

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**“Análisis de identidad, interacción y consumo en el Festival
Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino 2014”**

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
Comunicación y Cultura

PRESENTA:

Xochitl Citlalli Fonseca Salazar

Director del Trabajo recepcional

Mtro. Juan Carlos López Martínez

Ciudad de México, abril 2016.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.



Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino, Domingo 30 de marzo 2014, escenario "Indio"
Fotografía: Xochitl Citlalli Fonseca Salzar.

Agradecimientos

Mi amada familia

Desde lo más profundo de mi corazón dedico estas líneas a mi amada familia, con su apoyo han sido un pilar de valores. Mis padres les dedico esta tesis, porque con sacrificio y esmero han estado ahí para mí al mostrarme la ruta de la vida con amor incondicional y enorme sabiduría. Mi hermano mayor, que para mí es un ejemplo a seguir, con gran cariño le agradezco que me haya brindado su apoyo en la lectura y las recomendaciones para mejorar este texto y a mi hermano menor, que para mí es un orgullo reconocerle sus logros y con sus palabras de aliento me ha asistido.

La academia

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México le doy las gracias por abrirme las puertas hacia el saber, donde conocí diferentes maneras de pensamiento que forjaron en mí una perspectiva crítica, además por el apoyo para la impresión y empastado de este ejemplar

En particular a mi director de tesis, Juan Carlos López Martínez, quien le agradezco su paciencia, dedicación y aliento, así como a mis lectores las lecciones y aprendizajes que me ayudaron en el camino del conocimiento que empleo día con día.

Social

A mis amigos que estuvieron presentes en este pasaje de enseñanza, crecimiento personal, escolar y laborallos llevo siempre presentes en mí.

Gracias a cada uno de ustedes.



Índice

Introducción	4
1. - Música rock	11
1.1.- Antecedentes	12
1.1.1.- La construcción del <i>rock</i> en los años sesenta	17
1.1.2.- Art rock	18
1.1.3.- Heavy metal	20
1.1.4.- Punk	22
1.1.5.- <i>Rock</i> de Estadio	25
1.1.6.- <i>Rock</i> Alternativo	27
1.1.7.- <i>Rock</i> Indie	29
1.2.- Contracultura	31
1.2.1 Expresiones contraculturales	33
1.3.- El rock en México	35
1.3.1 Primeros pasos: <i>Rock and roll</i> en la década de los cincuenta	35
1.3.2 De los café cantantes a la censura: década de los sesenta.	39
1.3.3 Otras formas de hacer <i>rock</i> década de los setenta	43
1.3.4 Los lugares del <i>rock</i> : década de los ochenta	47
1.3.5 Los medios, conciertos universitarios y el <i>rock</i> en la década de los noventa	49
2.- Historia de los festivales musicales	56
2.1.- Antecedentes	56
2.2.- Festival rock y ruedas: Avándaro	58
2.3.- 1972 a 1999 Periodo de transición de los nuevos festivales musicales en México.	61
2.3.1.- La Iniciativa Privada y los conciertos de <i>rock</i> en México	64
2.3.2.- Apertura neoliberal a los conciertos masivos de <i>rock</i> en México: El TLCAN	65
2.4.- Festival Iberoamericano de Cultura musical: Vive Latino	67
2.5.- Después del Vive Latino	91
3.- Estado del arte	93
4.- Marco teórico	109
4.1.- Identidad	112
4.1.1.- Identidad colectiva e identidad individual	113
4.1.2.- Estratificación social	114
4.2.- Culturas juveniles	119



4.2.1.- Subculturas juveniles	124
4.2.1.1 Pachucos	126
4.2.1.2 Cholos	127
4.2.1.3 <i>Hippies</i>	128
4.2.1.4 <i>Punks</i>	129
4.3.- Interaccionismo simbólico	130
4.4.- Consumo	134
4.4.1.- Consumo Cultural	136
4.4.2 Prácticas culturales	137
4.4.2.1.- Valor de uso, de cambio y simbólico	139
4.4.3.- Hibridación	140
5.- Estrategia metodológica	143
5.1.-Selección de técnicas utilizadas	145
5.2.- Diseño de instrumentos	146
5.3.- Cuadro descriptivo de los instrumentos de investigación	148
6.- Análisis de los resultados	151
6.1.- Identidad del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino	151
6.1.1 Identidad Musical	159
6.1.2 Identidad colectiva e identidad individual	171
6.2 Interacción simbólica en el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino.	181
6.2.1 Interacción musical	186
6.3 Consumo del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino 2014	211
7.- Conclusiones	243
8. Bibliografía	252
8.1 Bibliografía Marco Histórico	255
8.2 Bibliografía Estado del Arte	259
Anexo 1 Imágenes del Foro Sol	262
Anexo 2: Resultados cuantitativos del Cuestionario	266
Anexo 3: Cuadros de etnografía interpretativa.	280



Introducción

El gusto por la música *rock* comenzó desde que era muy pequeña, ya que a mis padres les ha gustado desde siempre este tipo de música, los clásicos como *Creedence Clearwater Revival*, *los Rolling Stones*, *Black Sabbath*, entre muchos otros, fue por ello que mi interés creció por ese tipo de música.

Al crecer y comenzar a formar mi identidad en la adolescencia el interés sobre la música *rock* la seguí alimentando gracias a los amigos, con los que compartía música y gustos similares, así como al descubrir nuevos grupos o diferentes estilos como era el *ska*, y el *reggae* que en esos momentos era la principal oferta musical que había.

Por ser jóvenes no podíamos asistir a los eventos que se hacían en el salón conocido como “El Rayo”, lugar donde llevaban a las bandas a tocar por un módico precio de no más de 200 pesos, por lo que nos limitábamos a ver los carteles que había pegados en los postes, pero estaba presente la sensación de que algún día podríamos ir.

El mi interés sobre los festivales musicales comienza cuando el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino tenía apenas seis años de vida. La propuesta de presentar el festival de varios días en donde se reunían grupos de todos los géneros musicales del *rock* me llamaba la atención.

Además la importancia que mis amigos le daban al festival era importante, pero aun así no pudimos asistir. Fue hasta el 2008 que asistí al festival y el acercamiento se hizo realidad. Me tocó interactuar con la gente que ahí estuvo, los músicos desde el escenario y con la alegría de compartir esta experiencia musical.

Fue una grato momento en la cual me interesó el proceso de consumo e identidad que ahí se gesta, ya que desde que llegué a las inmediaciones de la Ciudad Deportiva se podían vislumbrar a los amigos comprando sus cervezas porque

dentro del inmueble el costo era más elevado, así como las playeras o recuerdos del mismo festival.

En cuanto a la interacción, me llamó la atención el comportamiento de la gente con el artista. Si no les gustaba su música, simplemente bastaba una guerra de basura aventándola hacia el escenario para bajarlo y que se llamara al siguiente para seguir la fiesta. Con algunos otros la identificación era tan grande que portaban playeras y el cántico de los temas famosos era el proceso de interacción entre el público y el artista con la finalidad del espectáculo.

En lo personal me interesa analizar el interaccionismo simbólico del consumo dentro del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino porque en los años que he asistido he podido vislumbrar un panorama de compra desmedida de los artículos que ahí se exhiben y van desde la música de los artistas presentes hasta los recuerdos del evento, es por ello que el lenguaje que reina es el consumo. Además determinar la magnitud del cambio que ha sufrido este festival desde su creación contracultural hasta convertirse en un evento de masas fortalecido por la industria

Por tanto la construcción del objeto de estudio se llevó a cabo desde la elección del tema que precisamente es el análisis sobre el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino, las preguntas que enriquecen esta indagación son:

(1) ¿De qué manera los jóvenes se relacionan con el Festival Vive Latino para convertirlo en consumo cultural?, de este modo partimos del consumo que la juventud tiene dentro del inmueble.

Ahora bien (2) ¿de qué maneras los jóvenes ritualizan el festival? Al tomar en cuenta las acciones que se llevan a cabo para que la juventud ritualice todo lo que tiene que ver con el festival así como la identificación que esto genera, además (3) ¿cómo se presenta la interacción entre el público y el artista? Entonces los sujetos de estudio son los jóvenes asistentes al Festival Iberoamericano de Cultura Musical Vive Latino.

Por todo lo anterior, es necesario contextualizar el Vive Latino desde la historia del *rock* y su trascendencia en México, para comprender el movimiento que emprendieron los jóvenes desde los años cincuentas y la evolución de estos ritmos hasta el día de hoy. Así como también los festivales de música *rock* que han tenido mayor trascendencia en nuestro país.

El Festival *Rock y Ruedas: Avándaro* fue el principal concierto de *rock* realizado en México al principio de la década de los setenta, donde las expectativas de los organizadores se vieron sobrepasadas debido a la cantidad de jóvenes que asistieron a Valle de Bravo, Estado de México. Después de ese festival los conciertos se siguieron realizando de manera clandestina en *hoyos funkys*, explanadas delegacionales, deportivos hasta que en 1998 llegó el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino, en el cual los jóvenes se concentran año con año, nutriendo a este festival de nuevas propuestas musicales, así como el nuevo público que es acaparado.

También se hace una breve indagación sobre la contracultura, porque es un aspecto importante para determinar hechos históricos que se han llevado a cabo, si bien este apartado también puede considerarse como un concepto, es válido contemplarlo dentro de un esquema de tiempo para poder comprender su historia.

La metodología con la cual se realizó dicha indagación es mixta, del tipo descriptivo explicativo, ya que fue pertinente para demostrar con datos duros la construcción de un festival musical, así como tomar en cuenta al público que consume este tipo de productos culturales y de esta manera se completó los pasos a seguir sobre esta tesis de consumo cultural e interacción simbólica dentro del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino.

Por otro lado se hacen indagaciones sobre el estado del arte que se encuentra dividido por cuatro apartados que son los siguientes: juventud, festivales musicales, el género de música *rock* y el consumo cultural. Clasificándolos de esa manera es que se puede comprender las aportaciones que cada investigación ha hecho en su rubro.

El Festival Iberoamericano de Cultural Musical: Vive Latino ha tenido una trascendencia de 15 años, en la cual se ha transformado durante todo este tiempo, como ejemplo tenemos los costos del boletaje, la comida y bebida, así como también los recuerdos de cada festival que año con año no pueden faltar. Además el consumo de artistas que se conjuntan en el festival para brindar un espectáculo a los jóvenes asistentes.

Pero ¿cuál es el problema central del Vive Latino? Es porque comenzó como una apuesta para formar parte de la corriente contracultural y hoy en día es uno más de la industria cultural, generando expectación cada año para poder conocer el cartel de las bandas que se presentarán, con ello al salir a la venta los boletos los jóvenes saben si quieren asistir para ver a las bandas o solistas de su preferencia.

Esto ha implicado la explotación comercial del Vive Latino y el consecuente incremento de los precios, por esta razón se ha vuelto un problema para los jóvenes de ciertos estratos sociales que no tienen el suficiente poder adquisitivo para comprarlo, a esto hay que sumar los costos de los alimentos y los recuerdos están elevándose cada vez más y ha dejado de lado la bandera contracultural con la cual inició.

Es aquí cuando se cuestiona al Vive Latino como creador de consumo cultural musical de los jóvenes a través de un festival en donde el género “rock” es la bandera creando una identificación con los asistentes.

Ahora bien, la problemática del Vive Latino es que después de una trayectoria de quince años se ha consolidado como una fuente de consumo cultural para los jóvenes que asisten, pero no sólo por el entretenimiento que ofrece, sino también por las prácticas culturales que se reafirman a través de la industria cultural y adoptadas desde el consumo y eso enajena a los sujetos que exigen cada vez una nueva demanda.

Por lo tanto, socialmente es un evento importante, ya que han pasado quince años en los que se han realizado cambios en la forma de consumir este festival, por lo tanto juega un papel de suma importancia en la vida de la juventud, porque es un

lugar de expresión de ideas, pero al mismo tiempo las venden, ya que la industria cultural presenta a este festival como un producto rentable de entretenimiento y con el pasar de los años se ha legitimado como una oferta cultural en México.

Entonces el objetivo de esta investigación es indagar sobre el consumo y el interaccionismo simbólico de los jóvenes que asisten a ver a las bandas de *rock* del festival vive latino los días 28, 29 y 30 de Marzo de 2014 dentro del Foro Sol específicamente en los escenarios “Indio”, “Unión Indio” y “Zona de marcas”

¿Por qué se acotó de esta manera? porque son los escenarios donde hubo mayor presencia de jóvenes a la hora de realizar los espectáculos, mientras que en la zona de marcas fue donde la gente se acercaba para observar los productos que se estaban comercializando, sin perder la oportunidad de visitar la pequeña franja del Tianguis Cultural del Chopo.

De esta forma los objetivos específicos quedan definidos de la siguiente manera:

(1) Describir el interaccionismo simbólico que hay entre el público asistente y el artista en el espectáculo que se presenta en los escenarios “Indio” y “Unión Indio” los días 28,29 y 30 de marzo 2014.

(2) Analizar las prácticas de consumo de necesidades primarias y necesidades secundarias de los jóvenes asistentes que se manifiesta en el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino en los escenarios “Indio”, “Unión Indio” y “Zona de marcas”.

(3) Observar e identificar los rasgos identitarios de los grupos del género *rock* que se presentan en los escenarios “Indio” y “Unión Indio” los días 28,29 y 30 de marzo 2014.

Afirmaciones

Los jóvenes cosifican al artista a través de sus canciones, entonces si el artista se convierte en un actor social se le deja de consumir.

La posición social de los jóvenes asistentes interviene en las estrategias culturales de consumo.

La identidad del festival la que se ve apropiada por los jóvenes asistentes al adquirir recuerdos del evento.

A mayor popularidad de los artistas es menor la interacción que tienen con los jóvenes asistentes y si no son populares la interacción es mayor con el público.

Justificación

Esta tesis es propositiva, ya que enriquece la indagación sobre los festivales musicales de *rock* en nuestro país, aportará conocimiento y análisis desde las teorías post estructuralistas de donde retomaré los conceptos de Néstor García Canclini y Gilberto Giménez. Además retomo conceptos de la corriente del interaccionismo simbólico de Erving Goffman. Y desde la teoría crítica se analizan los aspectos del consumo dentro de una sociedad capitalista que es enajenada por las propuestas de la industria cultural.

Por otra parte, se aborda el concepto de contracultura en el marco socio-histórico, debido a que el Vive Latino se definió desde el inicio como contracultural y por esta razón se ahondó en su historia, que se puede definir desde la concepción de la misma como ideas, valores, prácticas y creencias de la minoría que no siguen los patrones dominantes de la cultura hegemónica ni su ideología.

La contracultura fue retomada en el discurso de la creación del festival, de esta manera se incluyó a los movimientos juveniles y musicales de fines de los años noventa. Después de quince ediciones de este evento, el concepto de contracultura ha sido sobrepasado y dejado de lado en los discursos, ya que uno de sus campos de estudio dedicado a las culturas juveniles se ha mercantilizado, mientras nuevas emergen con el concepto de subalternada frente al poscolonialismo que hay en la cultura a través de la globalización, tratados de libre comercio y desde luego la ideología y hegemonía de los países dominantes.

Ahora bien la tesis se encuentra fundamentada en tres ejes que son: la identidad, la interacción y el consumo cultural, partiendo del recuento de catorce años de Vive Latino y analizando específicamente el festival cuando cumplió quince años en el 2014, así como el público que asiste a este evento.

