero 18.

LEFEBVRE, 1976. *Espacio y política. El derecho a la ciudad*, vol. II, Colección Historia, ciencia y sociedad Península, Barcelona.

LEIGH, 2002. «Asian Exports: Contemporary Chinese Artists find Western Audience», *Art and Antiques*, 25, no. 22.

LEYDIER, 2003. «Chine: demain pour aujourd'hui/China: Contemporary and Recent», *Art Press*, no. 290, mayo.

LYOTARD, J. F., 1989. *La condición posmoderna*, REI, Buenos Aires.

MACHADO, 1995. «Video Art: The Brazilian Adventure», Leonardo on-line, <http://mitpress2.mit.edu/e-journals/Leonardo/isast/spec.projects/machado.html>.

MALAGAMBA ANSÓTEGUI, 1986. «La televisión y su impacto en la población infantil de Tijuana», *Cuadernos CEFNOMEX*, Tijuana, Baja California.

MADRID, A. L. «Cultural Undercurrents, Musical Religiosities/Contracorrientes culturales: Religiosidades Musicales», http://www.hemi.nyu.edu/eng/seminar/usa/workgroups/musicalreligiosities/papers/Paper_A..., s/f.

-----, 2002. «Navegando ideologías entre culturas: prácticas de significación en la música de Nor-tec», Actas del Congreso Latinoamericano IASPM, México, <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspm/mexico/articulos/Madrid.pdf>.

MARÍAS Y RINTALA, 1975. «Generaciones», Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, dir. David L. Sills, vol. 5, Aguilar, España.

MÁRQUEZ SUÁREZ, L., 1996. *Políticas culturales en el espacio regional: El gobierno federal y Baja California en el contexto del discurso neoliberal*, tesis de maestría en Desarrollo Regional, El Colegio de la Frontera Norte, mimeo.

MARTÍNEZ AGOSTINI, 2002. «Globalización y arte», *Heterogénesis*, no. 38, Asociación de Arte Mulato Gil, Luna, Suecia.

MCLUHAN, H. M., «Herbert Marshall McLuhan» (entrevista), en *Teoría de la Imagen*, Salvat Editores, s/f.
-----, 1980. *El medio es el mensaje*, Paidós, Barcelona.

MEHTA, 2003. «Contemporary Chinese Art Finds a Place in Art History», *Art Business News*, 30, no. 12.

MEJÍA ARANGO. «Balance de las políticas culturales latinoamericanas», <http://boards1/malodysoft.com/app?ID=concejocultura&msg=3>, s/f.

MENDOZA LÓPEZ, R. 1999. «Electrónica en la frontera», en Valenzuela y González (comp.), *Oye cómo va. Recuento del rock tijuanaense*, CONACULTA-CECUT, SEP e Instituto Mexicano de la Juventud, pp. 134-139.

MICHAELSEN Y JOHNSON, 2003 (comp.). *Teoría de la Frontera. Los límites de la política cultural*, Gedisa, Barcelona.

MING WAI JIM, 1999. «Inside Out: New Chinese Art», *Parachute*, no. 95.

MONSIVÁIS, C., 1989. «Cultura urbana y creación intelectual. El caso mexicano», en *Cultura y creación intelectual en América Latina*, Pablo González Casanova (coord.), 2ª edición, siglo XXI, pp. 25-41.

-----, (1998): «De la frontera y el centro. Encuentro de mitologías», en *Procesos culturales de fin de milenio*, José Manuel Valenzuela Arce (comp.), CONACULTA-CECUT, pp. 167-181.

MONTEZEMOLO, F., 2001. «Ritualscape-Xavantescape-Visualscape», *Avatar*, Meltemi, no. 1, marzo.

-----, 2002. «Arte come "Altrità"», *Avatar*, Meltemi, no. 3, mayo.

-----, 2003(a). «Conversando con Renato Rosaldo», *Revista de Antropología Social*, 12, 321-345.

-----, 2003. «Queer Aztlán», *Revista de Estudios de Género*, 16, Universidad de Guadalajara, diciembre.

MONTPIED, B. 2000-2001. «Outsider Art, the Situationist Utopia: A Parallel», *Southern Quarterly*, 39, no. 1/2, otoño-invierno.

MYERS, S., 2004. «The Artist as Curator and Critic», en *Metalsmith*, 24, no. 1.

NORTEC COLLECTIVE, 2001. «The Tijuana Sessions Vol. 1», Palm Records, Mil Records, Nueva York (CD).

-----, 2004. Grupo Focal, 8 de mayo, duración 1 hora, 35 min.

OCDE, 1997. *Regional Development and Structural Policy in México*, OCDE, París.

OLSON, M., 1995. *The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusets, Londres.

PALLINI, V., 1997. «El rol del Estado en las políticas culturales», en *Un enfoque antropológico sobre políticas culturales: El Teatro Municipal General San Martín*, tesis de licenciatura en Ciencias Antropológicas, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, mimeo.

PAOLETTA, M., 2004. «The Beats Go On», *Billboard*, 116, no.10, 6 de marzo.

PAYNE, M., 2002 (comp.). *Diccionario de Teoría Crítica y Estudios Culturales*, Paidós, Buenos Aires.

PLATT, 2002. «Brazil, Pakistan, India: Contemporary Artists/Historial Contexts», *Art Papers Magazine*, 26, mayo-junio.

POMBO, 2003. «Ecología Urbana» (nota de clase y de campo), Maestría en Desarrollo Regional, COLEF, octubre-diciembre.

RADIO GLOBAL, 2004. Grupo focal, 21 de abril, duración 3 horas, 18 min.

RAUSELL Y TORREJÓN. «Cultural Production and Diversity», Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Valencia, mimeo, s/f.

REYGADAS, L. 2001. «Entre la homogeneidad y la fragmentación: el sujeto en los estudios contemporáneos sobre cultura», *Iztapalapa*, tema: El sujeto: construcción y desconstrucción, no. 50, enero-junio, pp. 167-190.

REYNOLDS, S., 1999. *Generation Ecstasy. Into the world of techno and rave culture*, Routledge, Nueva York.

RODRÍGUEZ-GRANDJEAN, s/f. «Experiencia, tradición, historicidad en Gadamer», mimeo.

ROEMER, A. Y A. CASTELLANOS, 2002. «Cultural Information Systems and Cultural Indicators: The Experience of Mexico», Simposio Internacional en Estadísticas Culturales-UNESCO, 21 a 23 de octubre, Québec.

ROSALDO, R., 1991. *Cultura y verdad. Nueva propuesta de análisis social*, Colección Los Noventa, CONACULTA-Grijalbo, 229 pp.

ROSIQUE, R. 2004. «Palabras Rezagadas sobre el Arte Contemporáneo en Tijuana», Bitácora, año 6, no. 386, pp. 7 y 11.

SAAVEDRA, R. 1999. «Terminal Norte. Los espacios para el rock tijuanense en los noventa», en Valenzuela y González (comp.), *Oye cómo va. Recuento del rock tijuanense*, CONACULTA-CECUT, SEP e Instituto Mexicano de la Juventud, pp. 140-159.

-----, 2002. «Tijuana en San Francisco», Bitácora, año 7, no. 346.

SAID, E. W., 2002. «Introducción», en *Orientalismo*, Editorial Debate, España, pp. 19-54.

SANZ MENÉNDEZ, L., 2003. «Análisis de redes sociales: o cómo representar las estructuras sociales subyacentes», Apuntes de Ciencia y Tecnología, No. 7, Documento de Trabajo, Unidad de Políticas Comparadas, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Grupo de Investigaciones sobre Políticas de Innovación, Tecnología, Formación y Educación, Madrid, España.

SASSEN, S. 2001. «La ciudad: Lugar estratégico/Nueva Frontera», Quaderns d'Arquitectura i Urbanisme, Formentera, Col Legi d'Arquitects de Catalunya, Barcelona, pp. 6-11.