La indagación se realizó con una metodología mixta cuya aportación cualitativa es la etnografía interpretativa de conciertos masivos o festivales musicales y de sus asistentes, además de la observación participante con registro que fundamentó los cuadros de análisis de la etnografía, mientras la entrevista semidirigida argumenta casos específicos sobre los tres ejes de investigación.

El cuestionario fue formulado para conocer datos duros sobre la construcción del Festival Vive Latino 2014, en cuanto a los artistas que se presentaron en esa edición y sobre todo agruparlos para indagar en la estructura del festival por género musical, nacionalidad, horarios de presentaciones para delimitar el campo de estudio.

De esta manera es como se encuentra construida esta tesis y las conclusiones se dividen en tres partes para poder comprender el universo del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino 2014.

1. - Música rock

*People try to put us d-down
(Talkin' 'bout my generation)
Just because we get around
(Talkin' 'bout my generation)
Things they do look awful c-c-cold
(Talkin' 'bout my generation)
I hope I die before I get old
(Talkin' 'bout my generation)*

(The Who, My Generation, 1965)

Este apartado se encuentra dedicado a la historia del *rock* como género musical, cuyos orígenes abarcan desde el *blues* que sin duda es referente cultural afroamericano hasta el sonido *country* de los irlandeses, esto ocurrió en los años cincuentas y la amplia variedad de los géneros que se crearon a partir de las fusiones fueron el *rockabilly*, el *country rock*, *rhythm and blues*, *doo-wop* y *rock and roll*.

La fusión de todos estos ritmos fue para crear un nuevo estilo musical que converge en la cultura afroamericana y blanca migrante, todo esto dentro de movimientos culturales que afloraron con contraculturas e identidades afirmando diferencias de clase y generación con un amplio reclamo hacia la sociedad para entretener o protestar tal como se describe a continuación:

El *rock* es una música tonal, no armónica que forma parte del arte y de las manifestaciones culturales, principalmente de las que se han denominado culturas híbridas [...] es una música que surge tanto en países evolucionados como tercermundistas, en ámbitos mega urbanos como provincianos, sirve de diversión a las clases medias y como manifestación de protesta a los grupos sociales depauperados; lo mismo recurren sus intérpretes a instrumentos musicales electrónicos como a instrumentos folklóricos o arcaicos (Trujillo, 2001:12).

Por lo tanto, esta hibridación cultural por parte de los ritmos afroamericanos con los ritmos de la gente blanca fue lo que formó al *rock*, pero todo este proceso fue lento y tuvieron que pasar años para poder transformarse en lo que es hoy en día,

si bien parte del *blues* que proviene de la expresión de protesta de los negros en Estados Unidos se comprende que sus cánticos manifestaron la actitud de resistencia.

Por ello, la juventud lo comenzó a adoptar por la fuerte identificación que sintieron con el nuevo género, ya que “el *rock* como contracultura” (Trujillo, 2001:15) fue una expresión de la propia cultura popular, porque “[...] ha mostrado la capacidad real de la juventud para generar formas de expresión y comunicación propias” (Trujillo, 2001:116).

Ahora bien la formación de grupos anglosajones exitosos fue el parteaguas para el nacimiento de diferentes géneros derivados del rock en las siguientes décadas como el *art rock*, *heavy metal*, *punk*, *rock de estadio*, *rock alternativo*, *rock indie*, entre otros.

Las influencias del *rhythm and blues* no se hicieron esperar en México, por esta razón se aborda el impacto e historia del rock en español y la fuerte influencia en la juventud que ejerció este nuevo ritmo musical, además de la prohibición gubernamental hasta la aceptación dentro de la industria musical en nuestro país.

1.1.- Antecedentes

Los sonidos precursores de la música *rock* se encuentran en los cánticos africanos que se encontraban viviendo en Estados Unidos debido a la migración y esclavismo del que fueron presas las colonias inglesas en el continente africano. Las melodías estaban relacionadas con el trabajo, el dolor, la desdicha o sobre alguna creencia espiritual.

Con el paso del tiempo y la evangelización de estas comunidades se crearon coros de iglesia, en donde los afroamericanos entonaban canciones de corte religioso para deleitar a la congregación situada en la parte sur de Norteamérica.

Para finales del Siglo XIX y principios del siglo XX se encuentran los primeros vestigios del *blues*, entonado por *Buddy Bolden*, *W.C.Handy* y *Ma Rainey* que se

encargaron de expandir la fusión de los cánticos religiosos y de las situaciones cotidianas con instrumentos como clarinetes, cornetas y cítaras.

Las improvisaciones de estos nuevos cantantes demostraron la importancia de expresión de la clase trabajadora y la forma en la que se fue unificando gracias a la popularidad que tenía en las reuniones de los obreros y campesinos de la época.

Para 1920 el *blues* contaba con mayor número de exponentes que se aventuraron en la travesía de grabar un primer sencillo instrumental, el cual se realizó con los elementos rudimentarios que recordaban los primeros aportes a este género en asenso.

Uno de los exponentes del *blues* fue “*Blind Willie Jonhson*, un evangelista callejero con una atemorizante voz cargada de emoción, fue dotado de un exquisito sentido de la melodía, del tiempo y del tono; usando una navaja de bolsillo o un anillo como *slider* para duplicar las inflexiones de su voz o para producir una inolvidable frase con solo un punteo de una sola cuerda” (Trujillo, 2001: 42).

La introducción de las guitarras ocurrió por la incursión de otros instrumentos de cuerda para destacar nuevos sonidos y con ayuda de otros objetos crear efectos dentro de la música o la propia voz del cantante, como lo hacia Willie Jonhson y otros de sus colegas.

El *blues* se extendió por la costa este de Estados Unidos, por el río Mississippi, ya que comunica a varios estados del sur con el centro y el norte de ese país. De esta manera la ciudad de Memphis, Tennessee fue uno de los grandes bastiones de este género musical, porque recopiló sonidos campiranos, *hillbilly* y hasta el *jazz*, así como exponentes que ya formaban sus primeras agrupaciones como ninguna otra ciudad.

Las bandas emblemáticas y con mayor reconocimiento fueron *Los Memphis Jung Band*, *Memphis Minnie*; ambas lideradas por *Will Shade*, con quien esas

agrupaciones grabaron varios discos de 78 r p.m.¹ (revoluciones por minuto), con los cuales difundieron su música y acaparaban seguidores,

Luego en otras ciudades se extendió la grabación de vinilos de “78” revoluciones pero con otras características musicales como el *Blues* de 12 cuerdas que fue originario de Texas. Mientras que para el norte se realizaron las primeras grabaciones de *jazz*.

Una de las características del *jazz* es que comparte el origen de *blues* con los sonidos africanos, pero mediante la migración hacia el norte de Estados Unidos fue formando sus particularidades musicales con la música clásica y otras corrientes.

De esta manera es que geográficamente se puede dividir la costa Este de Estados Unidos para mencionar que el *blues* pertenece a la zona sur y el *jazz* a la norte. Donde los músicos afroamericanos tenían estudios sobre la música clásica, pero por parte de la segregación se les impedía pertenecer a cualquier orquesta, entonces esa minoría comenzó a formar las agrupaciones de *jazz* en Nueva York.

Haciendo una revisión de la historia se puede entender que estas expresiones son la base de otros géneros musicales que se fusionaron para crear otros, como ejemplo está el *blues* con el *swing* del *jazz*, del cual resultó el *rhythm and blues* y este último en conjunción con el *country and western* formaron la base del *rock and roll*.

La fusión de sonidos del cual se originó el *rhythm and blues* fue por las migraciones de los artistas sureños hacia otras partes de Estados Unidos, como:

[...] la virginiana Ruth *Brown* y *Clyde McPhatter*, de Carolina de Norte, fueron a Nueva York. Los artistas de Delta Arthur “Big Boy” Crudup, sonny boy Williamson y Muddy Waters se trasladaron a Chicago y los tejanos T-Bone Walker, Charles Brown y Amos Milbur grabaron en Los Ángeles. Estos rasgos regionales colorearon la textura del más temprano *rhythm and blues*, ya que los músicos del Sur se llevaron algo de su *down-home* con ellos a la ciudad. En 1945, las condiciones para

¹ 78 rpm es una abreviatura que hace referencia a las primeras grabaciones de discos de vinilo a finales del siglo XIX y principios del siglo XX

el desarrollo del *rhythm and blues* eran óptimas, los trabajadores urbanos tenían dinero para actividades de ocio y para comprar discos (Trujillo, 2001:46).

Para esta época la comercialización de los exponentes del *rhythm and blues* comenzaron su apogeo, tanto que la creciente industria musical de grabación de discos de 78 revoluciones comenzó a ampliar su espectro sobre un género musical que antes despreciaban y no reconocían por la segregación a las comunidades afroamericanas.

Ese desprecio al *rhythm and blues* por las comunidades blancas se manifestó en la denominación *race* para este nuevo género, por ser música creada por negros y consumida por esa misma raza, pero cuando los exponentes antes mencionados cobraron auge dentro de la escena musical la industria acopló a sus propios artistas para popularizar el género del *rhythm and blues* y dejando de lado el nombre despectivo de *race* y lograr que los jóvenes de la posguerra consumieran una mercancía que no acoplaba los valores de los afroamericanos.

Después de algunos años, la fusión del *rhythm and blues* y el *country and western* fue el origen del *rock and roll*, estas dos corrientes musicales diferentes, ya que el *rhythm and blues* es conocido por sus influencias afroamericanas, mientras que el *country and western* pertenece a los sureños blancos. Ambos sonidos integraron nuevos elementos en el origen del *rock and roll* y como principales exponentes se encuentran *Steve Propes* y *Jim Dawson*, quienes fueron según investigaciones los primeros en grabar una canción del género *rock and roll* en 1944.

Bill Hayes y *Elvis Presley* fueron exponentes del *rock and roll*, donde cada uno le imprimió su sello característico para que naciera el *rockabilly*, que se trata de una fusión del *rock and roll* y el *hillbilly*. Presley y su primera grabación titulada “*Blue Moon of Kentucky*” donde este último integró el movimiento de caderas que fue censurado con la creciente industria de la televisión que se encargó omitir el baile y exponer la imagen de la cintura hacia la cabeza.

La industria se apropió de los sonidos afroamericanos transformándolos en una música popular que ignoraba las antiguas demandas de los negros en lucha de la segregación, mercantilizando otro tipo de letras acordes a las situaciones de la

gente blanca. La emergente industria del *rock and roll* fue exportada hacia Reino Unido.

A los músicos ingleses les costó acoplarse a los sonidos provenientes de Estados Unidos, ya que en su territorio carecían de las bases del *rhythm and blues*, del *country and western*, *hillbilly* o el *doo-woop*. Entonces la contribución del Reino Unido hacia la historia del *rock* es la creación de su propio sonido por la amplia experiencia de sus músicos y artistas en el género *jazz* y el *skiffle*.

El *skiffle* fue “entre 1956 y 1961 [...] uno de los grandes motores musicales de la Inglaterra *rock*, y en él se iniciaron muchos músicos y creadores, cantera de la generación *beat*. Ello fue debido a la facilidad tanto expresiva como interpretativa que ofrecía [...]” (Trujillo, 2001: 54), este género musical.

Mientras que el *skiffle* no tuvo tanto reconocimiento en Estados Unidos, en Reino Unido fue la sensación por acoplar nuevos sonidos a la creciente ola de músicos que experimentaron con la gama del *jazz* y formar así el *rock* británico.

Durante este periodo de transiciones, fusiones y descubrimientos musicales cabe señalar que en la época de los años cincuenta destacan otros géneros derivados de las fusiones del *rhythm and blues*, como son el *tex-mex*², *girl-group rock*³ y el *rock chicano*⁴, cada uno con sus diferencias y posiciones geográficas distintas fueron parte de la nueva escena musical que se gestaba en esos años. El crecimiento de la industria musical vino con la disquera *RCA Víctor* que se encargó de grabar a varios artistas reconocidos del momento o a darle difusión a nuevos proyectos.

² El *tex-mex sound* es “un estilo *híbrido* entre la música del norte de México y el *country* y *folk* sureño de los Estados Unidos, con la particularidad de que en Texas, por las características del estado, estos géneros distaban mucho de parecerse a los de Tennessee o Louisiana” (Trujillo, 2001:63).

³ El *girl-group rock* “fue un producto utópico: una utopía de amor entre un chico y una chica, una utopía de sentimientos, de sensibilidad, de anhelo más que todo. El fondo de ello debido a que las burdas condiciones de la industria de grabación habían procurado dirigir a la música emocionalmente rica hacia un buen capítulo de la tesis del arte y el capitalismo” (Trujillo, 2001:65).

⁴ El *rock chicano* está basado en los sonidos del *swing*, el *rhythm and blues* de los primeros años y parte del *rock and roll*, ninguno de estos tiene relación con el *rock* en español (Trujillo, 2001:66).

1.1.1.- La construcción del *rock* en los años sesenta

El *rock* de la década de los sesenta se centra en la fusión del *rhythm and blues*, el *country and western*, el *jazz*, el *rock and roll* y la búsqueda de otros sonidos, ya que la mayoría de la juventud tuvo como fuente de inspiración a “*Robert Johnson* y *Muddy Waters*” (Seven ages of *rock*, my generation: 2007) ya que ellos pertenecían a la clase baja negra que interpretaba *blues*.

Tomando esas bases es que se construyó el primer momento de la escena *rock* en el mundo, los exponentes que llevaron a la cúspide ese manojito de nuevos sonidos fueron los *Rolling Stones* y *The Who*, en donde los primeros imprimieron en su sello musical “la arrogancia y el sexo” y los segundos “la actitud y el volumen” (Seven ages of *rock*, my generation), por otro lado los *Stones* se hicieron famosos por tocar *covers* de *blues*, el más importante se llama “*The last time*”.

También comenzaron a nacer otros exponentes, como *The Yardbirds* donde *Eric Clapton* fue el vocalista, un hombre de *blues* y en sus canciones representaba su dolor. Otros representantes fueron *Cream* y su gran aportación fueron los solos de guitarra debido a que si uno de los músicos seguía tocando los demás se lo permitían. Además era una banda que contaba con grandes talentos y famosa dentro de la escena, ya que había también una lucha de egos, porque todos querían ser los mejores. Su mayor aportación fue la canción “*Sunshine of your love*” y de los grupos ingleses fueron los primeros en viajar a Estados Unidos.

La psicodelia estaba incluida en el ambiente rockero debido a las expresiones artísticas de las portadas de los discos y entre otros diseños, pero también esa psicodelia fue la que llevó a este género musical a un mundo de excesos. Una de esas agrupaciones que utilizó el recuso psicodélico en sus canciones fue *Led Zeppelin*.

Ahora bien, la aportación *The Who* fueron sus grandes melodías y los ensayos en una iglesia, cambiaron la escena musical del *blues* al *rock* con su canción *My Generation*, ya que la propia melodía está inspirada en “la frustración y la ira”. Después de que *Cream* se trasladó a Norteamérica, quienes fueron los segundos

en viajar fueron *The Who* en el festival *pop* de Monterrey en junio de 1967, embriagando a los hippies de amor y respeto.