SCHIBLI, M., 2002. «¿Hay un mundo de arte globalizado?», Heterogénesis, no. 38, Asociación de Arte Mulato Gil, Luna, Suecia.

SCHÖLLHAMMER, G., 1999. «Art in the Era of Globalization», www.republicart.net/disc/mundial/schoellhammaer01_en.htm.

SHOLETTE, G., 2002. «Some Call it Art. From Imaginary Autonomy to Autonomous Collectivity», en http://www.eipcp.net/dislurs/d07/text/sholette_en.html.

SMITH, 2004. «China's Avant Garde», en <http://www.china-avantgarde.com/>.

STANLEY, D., 2002. «Beyond Economics: Developing Indicators of the Social Effects of Culture», Simposio Internacional en Estadísticas Culturales-UNESCO, 21 a 23 de octubre, Québec.

STEVENSON Y GREENBERG, 2000. «Agency and Social Networks: Action in a Social Structure of position, Opposition, and Opportunity», Administrative Science Quarterly, 45, no. 4, 651-678.

STOLOVICH, L. «La producción cultural: agentes y mercados de trabajo», en <http://www.alast.org/PDF/Marshall2/MT-Stolovich.PDF>, sin fecha.

THORSBY, D., 2001. «Cultural Policy», en *Economics and Culture*, Cambridge University Press, Reino Unido, 137-152.

TRASFORINI, 2003. «From Urban cultura to Media Cultura: A case Study of Ferrara», The Journal of Arts Management, Law, and Society, vol. 32, no. 4, pp. 257-264.

TRUJILLO MÉNDEZ, 2001. *El cine y video independiente en Tijuana de 1996 al 2000*, tesis de licenciatura en comunicación, Universidad Autónoma de Baja California, mimeo.

TYLOR, E. B., 1898. *Anthropology. An Introduction to the Study of Man and Civilization*, D. Appleton and Company, Nueva York.

-----, 1958. *The Origins of Culture*, vol. 1, Harper & Row, Nueva York y Evanston.

URTEAGA CASTRO-POZO, 1999. «El rock mexicano: el sonido del silencio», en *Oye cómo va. Recuento del rock tijuanaense*, coord. José Manuel Valenzuela Arce y Gloria González, Centro Cultural Tijuana e Instituto Mexicano de la Juventud, México.

VALENZUELA ARCE, J. M., 1993. «Ámbitos de interacción y consumo cultural en los jóvenes», en N. García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, colección Pensar la cultura, CONACULTA, pp. 384-414.

-----, 1998 (a). «Entre lo público y lo privado: nuevas mediaciones en los espacios de frontera», en *Procesos culturales de fin de milenio*, José Manuel Valenzuela Arce, (comp.), CONACULTA- CECUT, pp. 219-250.

-----, 1998 (b). «La construcción sociocultural de los espacios públicos», en *InSite 97*, Installation y CONACULTA-INBA.

-----, 2002. *Jefe de jefes. Corridos y narcocultura en México*, Raya en el agua y Plaza & Janés, México.

-----, 2003 (coord.). *Los estudios culturales en México*, Biblioteca Mexicana, CONACULTA y FCE, pp. 15-33.

-----, 2004. *Paso del Nortec. This is Tijuana*, Editorial Trilce, Océano, COLEF, CONACULTA, CECUT, UNAM, Instituto Mexicano de la Juventud.

VARNEDOE, ANTONELLI Y SIEGEL, 2001. *Modern Contemporary. Art at Moma since 1980*, The Museum of Modern Art y Harry N. Abrams, Inc., Nueva York.

VENTURI, SCOTT BROWN Y IZENOUR, 1991. *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form*, The MIT Press, Cambridge, Massachussets y Londres.

VILA, P., 2003. «Processes of Identification on the U.S.-Mexico Border», en *The Social Science Journal*, 40, pp. 607-625.