Mientras tanto los *Rolling Stones* tuvieron su mayor aportación con la historia basada en el *blues* de la canción "*Sympathy for the evil*" que fue toda una innovación dentro del género *rock*. También participaron en el festival de *Altamont* en California en diciembre de 1969, pero este evento estuvo marcado por un accidente, ya que el público asistente se volvió completamente loco y se causaron accidentes como un atropellado en la pista de carreras, un ahogado y hasta un homicidio, después de estos incidentes ya nada fue igual en California.

El fin de la primera era del *rock* se dio con la trascendencia del *blues* al *rock* en acoplamiento de más acordes y la inspiración de las frustraciones que tenía la juventud de la época, necesitaban expresarla y así fue cómo surgió este género musical contracultural.

1.1.2.- Art rock

Esta corriente musical está basada en dos grandes bandas que trascendieron las barreras de la música y el arte, éstas fueron *Pink Floyd* y *The Velvet Underground*. Con estos exponentes el *rock* dio los primeros pasos hacia la escena psicodélica con el uso de drogas como el LSD.

Los años 70s fueron el momento esencial para el desarrollo de nuevas corrientes musicales, pero sin duda la expresión iba más allá de la música que se podía conjugar con el arte y el cine.

De esta manera grandes artistas de la época fueron visionarios sobre este tipo de concepción musical y artística, ya que existía una conexión que demandaba el acoplamiento de estas ramas estéticas para componer el entretenimiento.

Uno de esos artistas involucrados en esta corriente musical fue *Andy Warhol* porque se sentía atraído a lo que el grupo *Velvet Underground* intentaba hacer, ya que buscaban un sonido distintivo pero que fuera acorde con una expresión artística que rompiera con los esquemas establecidos.

Quienes lo lograron fue la agrupación *Pink Floyd* con su canción “*Echoes*” y al encontrar su sonido particular es que dieron paso a formar un concepto audiovisual, tanto en sus videos como en los conciertos. No se trato solamente de tocar las canciones sino que el mensaje llegara en conjunto con una expresión musical y visual a través de videos relacionados con las letras de sus canciones.

Otro de los momentos clave del *Art rock* fue la combinación de la premisa del arte y la música, como ya lo venía diciendo líneas arriba, se le agrega el glamour, que detona en el uso de maquillaje para resaltar y tener otro tipo de presencia escénica y musical.

Después de este punto surge así la *Opera rock*, los exponentes de este nuevo género se encuentra “*Brian Eno* caracterizaba a *Richard O’brian* en *The Rocky horror show*” (Seven ages of rock: Art rock; White light, White: 2007), ya que había un parecido en el maquillaje y expresionismo del personaje.

Las tendencias al disfraz en el *rock* teatral tuvieron sus propios seguidores y los representantes importantes de este género fueron *David Bowie* con su canción “*Soft*” y *Peter Gabriel* y la melodía “*Heaven*”.

Otros de los exponentes del *art rock* son: *The Sweet*, *Slade*, *Cockney Revel* y *Gary Glitter*, este último fue el fundador del *glitter rock* “que no es más que *rock* de los años 60 con vestidos de los 70; es la modalidad más comercial del propio *glam* en Inglaterra” (Trujillo, 2001: 131). Mientras que en Estados unidos la propuesta de otros intérpretes son: *Lou Reed*, *Alice Cooper* y *New York Dolls*.

Uno de los conciertos con mayor aceptación y que fue totalmente un espectáculo sin igual fue el realizado por la agrupación *Pink Floyd* con “*The Wall*”, al construir la pared en ciertos estadios grandes para simular la alienación del grupo con el público. Pero cabe señalar que fueron pocos los conciertos que pudieron llevar a cabo este espectáculo, ya que el costo de la producción era elevado.

1.1.3.- Heavy metal

La siguiente etapa tiene que ver con el nacimiento del *Heavy metal* en la zona industrial de Birmingham, Inglaterra, donde la tragedia se hizo presente con el accidente laboral de *Tony Iommi*, al ensamblar materiales de acero perdió parte de la yema de sus dedos. El es uno de los integrantes de *Back Sabbath* que se fundó en 1966 influenciados por su entorno de fábricas de acero. La unión de estos jóvenes músicos fue por la búsqueda de un vocalista, que se llama *Ozzy Osbourne*.

Deep Purple también fue uno de los encargados de revolucionar el *rock* al *Heavy metal*, ya que después de viajar a Suiza para grabar uno de sus álbumes ocurrió una tragedia durante la presentación de *Frank Zapa*, cuando un fanático lanzó al techo una bengala. El lugar se incendió de inmediato y lograron evacuar a todos los presentes. De esta manera fue que comenzó la inspiración para poder crear nuevas canciones. (Seven ages of rock: *Heavy metal*, Never say day: 2007)

Al momento de la grabación faltaban siete minutos para que completaran el disco, así que *Ritchie*, integrante de la banda se le ocurrió una tonada muy particular en la guitarra, y de esta manera fue como vio la luz la canción “*Smoke on the water*” en la cual relatan lo que ocurrió en esa presentación de *Frank Zapa* y las penurias que tuvieron que pasar esa noche. (Seven ages of rock: *Heavy metal*, Never say day: 2007)

Otra de las agrupaciones lejos del continente Americano o Europeo fue *AC/DC* desde Oceanía, ubicado específicamente en Australia, que comenzó a ganar seguidores por las aportaciones de sus integrantes al “sonido y estilo [del *Heavy Metal*] que es pura sangre, sudor y lagrimas” (Trujillo, 2001: 122)

Black Sabbath fue fuerte influencia para *Judas Priest* y para *Metallica*, de tal manera que su éxito traspasó fronteras y llegó a los Estados Unidos donde los integrantes de *Back Sabbath* decidieron quedarse a residir, además de grabar su siguiente álbum.

Esta influencia de grupos originales de un género musical sobre sus predecesores los hace su réplica, ya que retoman parte de la esencia, se la apropian y se identifican con ella para que de esta manera sean consumidos por el público que se ha generado.

Para el grupo de *Judas Priest* se les acuña la inclusión de las guitarras gemelas en sus canciones y gracias a *Rof Haldford* fue que la moda en cuestión de vestimenta se revolucionó por la entrada de los pantalones de cuero y los estoperoles, pero este cambio se dio por el vocalista que encontró una tienda de juguetes fetichistas y modificó esa ropa de cuero para poder incluirla en sus presentaciones. (Seven ages of rock: Heavy Metal, Never say day: 2007)

Aunque *Judas Priest* agregó nuevos elementos a la vestimenta y al sonido del *Heavy metal* siguió siendo una réplica de *Black Sabbath*, por tanto funciona como producto comercializable y consumible para la juventud que se identificaba con ellos.

En 1978 *Ozzy Osbourne* estaba fuera de la agrupación que había fundado más de diez años atrás, por cuestiones de drogas tuvo que salir del grupo, pero gracias a Sharon Levy, hija del representante de *Black Sabbath* impulsó la carrera como solista de *Osbourne*, sacando nuevos materiales, hasta el accidente aéreo que tuvieron sus nuevos integrantes. Aún así con estas adversidades *Osbourne* no se alejó de los escenarios.

Mientras tanto en Hollywood surgió el *Glam Metal*, con el grupo *Mötley Crüe*, donde los peinados esponjosos, alborotados, los tacones y el maquillaje nutrieron esta nueva corriente del Metal, sin duda estaba evolucionando y creando sus propios subgéneros.

También fue el caso de *Metallica*, en donde crearon un nuevo género llamado *Trash metal*, gracias a su material "*Black*" que fue producido por Bob Rock y de ese disco se desprendieron varios éxitos, el primero de ellos "*Enter Sandman*".

La historia del metal se ha ido reinventando paso a paso, que aun está vigente en nuestros días y cabe señalar que se ha ganado un lugar dentro del *rock*, no para ser solo un subgénero del ya mencionado, sino para convertirse en un exponente de diferentes ofertas musicales de metal.

1.1.4.- Punk

A mediados de los años setentas surge una nueva corriente musical en momentos de tensión en las ciudades de New York, Estados Unidos y Londres, Inglaterra. En donde se comenzó a gestar el movimiento de un nuevo género musical derivado de *rock* que se le conoció como *Punk*.

Este género estaba inspirado en letras desinhibidas, fuertes e intensas con varios grupos clave en la historia de la música *rock* se encuentran a *The Ramones* y *Patti Smith* del lado neoyorquino y del lado Londinense se encuentran a *Sex Pistols* y *The Clash*. Cada uno de estos grupos se enfrentaba a una realidad social muy diferente aunque su entorno se pareciera.

Por otro lado la historia de los *Ramones* estaba basada en el sonido de Johnny en la guitarra, exponiendo sus interpretaciones con acordes y sin ningún tipo de solo, todo esto ocurrió en 1974 en *New York*. Mientras en *Kings Road, Chelsea* los *Sex Pistols* se presentaron en el *Club 100* demostrando el gran impacto que podían tener ante la audiencia que los escuchaba en sus presentaciones.

En 1976 la cantante neoyorquina, *Patti Smith* comenzaba su carrera con su grupo de músicos, en donde la poesía y el tocar solo tres cuerdas hicieron el éxito de esta interprete, al grado de componer nuevamente el clásico de *The Doors, Gloria* con nuevos acordes y algunas variaciones en la letra.

La recomposición de un clásico de *The Doors* por *Patti Smith* me lleva a señalar de nueva cuenta la idea de lo original y la réplica, ya que esta cantante emergente se apropiara de un éxito y lo trasladara a otro género musical dice mucho sobre la estrategia mercadológica, porque al realizar un *cover* de una canción de gran

influencia en la juventud, *Smith* sería reconocida y ubicada como objeto de consumo.

De esa manera *Patti Smith* dio un salto a la escena musical de aquellos años, pero su consolidación musical ocurrió cuando uno de los integrantes del grupo *Velvet Underground* produjo su sencillo *Horses* en el estudio donde *Jimi Hendrix* había tocado alguna vez. Además, revolucionó la iconografía del *rock* con la portada de su sencillo en donde con una apariencia andrógina marcada por su delgadez y usando camisa y saco de hombre se mostró como una contra propuesta a la imagen de la mujer sensual ante la sociedad de esos años.

En mayo de 1976 tocó para los británicos en *Round House* con la sala llena, pero fue hasta el encuentro con los *Sex Pistols* en el *Club 100* que la carrera musical de esta cantante cayó en declive por los comentarios que se recibieron del otro lado del atlántico.

De esta manera se notó la diferencia de los *punks* de Estados Unidos y los de Inglaterra, debido a que los primeros tenían un sentido bohemio y los segundos se inclinaban por ser vándalos, porque carecían de las teorías del arte y de la diplomacia al tocar ciertos temas, considerados intocables hasta el momento.

Ahora bien del otro lado del océano, en New York el minimalismo de *The Ramones* los llevó a grabar su disco en unas cuantas horas en el *Radio City Music Hall*. En donde presentaron canciones fuertes sin rodeos, porque “el *punk* llama a la acción, no a la teoría” (*Seven ages of rock: Punk Rock Blank Generation: 2007*).

The clash en Inglaterra representaba la esperanza, ya que tocaron un punk que se comprometió con la sociedad desde sus vivencias. Una manera de demostrarlo fue en 1976 a finales del verano en el Carnaval de *Notting Hill* que terminó en una pelea entre jóvenes negros y la policía, quedando dos integrantes de la agrupación entre los detenidos, realizaron una canción llamada "White Riot", en la cual expresan su vivencia de aquel día.

Mientras que los *Sex Pistols* eran un producto masivo que se colocó por la difusión en cadena nacional de sus canciones en una estación de radio británica. En 1977 crearon la canción “*God save the queen*” con la cual retaban al sistema y en especial a la Reina Isabel, desde luego esto conmocionó a las multitudes, pero con el tiempo el significado de esa canción se modificó para ser una reverencia a la corona.

Después de ese episodio, los *Sex Pistols* viajaron en 1978 a Estados Unidos, pero los lazos que alguna vez los unieron se fueron deteriorando por las constantes peleas que tuvieron. En particular la última presentación en San Francisco después de la canción “*No Fun*” dejaron el mensaje claro a los asistentes “¿se han sentido defraudados?” (Seven ages of rock: Punk Rock Blank Generation: 2007).

Por su parte *The Clash* siguió experimentando con otros géneros musicales en el disco *London Calling*, en donde pasaron del *Rockabilly* al *reggae* para renovar sus sonidos y tener siempre una oferta fresca para sus seguidores.

Esta fue la historia del *punk*, con sus altibajos y sobre todo con letras intensas que están llenas de descontento social, a un sistema que le ha fallado a la juventud y que sobre todo llama a la anarquía. Pero por otro lado es un aire de esperanza y expresión que le dio aire a la música *rock*.

El *punk* siguió progresando en el territorio de la música como una expresión contracultural del sistema y oponiéndose al sonido comercial por excelencia que es las melodías *pop*. La transición del *punk* comienza con la mezcla de sonidos que son propios del *rock*, pero que a través de esa integración nace el *punk-rock*.

Esta propuesta musical es un híbrido de la conjunción del *rock*, el *punk* y un poco de *reggae*, que continua con las nuevas tonalidades de la música que la industria adaptó y atrapó en grupos como a the *Clash* y *Siouxie and the Banshees*. El grupo que no permitió la entrada al mainstream fueron los *Sex Pistols*, ya que se desintegraron antes de que esto ocurriera.

La industria musical al apropiarse del *punk-rock* comenzó a generar sus propias agrupaciones a medida de producción en masa, fue así como *The Offspring* y *Rancid* ascendieron a la distribución de sus materiales como parte de la domesticación del *punk*.

1.1.5.- Rock de Estadio

El desarrollo en la música *rock* en los años setenta fue diferente al *punk*, con ello me refiero que se comenzó a llevar a cabo la inclusión del *Rock de Estadio*, el cual consiste en “un club elitista donde solo algunas bandas pueden participar [ya que] son canciones que todos quieren cantar” (Seven ages of rock: Stadium Rock, We are the champions: 2007).

Uno de los principales exponentes es *Led Zeppelin*, este grupo llegó a los Estados Unidos en los años 60s, pero fue hasta los años setentas que se consolidaron y tocaron en estadios con 50 mil asistentes. Otro grupo que ayudó a fortalecer el *Rock de estadio* fue *Queen*, ya que con la gran presencia y carisma de su vocalista, Freddy Mercury, tuvieron aceptación con el público.

En ese momento fue crucial para la agrupación, debido a que *Brian May* se le ocurrió la idea de interactuar con el público, integrándolos durante el espectáculo con los coros como “*We are the champions*” o “*We will rock you*”, porque había una comunicación y empatía con la gente que cantaba esas canciones.

Por lo anterior, *Queen* se consolidó como uno de los grandes exponentes en los conciertos de estadios, ya que esas melodías antes mencionadas se convirtieron en himnos, que eran utilizados precisamente en encuentros de justas deportivas para motivar a los jugadores de los equipos y espectadores, así como las premiaciones. Eso llevó a la cima a esta agrupación, debido a que la gente se comenzó a apropiarse de esas canciones.

Uno de los conciertos emblemáticos de *Queen* en México el 17 de octubre de 1981 en el estadio Ignacio Zaragoza de la Ciudad de Puebla. Donde el concierto tomaría un giro inesperado por la acción de su vocalista Freddy Mercury al

ponerse un sombrero de paja mientras interpretaba la melodía “Bohemian Rhapsody”, con la finalidad de crear una empatía con el público.

La reacción de los asistentes no se hizo esperar y “[...] tomaron la acción como una burla hacia los mexicanos y en respuesta comenzaron a chiflar al mismo tiempo que lanzaban zapatos y botellas al escenario” (Oliveros, 2015: s/p). Una de las experiencias de iconos del *rock* que no agradó a su audiencia.

En los años setentas hubo una inclusión en el *rock teatral*, específicamente para los recintos como los estadios y la agrupación que lo adicionó fue precisamente *The Kiss*, con su gran fanatismo al *Glam Rock*⁵, las caras pintadas, los cabellos alborotados, las plataformas, en donde no importaba la música, ni las letras, lo único sobresaliente era que la presentación teatral fuera un éxito, con ello me refiero a que el espectáculo dejara satisfecha a la gente que lo veía.

Después de todo esto, llegó otro de los músicos emblemáticos del *rock* en los estadios y éste era *Bruce Springsteen*, ya que el poseía un carisma y galantería poco a poco se fue ganando la aceptación de su público, con algunas letras de protesta como lo fue “*Born in the USA*”, pero algunas personas malentendieron el mensaje que se daba en esa canción, ya que era una crítica por la guerra de Vietnam, algunos entendieron que era una melodía patriótica, que incluso utilizó Ronald Regan en uno de sus discursos.

También se encontraba *Police* en la escena del *rock* en estadios y en 1983 con la creación de su canción “*Every breath you take*” llegaron a todo tipo de público que también la confundía con una canción de amor, pero que si se le pone atención a la letra se trata de una situación voyerista, pero la gente prefirió dotarla de un sentido romántico. Después de ese gran éxito es que en una gira financiada por el propio grupo llegaron a tocar en el *Shea Stadium*, lugar donde los Beatles en 1965 habían reunido cerca de 56 mil personas, *Police* en 1983 ya estaba llegando a los 70 mil asistentes.

⁵ El *Glam rock* tiene una unión con el *Art rock*, ya que ambos utilizan la teatralidad de ciertos elementos como: máscara, maquillaje y cierto tipo de vestimenta para envolverse en personajes dentro de su música y el escenario donde se presentan.

En 1985 surge otra agrupación importante que se hacía llamar *Dire Straits* y con su gran crítica irónica hacia el sistema de entretenimiento proporcionado por *MTV*, nombró a su canción "*Money for nothing*" un clásico que toda la gente que asistía a sus conciertos quería escuchar.

Uno de los últimos grupos de *Rock* de estadio fue *U2* que con una gran propuesta social, sabía que lo importante de un concierto masivo era precisamente el mensaje que podía cambiar a la gente que lo escuchara, por ello emprendieron varias acciones como el activismo de *Bono*, vocalista de la agrupación a bailar con alguna fanática que estuviera en el público, o hasta su gira de conciertos en la cual presentaron un espectáculo llamado "Zoo tv", el cual consistió en un espectáculo con un gran televisor dotando a los asistentes de libre elección al cambiarle a los canales locales.

1.1.6.- Rock Alternativo

A finales de los años ochentas el *rock* necesitó regresar a la autenticidad que tanto aclamaba, con una generación X, dudosa de su futuro y desconfiada con lo que vendían los medios en esa época se comenzó a gestar el siguiente momento de la música *rock*.

Uno de los exponentes del *rock* alternativo fue *Black Flag* que se presentaban en 1984 en *Washington* como un grupo de post punk, con adrenalina *hard core* en sus conciertos que finalizaban con enfrentamientos violentos.

El *rock* alternativo tiene raíces del *heavy metal*, que fue transformado con nuevos sonidos, ya que estos grupos no llenaban salas de conciertos ni estadios, tuvieron que tocar las puertas de pequeños negocios que les proporcionaran un lugar para realizar conciertos algunas noches y darse a conocer en esos espacios improvisados.

Uno de esos grupos que tuvo que mantenerse de esa manera fue *REM*, ellos sabían claramente que para poder consolidar una carrera, tenían que vivir en las

carreteras con sus instrumentos en una camioneta que los trasladara a la siguiente ciudad.

Además vivir en una camioneta recorriendo ciudades de los Estados Unidos realizando conciertos en pequeños lugares, *REM* se dio a conocer en las nacientes radios universitarias, es por ello que al *rock* alternativo también se le bautizo como *rock* universitario, y el grupo musical supo explotar esta circunstancia, integrándose en el activismo político como voz de una generación perdida.

Con su gran éxito, para 1989 (después de diez años de haber comenzado una gira) tenían la libertad creativa para poder realizar cualquier proyecto y darse el lujo de descansar. Un momento clave para esta agrupación, porque el guitarrista, estaba harto de tocar ese instrumento y se inclinó por tocar la mandolina, este instrumento de cuerdas fue el que le dio un nuevo sonido a la banda y de esta manera compusieron la canción “*Losing my religión*”

Otro grupo fundador del *rock* alternativo fue Nirvana que se formó en 1988 (durante la consolidación de *REM*), y obtenían su inspiración en agrupaciones como *Alice in chains* y *Sounds Garden* que trascendieron por su sonido cercano al *heavy metal* y con esas influencias fue el comienzo de la música *Grunge* en 1990.

Para 1991 Nirvana tuvo como influencia a el grupo los *Pixies* que los llevaron a trascender en su música y en las letras de las mismas, ya que las melodías que creaban *The Pixies* eran “simples, dinámicas y altas con un tono minimalista, en la que abundaban tonos bajos en los versos mientras subían de tono en los coros” (Seven ages of rock: Alternative Rock Left to the dial: 2007). El dominio estuvo presente cuando la agrupación *Nirvana* creó el himno juvenil de 1991 “*Smell like teen spirit*”. Cuentan las anécdotas que la ex novia de *Kurt Cobain*, vocalista de *Nirvana* utilizaba un desodorante llamado “*teen spirit*” pero él no lo sabía, hasta que fue un éxito le comentaron que había hecho una canción sobre un desodorante femenino.

El disco que contenía esta canción fue producido por *Butch Vig* y tuvo una relevancia para toda la juventud que buscaba una oferta diferente a lo ya establecido, por tanto el disco *Nevermind* (recordado por la portada en donde se ve un bebe nadando hacia un billete de un dólar) en enero de 1992 se encontró en los primeros lugares de ventas de la lista *Billboard*.

Algunos de los siguientes grupos inspirados en el estilo *Grunge* fueron *Pearl Jam* y *The Smashing Pumpkins* y fue el momento clave para discutir que lo alternativo cambió para ser comercial y llegar a toda la gente. Tal fue la magnitud de este cambio que para 1993 la ropa holgada que utilizaban estos grupos llegó a la semana de la moda en *New York*.

Todo este éxito se le acuña a *Kurt Cobain*, quien en 1994 tuvo un intento de suicidio en Roma, esto preocupó a toda la escena musical, en donde algunos compañeros y amigos cercanos intentaron ayudarlo en su depresión, pero no pudieron lograrlo, el 8 de abril de ese mismo año fue encontrado muerto en su casa de Seattle con una nota.

Era claro el descontento que tenía con la fama y el manejo de la industria del entretenimiento, aunado al desgajamiento que había en su nueva familia, ya que este artista provenía de una familia disfuncional que tuvo que dejar la escuela para poder mantenerse por sí mismo. Con este tipo de antecedentes y los problemas de abuso de las drogas fue que murió a la edad de 27 años y dejó sin ícono musical al nuevo género del *rock* que estaba surgiendo, el *Grunge*.

1.1.7.- Rock Indie

Para 1983 la definición de la música *indie*⁶ era la pertenencia hacia grupos poco conocidos que trataban de sobresalir en la escena musical, uno de esos primeros grupos fueron *The Smiths* que lo conformaba *Steven Patrick Morrissey*, *Johnny Marr*, *Mike Joyce* y *Andy Rourke*, tocando en lugares pequeños, fue hasta 1986 que lograron consolidar su carrera con un contrato con la disquera EMI. Pero en

⁶ Indie se refiere en el terreno musical a “un grupo de *rock* o marca de grabación independiente, no pertenecientes a compañías principales de grabación. (Trujillo, 2001: 199).

1987 la salida de *Johnny Marr* por conflictos entre él y *Morrisey* puso final a la agrupación que tanto había luchado para sobresalir en el mundo musical.

En ese momento fue cuando la música electrónica, específicamente el género *House* tuvo un auge en los jóvenes que asistían a lugares para escuchar música, se inició también el comercio de algunas drogas nuevas como el éxtasis. Entonces se necesitaba reinventar el *rock* que lo vino a hacer la agrupación *Stone Roses* con una carga de psicodelia de la costa oeste de Inglaterra.

Ya en 1989 los *Stone Roses* tenían un prestigio importante dentro de la escena *indie* y con uno de sus sencillos populares "*I'm the resurrection*" inició el proceso de consolidación, en donde el vocalista hace referencia a si mismo como alguien inmortal.

Así fueron surgiendo más bandas que le apostaban a la nueva corriente del *rock indie*, como los jóvenes *Liam y Noel Gallagher*, fundadores del grupo británico *Oasis*, que para 1993 fueron a firmar un contrato con una disquera independiente en Londres. Ese sólo sería el inicio de una gran carrera que los llevó a consagrarse dentro de la escena *indie*.

Después con su éxito "*Wonderwall*", *Oasis* se convirtió en una banda que hace resurgir el *rock* de estadio, debido a la alta demanda que tenían sus fans, vendiendo miles de copias de sus discos y en un continuo aumento en el número de asistentes a sus conciertos, al grado de pelearse por una entrada.

Otros grupo que posicionó al *rock indie* fue la agrupación *Suede* que fue el primer grupo británico que tocaba en la ceremonia de los *Brit Awards*, dejando de lado a otros artistas como *Phill Collins*, entre otros. También tiempo después otros grupos hicieron su aparición en esa ceremonia de premios, pero quienes hicieron una presentación y además ganaron cuatro premios en las nominaciones fue el grupo *Blur*, tomando en cuenta que tienen éxitos como "*Song 2*" y "*Paranoid android*". El *Rock Indie* ya era comercial para los años 1993-1994.

Cuando se dio la transición del nuevo milenio nacieron nuevas agrupaciones como *The Verve*, *The Hives*, *Stereophonics*, *Coldplay* que ya se vendían sus materiales en los centros comerciales y el *rock* indie se consolida como comercial. Poco a poco fueron abriendo el camino para que nuevos músicos se integraran como *The Arctic Monkeys*, *Franz Ferdinand* y *Muse*. Lo que comenzó siendo una expresión meramente juvenil de hace más de medio siglo se convirtió en un producto al alcance de todos.

Las agrupaciones mencionadas en el párrafo anterior son el ejemplo claro de réplicas dentro del *rock* indie, ya que sus precursoras les abrieron el camino para otro tipo de consumidores jóvenes que no se acoplaron con las demás ofertas musicales existentes.

Esta demanda de nuevos grupos musicales se satisface cuando las disqueras y promotores los lanzan al mercado y son convertidos en objetos de consumo que los jóvenes al ver propuestas similares creen que las opciones de música crecen, pero lamentablemente lo que queda claro es que son parte de un círculo de consumo cultural donde los artistas originales presentan sus propuestas e innovaciones y la industria cultural se apropia de sus éxitos para reproducirlos en masa.

1.2.- Contracultura

La contracultura puede ser entendida como un concepto abstracto definido como “algo que fomenta el libre pensamiento individual, el acceso democrático a la tecnología y el conocimiento, y una estética de cambio constante” (Goffman, 2005:39), lo cual quiere decir que es una forma de pensar diferente a lo convencional, ya que se hace alusión al uso de la reflexión, si bien es individual y libre, esto ayuda a las personas a analizar más de cerca a sus propias ideas y encaminarlas por una brecha intelectual que va unida de la sensibilidad del arte.

Entonces al hablar de contracultura debemos entender que es un libre pensamiento individualista que posee un amplio marco histórico dentro de la humanidad que parte desde los mitos de Prometeo y Abraham. Estos dos

personajes de diferentes regiones del planeta, se les atribuye el comienzo por las historias que los vanaglorian y los hacen héroes por ir en contra de la cultura hegemónica.

El mito de Prometeo puede considerarse contracultural desde el momento que decidió darles el fuego a los humanos, ya que esto iba en contra de las reglas impuestas por el dios Zeus, quien expresamente tenía prohibido que se les concediera a los humanos la virtud de tener fuego. Prometeo desobedeció y se ganó la ira del dios del Olimpo y fue torturado cada mañana por un ave de rapiña que devoraba sus intestinos cada día una y otra vez (Goffman, 2005:38).

También nos encontramos con el mito de Abraham, el judío que desafió a su cultura de diversos dioses por uno solo, este tipo de acontecimientos eran impensables en la Judea de antaño, porque la identidad judía esta basada en costumbres primitivas que arraigaban las conductas de “mercenarios, revoltosos, esclavos, rebeldes y fanáticos religiosos testarudos y visionarios” (Goffman, 2005:45), por esta razón cuando Abraham implantó una nueva forma de entender el mundo de los dioses fue causa de escándalo, porque eso transgredía las normas establecidas por un pueblo que se la pasaba la mayor parte del tiempo andando sin un lugar al que pudieran llamar hogar.

Por lo anterior, se inscribió una identidad cultural judía de anti-autoritarismo en la que se tienen estipuladas reglas de convivencia para desarrollarse como un nuevo pueblo.

Los mitos y leyendas sobre estos dos héroes son retomados como símbolos precursores ideológicos de la contracultura, Prometeo lo es para los occidentales como Abraham lo es para los judíos, mientras que en China y Japón se encuentran regidos por otros mitos y leyendas, todas estas historias fomentan la rebelión a la cultura hegemónica.

1.2.1 Expresiones contraculturales

Las expresiones contraculturales se pueden hallar en cualquier sociedad, civilización, lugar y momento histórico cuando ocurren contravenciones a los cánones culturales hegemónicos. Por ejemplo, en la antigua Grecia el filósofo Sócrates, que fue precursor de las ideas contraculturales, ya que puso en jaque a las convenciones culturales de su propia sociedad. Una de las medidas que adoptó el filósofo fue jamás dejar de cuestionarse, al contrario incentivó a cualquier persona a hacerlo, claro está sus discípulos de la clase dominante eran los que contaban con tal tutor. Pero ello también le contrajo problemas, ya que sus aprendices tuvieron sus propios vicios y cayeron de la gracia de la sociedad poniendo en mal el nombre y prestigio de Sócrates, que aceptó todas las culpas de sus pupilos.

La enseñanza de Sócrates radicó en tener un pensamiento dialéctico, porque llevó a cuestionarse el tipo de sociedad griega, por lo tanto el Estado intenta reprimir a la mayoría de su población para que se dé cuenta que quien concentra la autoridad es el propio sistema, es por ello que el filósofo fue juzgado por los delitos de “negarse al reconocimiento de los dioses Griegos y además introducir otros nuevos, y corrompiendo a la juventud” (Goffman. 2005:82). Mantener sus ideales y pensamiento crítico que fueron en contra de las políticas del gobierno le costó la vida a Sócrates, por el simple hecho de pensar diferente.

Algunos discípulos de Sócrates se encontraron dentro de la academia sofista que fundó el propio filósofo, para fomentar el pensamiento en el método dialéctico (precursor del método científico), que consistía en jamás dejar de preguntar, y se autoproclamaron librepensadores, cuyos ideales parten del no conformismo, así como ayudar al pueblo.