WALD, E., 2001. *Narcorrido: un viaje dentro de la música de drogas, armas y guerrilleros*, Rayo y Harper Collins Publishing, Estados Unidos.

WHEELER, B. B., 2004. «The Social Construction of an Art Field: How Audience Informed the Institutionalization of Performance Art», *The Journal of Arts Management, Law and Society*, vol. 33, no. 4.

YARD, S., 1998. «Historias sobre nuestra cuadra y la vuelta de la esquina: proyectos de enlace con la comunidad» (trad. Mónica Mayer), en *InSite 97*, Installation y Conaculta, San Diego y Tijuana.

YÉPEZ Y LINARES, 2002. «Literatura como adicción: entrevista con Heriberto Yépez», tercera y última parte, *Bitácora*, año 6, no. 285.

YONKE ART, 2003-2004. Dossier.

-----, 2004. Grupo Focal, 5 de mayo, duración 2 horas, 33 min.

ZAVALA, H., 2003. Entrevista, agosto.

ZOLBERG, 2003. «Current Challenges for Cultural Policy: New Meanings of Community», *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, vol. 32, no. 4, pp. 295-307.

ZÚNIGA, V., 1993. «Promover el arte en una ciudad del norte de México (los proyectos artísticos en Monterrey, 1940-1960)», *Estudios Sociológicos*, vol. XI, no. 31, pp. 155-181.

-----, 1997. «Política cultural en la frontera norte», en *Estudios Sociológicos*, XV, no. 43, pp. 187-211.

Revistas y periódicos

Bitácora, 2002, 2003 y 2004. Números: 269, 285, 291, 293, 302, 305, 308, 309, 310, 312, 317, 341, 346, 363, 384.

Bulbo Press, 2004, no. 6, abril-mayo.

Cambio, 2001. Edición especial, Año 1, no. 28, 16 al 22 de diciembre.

Día siete, 2004. «El proyecto Roken», no. 206, 27 de junio.

Expansión, 2001. «Monstruos de la mercadotecnia», año XXXII, no. 83012, diciembre.

Frontera, 1999. Suplemento cultural «Minarete», año 1, no. 7, 12 de septiembre.

Gear, «Mexican Electronica Seriously», s/f.

Milenio diario, 2004. 20 de abril.

Milenio semanal, 2004. «En Tijuana, un grito creativo», 10 de mayo.

Newsweek en español, 2002. «Las nuevas mecas culturales del mundo», 2 de septiembre.

Proceso, 2004. «Tijuana, la tercera nación...», no. 1437, 16 de mayo.

Rolling Stone, 2001. Reseña, 21 de junio.

Time, 2001. Edición especial, octubre 15 y «Warhol's Border Patrol», s/f.

Zeta, 2004. Números: 1577 y 1579.

Sitios Web

www.acamonchi.com
www.bostich.org
www.bulbo.tv
www.caltranzit.net
[www.community.audiovisualizers.com/
mashaka](http://www.community.audiovisualizers.com/mashaka)
www.culturacuadro.org
www.dijazz.com
www.discosinvisibles.com
www.ejival.blogspot.com
www.fussible.com
www.hiperboreal.com
www.kimika.org
www.malandro.org
www.milrecords.com
www.nor-tec.org
www.nor-tec.org/tercera_nación/
www.orbit.4t.com
www.pgbeas.blogspot.com
www.pressless.org
www.quesuenelacalle.org
www.quimerista.blogspot.com
www.radioglobal.org
www.rafadro.blogspot.com
www.religioustolerance.org/newage
www.rut.com
www.soyentrepreneur.com
www.staticdiscos.com
www.tijuana.gob.mx
www.tijuanabloguitafront.blogspot.com
www.torolab.com
www.uncutfilmes.blogspot.com
www.yonkeart.org
www.zetatijuana.com
www.zu33.com/frontierlife
www.zu33.com/moog

Lista de imágenes

Imagen 1. «La Mona». Tomada del sitio web del Center for Art and Public Life.