Por otro lado se encuentran los cínicos que “más que una escuela filosófica fue un estilo de vida [...] por lo demás muy contracultural: ellos también vivían en comunidades sin posesiones, y sus actitudes y valores eran totalmente opuestos a los vigentes en la ciudad–estado” (Ruiz, 2007:36), porque tenían como principal

fundamento el humor como forma de protesta y su maestro de todos ellos fue Diógenes.

La expresión contracultural en oriente se encuentra en el taoísmo filosófico de Lao-Tse y Chuang-Tse, cuya premisa más importante era adoptar el pacifismo relativo, porque “el tao es sobre todo facilidad de vivir, tomando el camino de menor resistencia” (Goffman, 2005:113), es por ello que las formas de resistencia que llevan a cabo los taoístas fomentan el pacifismo, porque es el modo de no crear conflictos violentos, sino por el contrario llamar la atención por su modo sin igual de protestar.

Ya en el periodo contemporáneo. los acontecimientos posteriores sobre las expresiones contraculturales tienen un antes y un después de las guerras mundiales, ya que se comenzó a hacer más evidente la opresión hacia el sector juvenil y éstos a manera de protesta también comenzaron otros movimientos como el *hipster* que centraba su ideología en estar “liberado vivir el momento [...] la intensidad del ahora [...] se asentaba en la desesperación, y su talante general era sombrío, seguía acarreado una sensación de vida sin restricciones” (Goffman, 2005:311) Esa es una de las premisas que abarca la contracultura hipster, tomando en cuenta que tienen un pensamiento sumamente individualista que raya en el egoísmo.

Otro de los movimientos importantes que se dieron también ya en el siglo XX es el conocido como el surrealismo que nace en 1924 y es muy importante para la contracultura debido a que basa “[...] su ataque al logismo y a los excesos de la “razón razonable”; su rebeldía y preeminencia de la imaginación como vía de liberación” (Ruiz, 2007: 38). Como podemos ver es una revolución del pensamiento desde diferentes corrientes, en el surrealismo destaca el uso de las drogas para estar en contacto con esas ideas y expresiones contraculturales.

Luego entonces de esta introducción a las drogas es cuando nace la generación de los *beats* que estos sin lugar a dudas era parte de la generación hippie y esta marcada por diversos exponentes que se caracterizaban por sentimientos

existenciales hacia las situaciones que caracterizaban a los jóvenes de esa época, uno de sus grandes exponentes y que se hizo famoso fue *Allen Ginsberg* y su famoso poema “*howl*” (Aullido) que puso en evidencia la angustia y el colérico dolor de la juventud.

Así como él fue un exponente de la generación *beat*, también existieron otros que expresaban su sentir sobre la forma de vivir de los jóvenes, incluyendo el uso de las drogas, de esta manera fue diversificado el movimiento *beat* que más tarde incluiría a los *beatniks*, estos dos tipos de expresiones juveniles dieron paso en 1968 a llamar a la contracultura como tal.

1.3.- El rock en México

Este apartado se encuentra dedicado a la historia del *rock* en México, la llegada de este estilo musical a nuestro país, así como la apropiación de la juventud de este género musical y la desaprobación de otros sectores de la sociedad al censurarlo por la transgresión a los estándares culturales.

La cultura hegemónica de los años cincuenta desvirtuó a los grupos musicales, las grabaciones, por ello el escaso apoyo de la industria musical por un género que no se le daba mucho tiempo de vida, pero la transición de estos ritmos entre la juventud de la época fue precisamente el contexto socio histórico por el cual se estableció el *rock* en México.

El *rock* nacional se encuentra ligado a el Festival de Rock y Ruedas Avándaro, ya que después de ese concierto masivo fue aún más explícita la censura sobre la música, los artistas, los organizadores y hasta el público por parte de los medios de comunicación y el gobierno. Una etapa oscurantista para el *rock* mexicano que se relata en las siguientes líneas.

1.3.1 Primeros pasos: *Rock and roll* en la década de los cincuenta

La sociedad mexicana a finales de los años cuarenta se encontraba enfocada en los valores, la moralidad y la ética de la buena convivencia, ya que se planteaba estrictamente las normas que la gente debía seguir, así como las prohibiciones

hacia los artículos que se consideraran pornográficos, incluso las puestas en escena de los teatros, donde las actrices pudieran mostrar más de lo debido.

Para ello existía la Legión Mexicana de la Decencia que se encargó de censurar todas las prácticas que fueran en contra de los buenos modales o que mostraran o propiciaran la obscenidad y la homosexualidad entre otros actos que atentaran los valores éticos y morales de la sociedad.

Esta legión estaba bajo el mando de la Secretaria de Gobernación y bajo la supervisión de la iglesia que ya había renovado los lazos cortados durante la guerra cristera a finales de los años veinte. La única alternativa de entretenimiento que les quedaba a las familias era leer las tiras cómicas de la Familia Burrón, creada por Gabriel Vargas en 1948 o algunas películas que no estuvieran catalogadas dentro de las obscenidades y malas costumbres de la Legión Mexicana de la Decencia.

En el terreno musical antes de la llegada del *rock and roll* se encontraba enfocada a los ritmos cubanos, el chachachá, los boleros-tango y sobre todo a la música instrumental que tocaban las orquestas. Para el año de 1955 se dio a conocer en los medios mexicanos a uno de los personajes del *rock and roll* de la época, se trataba de *Elvis Presley*. Un personaje que fue parte del boom del *rock* en México, donde los medios no dejaban de hablar de él y su música que estaba revolucionando los sonidos que se escuchaban en las radios. Los titulares hablaban de la nueva influencia musical y ésta ya se encontraba con un impacto dentro de la juventud debido a que en el cine hubo una fuerte influencia de las películas de *James Dean* y de *Marlon Brando* sobre la idea de lo que representaba un rebelde sin causa.

Para el año de 1956 las orquestas incorporaron canciones dedicadas al *rock* como: “*Beltrán Ruiz* y otras orquestas listas a fin de popularizar el *rock and roll*, orquestas como *Venus Rey*, *Juan García Medeles*, *Ingeniería*, *Pepe Luis* y otras han mostrado su entusiasmo por el *rock and roll*” (Arana, 1992:31). Otra de las orquestas que debutó con canciones de *rock and roll* fue el conjunto de Jorge

Ortega y la vedette chicana Gloria Ríos con las canciones “El relojito” y “La mecedora”.

Mientras las orquestas no le daban tanta importancia al fenómeno del *rock and roll*, hubo otras personas que aprovecharon el momento del éxito y la idolatría a *Elvis Presley* convirtiéndose en imitadores de sus canciones y la manera de bailar. El primero de todos esos imitadores se llamó José Ángel Carrillo, “el pollo”.

En 1957, la relación que existió entre *Elvis Presley* y el público mexicano era estrecha, por el estilo musical innovador que llegó desde Estados Unidos. Además de la fuerte influencia sobre las bandas juveniles clasemedieras que fomentaban el estereotipo del rebelde sin causa, motivados para llevar a cabo actos delictivos o faltas contra la moralidad de la época.

Pero un desafortunado evento que no se pudo corroborar, pero que le valió la desacreditación de los medios de comunicación como de sus seguidores y en la sociedad en general, fue el comentario de *Elvis Presley* sobre su preferencia de besar a tres mujeres negras antes que a una mexicana. En ese momento la población indignada clamó por el boicot a la música del cantante estadounidense.

En las estaciones de radio se desecharon varios discos con su música, la Legión por la decencia prohibió la música del *rock and roll* y la sociedad se encargó de estigmatizar el género por la discriminación hacia las mujeres mexicanas. Esto fue un parteaguas para que la gente que no estaba contenta con el *rock* lo demostrara comentando que el *rock* no era música.

Un reportero incentivó a la gente a realizar una quema masiva de los productos relacionados con *Presley*. El comentario desafortunado trascendió hasta niveles gubernamentales en las que el músico estadounidense solicitó la visa para entrar al país y le fue negada. En los medios impresos se manejaban las versiones de disculpas de *Presley*, pero no se pudieron corroborar la autenticidad de éstas.

El lanzamiento del disco “*Rock Alegre*” interpretado por *Lily Yavel* grabado por *RCA Víctor*, fue un parteaguas dentro de la escena rocanrolera de 1957, ya que

algunos de los intérpretes que comenzaron el movimiento estaban exhaustos y agotados en la manera de producir un nuevo material.

El *rock and roll* en México visto desde los grupos musicales de 1958 representó la manera de desmitificar a los ídolos impuestos por el cine que estigmatizaba a la juventud como revoltosa, donde los jóvenes utilizaron las canciones como defensa y modo de vida.

Cabe señalar que los grupos como *Los Locos del Ritmo*, *Los Teen Tops*, *los Black Jeans* o *Los Sonámbulos* fueron “clasesmedieros con ‘Domingos’ de cinco o diez pesos que difícilmente ‘podían’ aspirar a una guitarra de paracho” (Arana, 1992:130). La situación económica para solventar los gastos de una agrupación con instrumentos de calidad eran lujos, por lo que tuvieron que realizar tocadas con instrumentos improvisados o con algunos ya de marcas baratas reconocidas dentro del gremio. De esta manera fueron desplazando a los grupos de rumba y chachachá en los grandes salones.

Los actos de rebeldía y de la apropiación de nuevos sonidos comenzaban a propagar en la mente de los músicos que estaban vigentes en esa época, como lo fue el caso de Pepe y sus Locos del ritmo, liderado por Rafael Acosta, uno de sus fundadores en el año de 1958 después de ganar un concurso en Estados Unidos.

Algunos otros grupos que tuvieron gran auge en ese tiempo fueron *Los Rebeldes del rock*, *Los Holligans* y *Los Teen tops*. Todos ellos copiaron el estilo del *rock and roll* de la Unión Americana y lo transmitieron a la cultura mexicana a través de sus canciones que eran traducciones de la música gabacha en 1959.

Cabe señalar la gira internacional que realizaron los integrantes de los *Teen Tops* hacia España, Argentina, Colombia y Venezuela, con la cual ganaron mayor reconocimiento de un público de habla hispana a través de los *covers* realizados a las bandas anglosajonas.

Las grabaciones de *covers* se llevaron a cabo en diferentes partes de la república, como en Tijuana por ejemplo. Eran llevadas a cabo con consolas de solo dos

canales, por lo que no tenían la misma calidad que se podía ofrecer en la capital del país en los Estudios Orfeón con una consola de seis canales, de esta manera los audios tenían mejor calidad sonora, pero no muchos podían acceder a ella, ni viajar al Distrito Federal.

Antes de culminar la década de los cincuenta, específicamente en el año de 1959 tiene importancia la represión de la cual los jóvenes comenzaban a ser presas, por parte de la policía. A los jóvenes que portaban la fachada de rocanroleros se les estigmatizaban de tal manera que fueron presas de las autoridades para cortarles el pelo, aislarlos y flagelarlos para reformarlos.

Uno de los episodios que se documentan es la pesadilla que se vivió el 6 de mayo de 1959 en el cine Las Américas, lugar donde los jóvenes acudían a ver películas de los artistas en boga, con los cuales compartían el estilo musical o para entretenerse, a los que se detuvo por no querer pagar la entrada del cine. Las acciones de los policías con los jóvenes se relacionan a la tortura, porque los golpeaban arbitrariamente a la hora de la detención, luego los encerraban en las “julias”⁷, donde los hacinaban hasta dejarlos sin respiración, después abrían una ventila para que tomaran aire y el proceso se repetía constantemente.

Al no poder inculparlos porque les hacían falta más jóvenes, los dejan libres. Esto es solo la antesala de lo que se vivió años mas tarde en el movimiento estudiantil de 1968.

1.3.2 De los café cantantes a la censura: década de los sesenta.

En los sesentas existieron dos corrientes, la primera es la que realizaba *covers*, traducciones de las canciones originales de otras agrupaciones inglesas al español, eso le agregaba un “valor cultural”, ya que no cualquiera realizaba esos trabajos, y los segundos eran cantautores porque se dedicaban a crear canciones originales.

⁷ Las “julias” son “vehículos temibles no sólo por conducir al preso a la sórdida delegación de policía, sino debido a que servían para aplicar una especie de refinada tortura” (Arana, 1992: 145)

Para 1961 se funda la Sociedad de Autores y Compositores de México, en donde el padrón contaba ya con 235 canciones de *rock and roll* originales. Una de ellas se convirtió en himno de los jóvenes mexicanos, fue escrita por *Chucho Rosas* para *Los Locos del Ritmo*, titulada “*Yo no soy un rebelde*” que con su letra inmediatamente fue un éxito, ya que la juventud tomó esta melodía como una expresión de diversión y se utilizó para que la sociedad dejara de escandalizarse por los nuevos ritmos adoptados en la música. Esta misma melodía fue la primera canción original grabada en un disco de vinilo.

Hay que señalar que el *rock* era parte de las élites que se escuchaba a los grupos británicos del momento, como lo fueron agrupaciones de *Blues*, *Jazz* o hasta *Rock and Roll* y no toda la gente tenía el acceso para poder conocer esos grupos. La difusión de *rock* a otros sectores de la sociedad ocurrió hasta que se masificó a través de los *covers* y las influencias de las bandas extranjeras sobre las bandas mexicanas como lo fueron “*Los Teen Tops*, *Los Siners*, *Crazy Boy* y *Split Fires*, que pertenecían a la clase media”. (Nunca digas que no, Vol. 1: 1996)

Por las influencias inglesas el *rock* mexicano decayó por la incursión de la nueva música extranjera y la inclusión de nuevos géneros musicales como la cumbia, además la difícil situación que se presentó cuando la mayoría de los artistas quisieron volverse solistas para cantar baladas o convertirse en actores para las películas de la época de oro del cine mexicano puso en decadencia al *rock* nacional.

En 1962 la muerte prematura del cantante de *Los Locos del Ritmo*, Antonio de la Villa a la edad de 21 años fue parte del colapso rocanrolero del cual ya mencionado (*Yo no era rebelde*, *rock mexicano 1957-1971*).

Pero el público que ya se había identificado con esta corriente musical continuó escuchando el *rock* en los cafés cantantes, donde se vendían refrescos, comida y donde el alcohol no figuraba en los menús, siendo el café americano lo más fuerte que se llegaba a vender en estos lugares.

Existieron varios lugares de esos en la Ciudad de México, los que tuvieron mayor auge fueron: “*El Roseti, Julabalu, Miletí, El Colo Colo, El Sótano, El Tiki Tiki, El Pau pau, El Ula ula, La Ru y Plein Soleil*; este último tenía su sede en la capital, pero tiempo después abrió un local en la Ciudad de Cuernavaca, Morelos” (El rock no tiene la culpa, Vol. 1:1996).

Con el aumento de café cantantes llegó la segunda oleada del *rock* nacional con músicos como *Javier Bátiz* que venía desde Tijuana presentando sus acordes, su forma de cantar, de tocar y de hablarle al público, porque en esos años se acostumbró, en algunos conciertos, a dialogar con los asistentes de una manera formal, mientras *Bátiz* se refería a ellos con camaradería. Esto se denominó como el *rock* renovado en 1963.

Los jóvenes de los sesentas que tenían un gusto por el *rock* “hizo sentir a los mismos chavos que compartían también ideas (las de cambiar el mundo, el viaje interno, la transformación), otros valores distintos a los de la sociedad (cotorrear, darse un toque, compartir un disco) ciertas actitudes ante la vida (ecología, pareja alternativa, otros), que en conjunto delineaban otra forma de vida” (Urteaga, 1998: 87).

La revolución musical de aquellos años viene acompañada de las influencias de grupos extranjeros que son parte del movimiento musical del *rock* y el *art rock* de Inglaterra y Estados Unidos por bandas como: *The Who, The Yardbirds, Cream* entre otros. Destacando en sus *hits* el uso de amplificadores que favorecían otra calidad de audio a la que el público estaba acostumbrado.

Esta revolución musical se caracterizó por la entrada y distribución de los discos de los *Beatles* que fue considerada como un parteaguas en la historia del *rock mexicano*, y por la migración de los sonidos de la parte fronteriza norte del país. Estas dos vertientes modificaron la ruta del *rock* para seguir caminos diferentes.

Después de este impulso hacia el *rock mexicano* con otras propuestas musicales y la ideología de los jóvenes, vino el hecho lamentable de la prohibición de los cafés cantantes por parte del Jefe del Departamento del Distrito Federal, Ernesto

Peralta Uruchurtu, apodado “el regente de hierro”, ya que se satanizó al *rock* por considerarla una música ruidosa y degenerada. La represión contra este género musical fue de tal magnitud que los hombres que eran vistos con cabello largo, eran detenidos por la policía para realizarles arbitrariamente un corte de cabello para hacerlos parecer “decentes”.

Este personaje de la vida pública de la Ciudad de México clausuró pulquerías, teatros, hoteles de paso, cabarets, cantinas, y en general todo lo que estuviera relacionado con faltas a la moral, a la decencia y sobre todo lo que promoviera los vicios que trataba de erradicar.

Una de las anécdotas prohibicionistas del “regente de hierro” se trata del cierre de las pulquerías, ya que “entre comerciantes de ese ramo circulaba la versión de que la embestida del regente contra ellos estaba dictada, en parte, por sus propios prejuicios que lo llevaban a considerar esa bebida como de naturaleza plebeya y popular, a diferencia de otras como la cerveza, distintiva de países “modernos” como Alemania” (González, 2013). Pero no eran los únicos comercios afectados, ya que como mencioné líneas arriba, se trataba de todo un sistema de censura sobre lo que se consideraba inmoral.

Cabe señalar que el regente se valía de cualquier método para clausurar los recintos “del vicio” para preservar la moralidad y ética de los capitalinos, pero estas tácticas eran:

[...] a todas luces abusivas y tramposas, que usaba el *Regente de Hierro* para imponer su autoridad: mandaba cambiar el nombre o numeración de una calle para violar un amparo que protegía un determinado inmueble; ordenaba abrir zanjas para bloquear el acceso a comercios que entablaban demandas para no plegarse a sus disposiciones; en ocasiones enviaba espías a los restaurantes para inducir a sus dueños a violar las normas del gobierno capitalino a fin de poner a prueba su obediencia (González, 2013).

El abuso de la autoridad sobre los comerciantes hizo que estos se fueran a la quiebra, causando pérdidas en la economía de muchas familias que se dedicaban a esos giros que desaprobaba el regente de hierro. La duración de su gestión duro 14 años en el período que va de 1952 a 1966.

Aun así con el veto hacia los puntos de reunión donde los jóvenes escuchaban música, llegó el movimiento de la onda chicana, en donde sus representantes *Love Army*, *Los Dug Dugs*, *Pace and Love* y *El Ritual* hicieron su aparición en la escena, así como la formación de *Three Souls In My Mind*, liderada por *Alejandro Lora*. (Nuca digas que no, Vol. 1:1996)

Algunas presentaciones se realizaron en jardines, frontones y casas, donde la autoridad no podía clausurar los eventos, realmente eran clandestinos a los ojos del regente de hierro. Pero el 1 de enero de 1968 en el centro comercial *Minimax*, ubicado en la colonia San José Insurgentes, se inauguró Hip 70, un centro de espectáculos que le abrió las puertas a los representantes del *rock* nacional (Yo no era rebelde, *rock* mexicano 1957-1971).

Con el movimiento estudiantil del 2 de octubre de 1968 y la matanza de Tlatelolco, se satanizó las prácticas realizadas por los jóvenes, y los estudiantes eran los más agraviados, ya que se les consideraba casi delincuentes.

Pero también la historia del *rock mexicano* está ampliamente ligada al festival sobre ruedas Avándaro, ya que como lo mencionaré en su apartado, hay un antes y un después de este festival, por la convocatoria y asistencia de los jóvenes que en un solo escenario disfrutaron de un concierto que lo mas cercano a ello eran las refresquerías a donde la juventud de los años cincuenta asistía con sus amigos para tomarse una mateada y platicar mientras se escuchaban los éxitos de moda a través de una rocola.

1.3.3 Otras formas de hacer *rock* década de los setenta

La voz represiva del gobierno hizo que esta década fuera una revolución musical para la juventud y músicos del *rock*, ya que los jóvenes de esa época se interesaron por el estudio de los instrumentos relacionados con la corriente rocanrolera.

Algunos de esos jóvenes no tenían la manera de acceder a esos estudios pero improvisaron con instrumentos realizados por ellos mismos, además de la

ideología juvenil había cambiado drásticamente desde la represión de la plaza de las tres culturas en Tlatelolco.

El modo de pensamiento que algunos defendían, como “[...] la extensión de la experiencia humana a áreas consideradas tabú [...] otros, dictaminaron la muerte de la familia como institución castradora y reivindicaron su ampliación horizontal o defendieron el retorno al campo y a la simplicidad de la vida rural. Otras, propusieron la liberación sexual” (Urteaga, 1998: 97).

Pero las ideas liberales de los jóvenes de la época transgredían las ideas conservadoras con las que la sociedad mexicana estaba históricamente ligada, por ello es que con la entrada de los medios masivos se llevó a cabo un amplio desprestigio al *rock*, a la rebeldía que incitaba a los jóvenes a no comportarse, por lo que Avándaro fue un gran referente cultural no sólo dentro de los festivales musicales masivos (ver sección 2.2 Festival *Rock* y Ruedas Avándaro), sino para el *rock* desde 1971 hasta nuestras fechas.

Después del mencionado festival “se cerró la radio, y de inmediato se retiraron todos los grupos; este veto duró por 10 años. Las compañías disqueras despidieron a los grupos, a otros los congelaron y al paso del tiempo quedaron fuera de contexto” (Estrada, 2000, 78), todo eso con la finalidad represiva de no a la apertura del *rock*.

Así que los medios masivos de comunicación también operados por el Estado decidieron reprimir a los grupos contestatarios, al congelarlos lo único que estaban ganando era que el público los diera por desaparecidos y no hubiera más consumo de ese género musical que “incitaba a las masas”.

Por ello, en el periodo de Luis Echeverría Álvarez se intentó “afianzar el rol tradicional como árbitro de la cultura nacional [...] Esto representó esfuerzos por parte del Estado para exhibir al *rock*, una vez más, pero ahora dentro del discurso de imperialismo cultural” (Estrada, 2000, 88). Como el imperialismo yanqui que imponía la proliferación de contenidos culturales en esos años debido a su florecimiento como potencia mundial después de la segunda guerra mundial.

El Estado al presentar un programa que avaló el imperialismo cultural dejó claro el mensaje sobre la promoción en los medios masivos a los grupos extranjeros y no hubo tanto apoyo para los grupos nacionales, eso fue terminando con el *rock* nacional y la mayoría de los que sobrevivieron tuvieron que adaptarse, irse a Estados Unidos o presentarse en las tocaditas *underground*⁸.

El *rock* fue relegado a los *hoyos funkys* y las peñas mientras que las disqueras tenían un veto para contratar a músicos que tocaran *rock*, de esta manera fue que muchos grupos se desarrollaron tras bambalinas, con la influencia del *art rock* y de bandas internacionales como: *Pink Floyd*, *Yes*, *Joy Division* y entre otras se fundó el *rock* progresivo, él cual llegó a México a través de las melodías de esos grupos musicales y que sirvieron como base junto con los sonidos prehispánicos para la fundación del grupo *Chac Mool* que se caracterizó por imprimir un sello característico a finales de los años setenta.

Los *hoyos funkys* fueron lugares de pésimas condiciones para llevar a cabo eventos, ya que eran conciertos “clandestinos” de *rock* que al carecer de las condiciones óptimas representaron situaciones de riesgo tanto para los asistentes como para las bandas y organizadores.

Pero los problemas eran mas severos si llegaban los policías, la ola represiva estaba en su apogeo y todo lo que tuviera que ver con el *rock* era prohibido, satanizado y penalizado por las autoridades: “la represión del gobierno contra el *rock* y las formas de cultura alternativa eran más intensa e irracional” (Estrada, 2000: 78), ya que seguían sin reconocer el papel de la juventud. Este juego represivo solamente polarizó el ambiente y en algunas bandas esto generó un radicalismo mientras en otras las apagaba por completo.

Los lugares donde se realizaban estas tocaditas se encontraban alrededor de la ciudad y en las aéreas colindantes en “Ignacio Zaragoza, La Villa; el lienzo charro ‘La Florecita’, en San Ángel; el lienzo charro ‘Hormiguero’, en Azcapotzalco; en los salones ‘Chicago’, ‘Maya’, ‘Siempre lo Mismo’, ‘Herradero’ y ‘Revolución’. Por

⁸ El *underground* se refiere a un movimiento contracultural gestado durante el siglo XX y tiene como preceptos las manifestaciones de arte marginal y contestatario.

supuesto, tenían que dar ‘mordidas’ para obtener los permisos” (Estrada, 2000: 79).

En la radio, los programas dedicados al *rock* eran efímeros, ya que se transmitían un día y después desaparecían del espectro radiofónico, todo como parte de la campaña gubernamental del veto al *rock*. Aún con estas limitantes el género prosperó en los hoyos funkys y en las peñas, éstas denominadas por el *folclore* latinoamericano y de ideología anti yanqui.

Los jóvenes que asistían a las peñas tenían predilección por la literatura latinoamericana que los inspiraban a manifestarse en contra del imperialismo Estadounidense. Por ello adquirieron gran éxito en sus presentaciones músicos como Violeta Parra, Víctor Jara, Facundo Cabral, Atahualpa Yupanqui, Inti-Illimani y Mercedes Sosa (Agustín, 2013:30).

Las canciones de protesta fueron otra forma de reforzar el movimiento musical, además de reforzar la identidad latinoamericana y rechazar el imperialismo de las potencias culturales. La incursión del folclore uruguayo y chileno reforzó las posturas político-culturales que los jóvenes ya conocían a través de los textos de ensayistas latinoamericanos.

Cabe señalar que “las peñas folclóricas fueron un fenómeno de clase media urbana pero su profundidad como medio de protesta no fue mucha, pues centrarse a oír temas sociales o latinoamericanistas muchos sentían que ya habían hecho su tarea revolucionaria” (Agustín, 2013:30). De esta manera es que el *rock* sobrevivió en este período de censura y repreción.

Las versiones del gobierno y de los medios contradecían la realidad manipulando y creando estereotipos mientras que el *rock* era tomado por los jóvenes como una forma de expresar su descontento social, entretenerse y divertirse con música que era dirigida hacia ellos, como lo dice este joven anónimo en el documental Nuca digas que no:

Todos somos banda, somos pobres hijos de campesinos y todo eso y es otra onda. Los ricos son burgueses que siempre les gusta la música disco y puro dinero,

nosotros no, nosotros nos vamos a la que más nos queda cerca. El *rock* es una diversión, el *rock* es cultura” (Nunca digas que no, Vol. 1:1996)

Pero aun así hubo un periodo (de más de diez años) en silencio, que no se podía tocar *rock*, ni contratar bandas en las disqueras, ni nada que se le pareciera o fomentara la creación, distribución de esas ideas. Fue hasta que llegó *Botellita de Jerez* y *Cecilia Toussaint* a la escena musical.

La importancia de estos dos músicos fue primordialmente que el *rock* se comenzó a utilizar ya como un lenguaje de resistencia nacional con la participación de esos y otros grupos en la década de los ochentas para hablar sobre el descontento social.

1.3.4 Los lugares del *rock*: década de los ochenta

En esa misma década se desarrolló la corriente *Punk* con los grupos de *Kenny and the electrics* y *Dangerous Rhrythm* que estaban profundamente influenciados del *rock* anglosajón que los grupos nacionales bautizaban a sus agrupaciones en ese idioma.

Sin embargo, por la apertura comercial de la música en 1985, se tomó la decisión de cambiar el inglés por el español, de esta manera fue que *Kenny and the electrics* se convirtió en *Kenny y los eléctricos*, mientras que *Dangerous Rhrythm* se renombró *Ritmo Peligroso*.

Un de los momentos fundamentales para el *Rock* mexicano fue sin duda la fundación de un proyecto cultural del Museo del Chopo, en donde el promotor Jorge Pantoja hizo un llamado a la difusión de los músicos del genero *rock* mediante el intercambio de discos, de esta forma nació la tradición de visitar al Chopo para conocer nuevos grupos, intercambiar música e identificarse con la gente presente, así como asistiendo a los conciertos gratuitos que ahí se hacían y continúan hoy en día.

Otro lugar emblemático para el *rock* fue *Rokcotitlán*, creado por los integrantes de *Botellita de Jerez*, que fue un recinto que funcionaba como lugar de conciertos en 1984 y se le conoció como “el lugar del *rock*”. La mañana del 19 de septiembre de

1985 sacudió un terremoto a la Ciudad de México y pronto se difundió la noticia del lamentable fallecimiento de una de las leyendas del *rock* nacional durante el desastre natural: Rockdrigo González.

A este personaje dentro de la escena se le conoció como el padre del *rock* rupestre que según José Agustín se define de la siguiente manera:

El *rock* rupestre, pues, era el *rock* de los jodidos, un *rock* básico, sin sofisticación, sin recursos, salido directamente de las márgenes de la realidad urbana de los años de la primera gran crisis; un *rock* de las cavernas, lo que implicaba también un movimiento musical en sus inicios. (Agustín, 2001:66).

La esencia del este tipo de *rock mexicano* se hizo visible por la escasez de instrumentos básicos que produjo un sonido nuevo para el *rock*. Lamentablemente su mayor exponente Rockdrigo González falleció, pero nos dejó su legado y consagró ese estilo musical.

Después de esta tragedia inició la apertura de los medios sobre el *rock*, el momento en que sucedió fue en 1984 cuando la estación de radio *Rock 101* le abre las puertas a esta música, estigmatizada que se produjo en las calles y locales de todo el país. Sólo hacía falta llegar con el demo para que ellos lo promocionaran.

Esta misma estación de radio fue parte de lo que se conoció como WFM y fue la principal radiodifusora de *rock* en el país, que para 1988 consiguió realizar el concierto de Miguel Ríos. Gracias a esta presentación llevaron a cabo el concurso de “*Rock en tu idioma*” junto a la disquera Ariola, importante en la producción y distribución de material musical. Lamentablemente, *Rock 101* tuvo que dejar sus transmisiones en 1994.