Imagen 2. De la serie fotográfica «Caleidoscopios» de Itzel Martínez del Cañizo, Yonke Art. Fuente: sitio web Yonke Art.

Imagen 3. Video still del documental «La Estrella Dancing Hall» realizado por Itzel Martínez del Cañizo (Yonke Art) y Sergio Brown, «Checo» y José Luis Martín, «Huicho» (Nortec Visual). Fuente: sitio web Yonke Art.

Imagen 4. «Washaman» de José Luis Martín, Nortec. Tomado de: www.community.audiovisualizers.com/mashaka.

Imagen 5. Presentación de Nortec en Centro Cultural Tijuana en la presentación del programa de televisión Fusiones (29 de julio, 2004). Foto: Liliana Galván.

Imagen 6. Familia de personajes de Radio Global. Fuente: Elías Mora.

Imagen 7: En la oficina: al frente, «Fab», al fondo, Eduardo. Foto: cortesía Radio Global.

Imagen 8. Video still de anuncio publicitario. Tomado de Bulbo Web.

Imagen 9. De izquierda a derecha: David Figueroa, Cristina Velasco, Eduardo Navarrete, José Luis Figueroa, Carla Pataky y Miguel Ángel Álvarez. Tomado de Bulbo Web.

Imagen 10. En vivo y a todo color (marzo, 2003). Foto: Gonzalo González.

Imagen 11. Video still de «Cruise(ando)» de Iván Díaz, Yonke Art. Fuente: sitio web Yonke Art.

Imagen 12. De izquierda a derecha: Adriana, Itzel, «Sajjad» e Iván. Fuente: sitio web Yonke Art.

Imagen 13. «En vivo y a todo color», evento organizado para el primer aniversario de Bulbo TV, en el Centro Cultural Tijuana. Foto: Gonzalo González.

Imagen 14. «Deconstructomanía» en Diagnósticos Urbanos (24 de octubre, 2002), Centro Cultural Tijuana. Iván Díaz (iz.) y Sal V. Ricalde (der.) Fuente: sitio web Yonke Art.

Imagen 15. Video still «Asfalto» de Adriana Trujillo, Yonke Art. Fuente: sitio web Yonke Art.

Imagen 16. Video still «La Estrella Dancing Hall» de Itzel Martínez del Cañizo, Yonke Art, y Sergio Brown y José Luis Martín, Nortec Visual. Fuente: sitio web Yonke Art.

Imágenes 17 y 18. Acamonchi en «Grito Creativo» (arriba) y «Tijuana, corazón Creativo» (abajo), parte del programa de Tijuana, la Tercera Nación. Tomado del sitio web de Acamonchi.

Imagen 19. Dj Horse en Radio Global. Foto: cortesía Radio Global.

Imagen 20. En la oficina de Radio Global: iz. Ulises Legarreta; der. Mauricio Cuevas, el «Fab». Foto: cortesía Radio Global.

Imagen 21. Postal de Radio Global. Fuente: Elías Mora.

Imagen 22. Stand de Bulbo. Foto: Liliana Galván.

Imagen 23. «Mano a mano», Nortec. Tomado de: www.community.audiovisualizers.com/mashaka.

Imagen 24. Video still de «Que suene la calle», Yonke Art. Fuente: sitio web Yonke Art.

Imágenes 25 y 26. Nortec junto con la Banda Agua Caliente en el Cecut en la presentación del programa Fusiones el 29 de julio, 2004. Fotos: Liliana Galván.

Imagen 27. Público en presentación de Nortec, Jai Alai. Foto Gonzalo González.

Imagen 28. Instalación en Yonke Frontier Life, 14 de septiembre, 2002. Foto: Liliana Galván.

Imagen 29. Pepe Mogt, Nortec. Foto: Gonzalo González.

Imagen 30. Video still de «Cruise(ando)» de Iván Díaz Robledo, Yonke Art. Fuente: sitio web Yonke Art.