De esta manera se dio la bienvenida a la música *rock* con la apertura de espacios, uno de estos nuevos sitios fue *Rock Stock* y tocaron bandas nacionales así como internacionales en este lugar como *Hombres G*, *Miguel Ríos*, *Duncan Dhu* y *Soda Stereo*. Este conjunto de músicos españoles y argentinos se dieron a conocer en la escena mexicana del *rock* y eso facilitó la apertura musical. Cabe señalar que

estas agrupaciones extranjeras editaban sus materiales ellos mismos y a su música bajo el sello “Rock en tu idioma” (Nunca digas que no vol.2:1996).

El *rock* en tu idioma fue parte de la escena rockera en México con bandas como *Maldita Vecindad y Los Hijos del Quinto Patio*, *Caifanes*, *Neón* y *Fobia*. Luego entonces nace el *rock* urbano con sus características subterráneas para criticar el sistema y la situación política-social del entorno que se estaba viviendo tanto en México como en el mundo.

Se dejó de satanizar al *rock* cuando la industria de las disqueras y el Estado se dieron cuenta de que había un “mejoramiento de la cultura a través del *rock*” (El *rock* no tiene la culpa, Vol. 1:1996), para abrirse paso en la industria musical y las casas disqueras.

En los años siguientes fueron otras emisoras como Radio UNAM de 1985 a 1987 que incluyeron en su programación música de este género musical. La estación La Pantera cambio de nombre en 1987 por Espacio 59 que perteneció al grupo Núcleo Radio Mil y después se convirtió en lo que fue Radio Alicia.

Otra emisora importante Hits Fm, creada en 1988 por la Organización Radio Centro y sus transmisiones apenas duraron ocho meses. En 1990 nace Estéreo Joven, en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), promovió diferentes maneras de producir radio y la forma fue a través de dos de sus programas, el primero “*La Calle Habla*” y el segundo “*¿Qué onda con el rock?* Para 1992 la estación cambió su nombre por *Conexión Acústica* y en 1995 se consolidó como Orbita 105.7 de la frecuencia modulada.

1.3.5 Los medios, conciertos universitarios y el *rock* en la década de los noventa

La presión social creciente obligó a considerar la apertura de manifestaciones culturales, la lucha por el poder se manifestó particularmente a través de los jóvenes, a quienes se buscó complacer por medio de alternativas como la desaparición de fronteras en la cultura musical. Derivado de ello, en 1992, durante

el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, se permitió la apertura hacia el *rock* eliminando políticas culturales que impedían su difusión en nuestro país. Esto fomentó los vínculos de la reconciliación con la música, llevó a dejar ese período oscurantista de vetos y censura y eliminó el estigma de violencia que pesaba sobre el *rock* convirtiéndolo en música popular. De esta manera es como se construyó el puente para los conciertos de artistas internacionales de *rock* anglosajones.

Para este tiempo la televisión ya había hecho su presentación con algunos programas dedicados al *rock*. Estos fueron “*Música sin Fronteras*” que se transmitió en las madrugadas por Televisa, “*Rock sin etiquetas*” conducido por Edgar Pulido, en Canal Once dentro del noticiero “*Hoy en la cultura*” donde se presentaron reportajes del *rock* mexicano, haciendo de este parte de la cultura nacional. “*Los espectáculos de la ciudad*” transmitido por Canal 13 IMEVISION con apoyo del Conaculta. De esta última emisora se produjeron dieciocho documentales dedicados al *rock*, la serie se llamó “*Águila o rock*”.

También existieron programas de *rock* dirigidos a los niños en 1992 por parte de Estéreo Joven, el IMER y CONACULTA, pero lamentablemente fueron suspendidos por la censura que aún permeaba los medios y de una sociedad conservadora de sus valores. Algunas otras emisoras que también le dedicaron espacio y tiempo al *rock* fueron Radio Educación, Radio Mexiquense y más tarde Radioactivo 98.5 se convirtió en el referente de las estaciones de radio para transmitir el *rock* y los subgéneros que de él nacen.

Después de *Rokcotitlán* vieron la luz otros espacios como: *La Rockola*, *El Ágora*, *LUCC*⁹, *Rock Stock* se caracterizó por ser elitista y exclusivo de las clases medias y altas para poder escuchar un poco de *rock* mientras se disfrutaba de la comida. También se encuentran *El Colectivo Arte Urbano* y *el Foro Indi*; en este último se llevaron a cabo presentaciones de teatro, danza, de libros y de música como *rock*, *jazz*, *punk* y *ska*.

⁹ LUCC es la abreviatura de la canción de Agustín Lara titulada “La última carcajada de la cumbancha”

Los lugares que ofertaron el *rock* en sus locales crecieron durante los noventas donde la juventud acudió a escuchar nuevas propuestas, algunos de estos recintos fueron: *Tutifruti*, *Rock Stock*, *Bulldog*, *El Exilio*, *El Antro*, *La Viuda*, *La Carreta*, *La Diabla*, *La Victoria*, *Barriguana*, *Fixión*, *Babel*, *Osiris*, *El Rayo*, *Tequila Boom*, *Multiforo Alicia* y *Hard Rock Café*.

Algunos de los grupos que comenzaron con otros nombres en la escena rockera fueron *Sombrero Verde* que años después sería *Maná*, *Insólitas imágenes de Aurora* cambio para solamente llamarse *Caifanes*.

El despegue del *rock* mexicano se inicia justamente en el año de 1988 con la salida de los discos de *Caifanes* y la *Maldita Vecindad* y *Los Hijos del Quinto Patio*, rompiendo record de ventas con sus respectivos discos y sencillos de “*La Negra Tomasa*” y “*Morenaza*”.

Algunos otros grupos que se incluyeron en esta oleada musical fueron *Los Amantes de Lola*, *Rostros Ocultos*, *Fobia*, dando el renacimiento al *rock* nacional con canciones como “*Crucifijo*” de *Fobia* y “*Rayando el sol*” de *Maná*. A este último grupo se les recalcó que su música estaba dirigida al género *pop*, los integrantes la denominaron *Rock Pop*.

Después del repunte que le habían dado al *rock mexicano* con *Tex Tex*, *la Cuca*, *La Lupita*, *Caifanes*, *Santa Sabina* y la *Maldita Vecindad* y *Los Hijos del Quinto Patio*, surgieron otros grupos como *Café Tacuba*, *Las Víctimas del Dr. Cerebro*, y *La Castañeda*. (Nunca digas que no, vol. 2:1996)

Mientras tanto, en las ciudades de Tijuana, Guadalajara, y Monterrey se produjeron también sus propias agrupaciones, pero con la carestía de instrumentos y presupuesto se comprendió que era difícil sobresalir en la escena si no se contaba con el apoyo económico y además fue evidente la importancia de estar en la capital del país para darse a conocer entre la gente y concretar seguidores.

Aun con estas vicisitudes vieron la luz grupos de excelente calidad artística musical como *Tijuana No*, que en un tiempo realizó *covers* como “*Spanish Bombs*” y creó canciones como “*Pobre de ti*” en 1993. *Azul violeta* hacía lo propio sin apoyo para tocar en Guadalajara.

Después de todo este auge de grupos rockeros, *Maldita Vecindad y Los Hijos del Quinto Patio* edita su segundo álbum llamado “*El Circo*” que fue lanzado en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, lugares donde se concretaron giras con 178 conciertos que dieron como producto a un disco en vivo (Nunca digas que no, vol. 2:1996)

Los *Caifanes* en su gira por Estados Unidos, Latinoamérica y España ganaron popularidad en cuestión de un año y fueron el primer grupo latino en abrir el concierto a los *Rolling Stones*. Todo era gloria hasta el “19 de febrero de 1995” después de un concierto accidentado de *Caifanes* en la explanada de la delegación Venustiano Carranza en el que el Gobierno volvió a prohibir los conciertos al aire libre (Nunca digas que no, vol. 2:1996) por considerarlos peligrosos.

De esta manera, los artista, músicos y agrupaciones se unieron en resistencia ofreciendo un festival musical en la explanada de Ciudad Universitaria el 28 de febrero de 1995, llamado “*Rock por la paz y la tolerancia*” (Nunca digas que no, vol. 2:1996). En donde se recaudaron alimentos y demás artículos para los indígenas chiapanecos que estaban viviendo bajo estado de sitio por parte del ejército mexicano desde 1994 cuando detonó el Movimiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional.

Este movimiento se denominó “*12 serpiente*”, un colectivo de artistas que estaban apoyando el movimiento zapatista con alimentos y recaudando fondos para las comunidades chiapanecas. Uno de sus principales integrantes fue *Guillermo Briseño*, quién se identificó con la lucha zapatista desde su inicio.

Lamentablemente el colectivo de “*12 serpiente*” se vio corrompido por los intereses económicos y que algunas de las bandas participantes no tenían el

mismo compromiso social, porque lo que les importaba era acercarse al público para volverse comerciales y ganar dinero. Además, las autoridades gubernamentales desdeñaban la participación del colectivo de artistas y difundieron a través de los medios masivos una lucha contra el zapatismo.

Los artistas en su descontento formaron otro colectivo que se llamo “*Serpiente sobre ruedas*” donde se dedicaron a difundir la verdadera historia del zapatismo y la guerra de exterminio contra las comunidades indígenas chiapanecas por parte Estado mexicano.”La gira no fue fácil, a pesar de haber recorrido gran parte del país, no podían generar suficiente dinero para ser solventes y seguir ayudando a las comunidades chiapanecas” (Lifeboxset, 2014)

A pesar de todo, continuaron llevándose a cabo festivales en apoyo a la resistencia del EZLN y al *rock* mexicano. Por ello el “23 de Junio de 1995 se realizó en la Ciudad de México el *Festival Nuestro rock* frente a más de 35 mil personas en el Palacio de los Deportes, así como el concierto *Rock por los niños de Chiapas* llevado a cabo en Tuxtla Gutiérrez y el *Festival Camaleón* en la Ciudad de México” (Nunca digas que no, vol. 2:1996). Así se demostró el poder de convocatoria del *rock* en los años noventa.

Algunos de los grupos que se gestaron en esta etapa fueron *Resorte* y *Vantroi* que explotaron la barrera del *rock* para trascender al *Heavy metal* mexicano. Otros grupos foráneos hacían su presencia como *Control Machete* y *Movimiento Zurdok* de Monterrey, mientras en la capital para los años de 1996 se podía escuchar las letras estridentes e irreverentes de *Molotov*.

Pero tampoco las agrupaciones se escapaban de los conflictos internos, tal es el caso de *Caifanes*, en donde por ciertas diferencias Alejandro Marcovich se separó del grupo y Saúl Hernández fundó *Jaguares*. Pasó largo tiempo para que se volvieran a reencontrar en los escenarios: uno de esos momentos fue en la doceava edición del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive latino.

Los lugares que se dedicaron a difundir el *rock* en sus instalaciones no lograron sobrevivir, con el paso del tiempo se fueron cerrando estos espacios para

escuchar música nueva rockera que no perteneciera a la corriente popular o comercial que estaba en su apogeo. Años después del nuevo milenio cerró el *Hard Rock Café* y actualmente persisten pocos lugares de los anteriormente mencionados. Los cafés donde se podía escuchar esta música, fueron cerrando poco a poco, como fue el caso de *Café Caribe*, *Café Rock*, *Tropirock*.

En los años noventa se encuentra la división del *rock*, puesto que con la apertura de la industria y con los medios de comunicación pendientes de ellos, comenzaron a salir artistas que se les clasifica de “*pop rock*”, ya que son productos generados desde la idea mercantilista de vender la música popular a través de ídolos, cuyas letras están vacías y cuentan historias de frivolidades.

Ejemplos de esta separación son *Alejandra Guzmán* y *Gloria Trevi*, la primera destacada porque su padre, *Enrique Guzmán*, formó parte de los primeros rockeros nacionales, pero a su vez recibió patrocinios de Televisa ya que le dio difusión a los *covers* que se dedicaron a traducir y cantar en la época de los sesentas y setentas.

Por su parte *Gloria Trevi* fue un producto elaborado en una falsa rebeldía, que impuso su moda de pelo alborotado, medias rotas y maquillaje exagerado, con la cual muchas jovencitas se vieron identificadas, al sentirse liberadas con las letras de sus éxitos famosos como “*Dr. Psiquiatra*” o “*Pelo Suelto*”

Del otro lado de la moneda se encontraron otras mujeres rockeras como *Chela Lora*, *Cecilia Toussaint*, *Julieta Venegas*, *Ely Guerra* entre otras, quienes no contaron con el apoyo de grandes empresas de medios, ya que la industria del entretenimiento basa el concepto de mujer como estereotipo, objeto sexuales, que nada tenía que ver con el talento, ni con la calidad musical.

Para 1997, la Sociedad y Cultura del Distrito Federal (Socicultur) se transformó en el Instituto de Cultura de la capital y comenzó a organizar conciertos en el Zócalo de la ciudad, ya que en las elecciones de ese periodo el PRI perdió la gubernatura de la capital y el entonces Departamento del Distrito Federal fue encabezado por

Cuauhtémoc Cárdenas del PRD. Un año después dio comienzo la aventura del Festival Vive Latino.

2.- Historia de los festivales musicales

*Quisiera cantar quisiera florecer
con mis propias semillas
ya no quiero sembrar
y solo cosechar
flores de color de la mentira*

(Café Tacuba, "Flores de color mentira", 1996)

El apartado está dedicado a los festivales musicales, abordado desde el primer concierto de *rock* masivo de la historia, pasando por *Woodstock*, *Altamont* y *Live AIDS* en los países anglosajones.

En México se contó con Avándaro como parte fundamental de los conciertos masivos, así como la censura de la cual fue presa el *rock* y sus espacios después de ese evento. La historia de los conciertos está cimentada en las peñas y los *hoyos funkys* como fuente de eventos de *rock* en la zona conurbada de la capital del país. Lo anterior es la antesala del Festival Vive Latino, que cuenta con quince ediciones y más adelante se desarrollará a detalle.

Para finalizar se hace un recuento de los festivales que se han creado por el efecto del Vive Latino en la audiencia juvenil. Algunos de ellos sólo se han llevado a cabo unas cuantas ediciones para después desaparecer, otros continúan vigentes como el Corona Capital. Además se resalta la influencia de las nuevas herramientas de comunicación para la difusión de estos eventos en el ciberespacio.

2.1.- Antecedentes

Las nuevas tendencias en géneros musicales como el *Rhythm and blues* fueron partícipes en el primer concierto masivo que se realizó el 21 de marzo de 1952 en Cleveland, Estados Unidos. Fue organizado por *Alan Freed* y *Leo Mintz*, una estación de radio que antiguamente transmitía música clásica y que apostó por este nuevo estilo musical que estaba ganando terreno en esos años.

El evento se llamó *“Moondog Coronation Ball”* (History channel, 2015) y tuvo una asistencia de aproximadamente 20 000 a 25 000 personas dentro de un estadio. La alta demanda del evento fue de tal magnitud que las personas que no tuvieron acceso al evento rompieron las puertas y esto ocasionó la cancelación del evento con tan solo una hora de haber comenzado.

Fue un día lleno de contrastes, ya que significó un parteaguas importante dentro de la industria de los conciertos masivos y su apoyo de las radiodifusoras de aquel momento. Después de 15 años se llevó a cabo *“The Monterey International Pop Music Festival”*¹⁰ en California que se realizó del 16 al 18 de Junio de 1967 y contó con una asistencia aproximada de 200, 000 personas.

El texto escrito por Glenys Roberts menciona: *“Monterey was the first real rock festival. Jimi Hendrix, The Byrds, The Mamas And The Papas attracted an audience which could not wait to shed their inhibitions, along with their clothes”*. (Roberts, 2015). Al mencionar que Monterey fue el primer festival real de *rock* hace referencia a los músicos que ahí tocaron y por el público que no podía esperar a soltar las inhibiciones, ya que fue una época en la que se fortaleció el discurso de amor y paz, y donde los jóvenes consumían la droga LSD y tenían una desaprobación hacia la guerra de Vietnam.

Dos años mas tarde se realizó el concierto que revolucionó el *Rock and Roll*, el multitudinario *Woodstock* en 1969, en donde se presentaron músicos como *Jimi Hendrix, The Who, Janis Joplin, Santana*, entre muchos otros. Este evento fue el parteaguas para la creación de conciertos masivos, en donde la comunión y la consigna de un mundo con “amor y paz” se hicieron visibles.

El contexto histórico de *Woodstock* fue la exigencia de la juventud por un mundo sin guerra, ya que en esos años la cultura *Hippie* se encontraba en su apogeo, por lo tanto, las coronas de flores, los lentes pequeños, el cabello desaliñado, los colores psicodélicos en la ropa y el símbolo de amor y paz eran características de

¹⁰ En español se le conoce como el Festival Internacional de Música *Pop* de Monterey.

esta juventud que se encargó de protestar por la guerra de Estados Unidos en Vietnam.

Para el 6 de Diciembre de ese mismo año se llevó a cabo el Festival Altamont en California, Estados Unidos, organizado por los *Rolling Stones* en la costa oeste como parte del final de su tour por este país y fue llamado por los fans como “*the concert that ended the Sixties*” (Anderson, 2011). De esta forma concluyó la década de los sesentas y la era de los conciertos masivos de *rock* en Estados Unidos que fue una influencia para los organizadores de Avándaro a principios de la siguiente década.

2.2.- Festival rock y ruedas: Avándaro

El evento que marcó toda una era en la juventud mexicana fue conocido como Festival rock y ruedas Avándaro que fue realizado el 11 y 12 de septiembre de 1971 en Valle de Bravo, Estado de México, creado por Luis de Llano como la idea de realizar una carrera de autos en aquel lugar junto con una “noche mexicana” que se amenizaría con bandas de *rock* para ganar más público

Fue la oportunidad de tener un Woodstock en México y las figuras que hicieron posible el evento se llaman: Eduardo López Negrete, Ela Laboriel, Armando Molina, Justino Compeán y Roberto Naranjo; entre muchos otros que se encargaron de los aspectos de producción, difusión y logística del festival (Estrada, 2000:71)

Los músicos que conformaban el cartel de Avándaro eran: *los Dug Dug's*, *Los Tequila*, *Los Yaki con Mayita*, *El Amor*, *El Epílogo*, *Peace & Love*, *La División del Norte*, *El Ritual*, *Bandido*, *Tinta Blanca* y *Three Souls In My Mind*. Cada uno de estas agrupaciones tocó por el precio de \$25 viejos pesos la localidad.

Las entradas se vendieron por completo debido a la sobrepoblación del lugar se suspendió la carrera de autos que estaba programada para el siguiente día, ya que sobrepasaba los “250 mil asistentes” (Nunca digas que no, Vol. 1:1996) y contaba con la vigilancia del ejército y helicópteros para el evento.

Avándaro sin duda alguna marcó la vida de los jóvenes en México, constituyó un antes y un después, ya que esta juventud carecía de espacios donde pudieran expresar sus ideas, por ello el Festival de rock y ruedas fue el lugar para demostrar la identidad juvenil de los setenta. De este modo el *rock* y los acontecimientos sociales del movimiento de 1968 y el halconazo de 1971 constituyeron eventos que se arraigaron y moldearon las personalidades de esta generación de jóvenes.

Las demandas de la juventud partían de la no criminalización, que el gobierno sustentó en las diversas expresiones contraculturales, pensamientos y críticas al sistema. El festival les abrió las puertas a los jóvenes para encontrar por un par de noches el espacio y la autorización para actuar con total libertad cantando, rockeando y unificando a un sector de la población, sin importar su procedencia.

Tanto fue el nivel de polarización del festival que varias asociaciones lo repudiaron entre ellas: “Intelectuales, gente de izquierda, empresarios, asociaciones civiles, funcionarios, la liga de la decencia medios de difusión, todos, repudiaron el festival. Esperaban represión como en el 68, pero el gobierno prefirió “tolerar el evento y mandó a unos camiones para que transportaran a los viajeros” (Estrada, 2000:72).

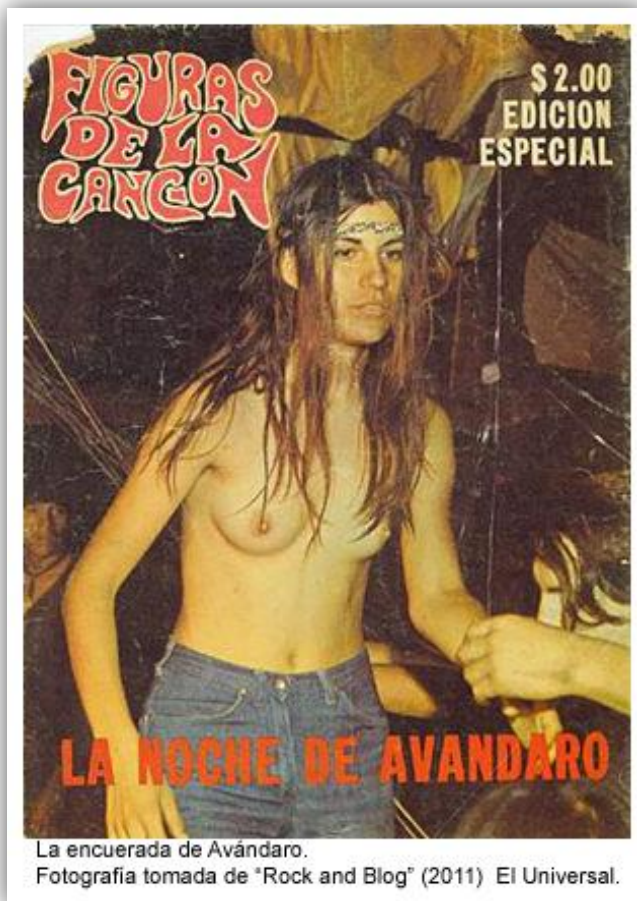
Aunque no hubo represión por el Estado hacia los jóvenes, si lo hubo en cuanto al festival, ya que estuvo latente censurar la emisión de radio por la que se transmitía, además fue vigilado desde helicópteros, el ejército y policías, ya que le temían a esa juventud que se encontraba deshinibida.

Sobre el festival se emitieron varios spots, tanto de radio como de televisión, así mismo se contaron con carteles que tenían el lema “Yo conozco un lugar arriba en las montañas, donde llueve, brilla el sol y hay música... por una noche y un día viviremos en contacto... buscando un porvenir más efectivo, que nos llevará a la comunicación como hermanos en la tierra” (Estrada, 2000:71)

Ese era el tipo de publicidad que se le dio al festival *rock* y ruedas, pero además se pensó en producir un disco y un video sobre el festival que sería transmitido por

radio y televisión. Eso en cuanto a los medios, durante el festival llegó la censura, por parte del gobierno intolerante con las expresiones juveniles ya que tenía muy poco tiempo de haber ocurrido el 10 de junio conocido como el jueves de corpus ó el halconazo, y los jóvenes no lo olvidaron la represión, al contrario “Felipe de *Peace and Love* gritó ‘chingue a su madre el que no cante’ y ‘mari... mariguana’ [...] Esto provocó que los locutores Agustín Meza de la Peña y Félix Ruano de XERPM Radio Juventud fueran despedidos” (Estrada, 2000:73).

Para las mujeres también fue un festival muy importante, ya que intervinieron en todo el proceso del evento de *rock* sobre ruedas, algunas desde la parte de la producción, otras en los escenarios con los grupos que se presentaron y claro está la audiencia femenil que vivió la trascendencia del evento.



Algunas de ellas (al igual que muchos hombres), básicamente las que participaron tanto en la difusión, producción y en los grupos de *rock*, tuvieron que desaparecer de la escena pública por los siguientes años, ya que el gobierno federal persiguió a todo aquel que hubiera participado en Avándaro.

Un importante ícono femenino que estuvo presente en el festival *rock* y ruedas, fue la famosa “encuerada de Avándaro”¹¹ que bajo las

¹¹ La fotografía de la encuerada de Avándaro fue portada de la revista musical “Figuras de la canción” como una edición especial sobre el festival en 1971.

influencias de las drogas y el alcohol subió a un pequeño toldo de un camión que estaba ahí, se quitó la ropa y danzó sin ningún tipo de inhibición.

Todos estos hechos ocurrieron en un ambiente politizado, si bien no se tenía una política juvenil en esos años, los jóvenes tomaron las riendas para hacerse notar y construir su propia identidad porque “Avándaro significó este grito final de resistencia” (Estrada, 2000:76), ante un gobierno autoritario que no dejaba respirar a cualquiera que quisiera ir a contracorriente.

Se puede decir que el festival *rock* sobre ruedas Avándaro es un ícono de la cultura juvenil, ya que es el momento en donde los jóvenes comienzan a hacerse notar y exigir lugares en los cuales pudieran conjugarse el *rock*, la identidad y la resistencia, por ello es que después del festival sobre ruedas se crearon los “*hoyos funkys* que eran galerones, bodegas, cines, casas abandonadas, gimnasios, supermercados vacíos, estacionamientos, salones de baile o salones de usos múltiples” (Estrada, 2000:77) que se utilizaban y adecuaban para realizar conciertos.

Después de este festival no se volvió a hablar de producir otro, ya que como se había mencionado antes, otro festival musical del corte rockero implicaba ser perseguido por el Estado, por lo que sólo se pudieron contar con los pequeños lugares *underground* para llevar a cabo tocadas, que implicaban un riesgo tanto para el público como para los artistas, porque en algunos casos los organizadores lucraban con promocionar eventos que carecían de seguridad, no garantizaban el pago para los artistas y dejaban tanto a éstos como al público a merced de los policías.

2.3.- 1972 a 1999 Periodo de transición de los nuevos festivales musicales en México.

Este periodo fue parte fundamental en la transición de los festivales musicales de *rock* en México, ya que como menciono antes, después de Avándaro hubo una persecución a los realizadores y a los artistas se les impuso un veto, el cual duró

aproximadamente diez años. Los *hoyos funkys*, las peñas y los cafés fueron los encargados de recibir de nueva cuenta al *rock*.

En ese entonces nace *Rokcotitlán* y con este se abre paso a otros lugares en donde se podía escuchar el *rock*, ahora el estigma no era tan fuerte y con la apertura de las radiodifusoras como *Rock 101*, *Espacio 59* y *Estéreo Joven* fue que comenzó a modificarse la prohibición en los años ochenta.

Fueron estas y otras radiodifusoras ya mencionadas las que generaron espacios para poder crear conciertos, un ejemplo de ello fue el programa de *Espacio 59* “*La Calle Habla*”, que no sólo promovía la música desde el micrófono sino que se dedicó a llevar conciertos a las explanadas delegacionales con mesas redondas, ciclo conocido como “*Conciertos Blanquita*”.

Otras opciones en esta época era escuchar *rock* por la televisión, lo que tuvo gran auge, por la entrada de *Mtv*, canal musical que nace en 1981 en Estados Unidos y comienza a transmitir en México por televisión por cable diez años después. La aportación que tuvo este canal fue la entrada del videoclip, en donde las letras de los artistas se convirtieron en productos audiovisuales que eran representados literalmente o de forma conceptual.

De esta forma fue que se construyó un nuevo público para la música, interesado en las agrupaciones desde la imagen de sus ídolos y el material visual: el videoclip, primera fuente de presentación y consumo, que los jóvenes retomaron como marca de identidad gracias a lo cual creció la industria y explotación de la música desde los medios.

Por ello, algunas de las emisoras de radio tuvieron un descenso en la audiencia, puesto que al público ya no le llamó la atención el consumir a los músicos por el espectro radial, sino por la televisión que inició algunas producciones sobre el *rock* para atraer a la audiencia juvenil.

Por otra parte, los conciertos comenzaron a organizarse por el descontento social que existía en ese tiempo, constituyendo una manera de alzar la voz por parte de

los músicos cuando la sociedad estaba pidiendo que alguien abogara por ellos. El caso más representativo de estas actividades fue el apoyo al levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) el primero de enero de 1994 y de ahí se abrió las puertas a festivales musicales de resistencia y contracultura. Conciertos como “Rock por la paz”, “Festival nuestro Rock”, “Rock por los niños de Chiapas” y “El Festival Camaleón” fueron el parteaguas de resistencia, en donde se recabaron recursos para ayudar a mitigar los estragos del conflicto social en Chiapas. *Caifanes, Café Tacuba, La Castañeda, Azul Violeta, La Cuca, La Lupita, Maná, Maldita Vecindad, Santa Sabina, Molotov*, entre otros, eran los grupos que estaban presentes en el colectivo juvenil de aquellos años.

Durante el año de 1996, el colectivo “*Serpiente sobre ruedas*” grabó un álbum llamado “*Juntos por Chiapas*” en donde participaron catorce bandas, cada una produjo una canción inédita en la que resaltó la situación de la resistencia, además de incluir algunas palabras del Sub comandante “*Marcos*”. Estas bandas fueron las siguientes: “*Café Tacuba, Maldita Vecindad y los hijos del quinto patio, Mercedes Sosa, Divididos, Illya Kuryaki y The Valderramas, El Sup, Leon Gieco, El Tri, Charly García, Pralamas, Fito Paez, Los Guarros, Los Tres y Andrés Calamaro*” (CENDOZ, 2015). El disco fue grabado con la intención de recaudar fondos para las comunidades Zapatitas, ya que la situación en ese momento era crítica en la zona.

La situación del *rock* por esta causa fue de solidaridad con las condiciones de vida que aquejaban a las personas, por ello la importancia de remarcar que la música se utilizó como forma de protesta y sería un parteaguas para realizar conciertos en otros recintos como deportivos y explanadas, pero siempre con una consigna política.

Las presentaciones que se realizaron por el colectivo “*Serpiente sobre ruedas*” fueron importantes para integrar los conciertos masivos en México, ya que la iniciativa privada y en concreto, los empresarios dedicados al espectáculo, vieron la oportunidad de lucrar con el *rock*.

2.3.1.- La Iniciativa Privada y los conciertos de *rock* en México

Si bien se ha abordado el tema de las radiodifusoras como promotoras de conciertos, es momento de dedicar este apartado a las compañías que hicieron historia en México como organizadoras de conciertos masivos, que después de la apertura del gobierno al *rock* no tardaron mucho en aparecer.

Una de las principales fue *Opkon*, empresa en la que Luis Gerardo Salas fue socio, que también formó parte de las estaciones de radio como *Rock 101* y *Espacio 59*. Desde este punto, la entrada de la iniciativa privada en la realización de conciertos fue a finales de los ochenta y esta empresa fue la primera en hacer negociaciones para traer artistas de talla internacional.

El Regente del Departamento del Distrito Federal en la época del Salinismo era Manuel Camacho Solís, quién inició la apertura de los conciertos de *rock* de músicos extranjeros, como parte de ese cambio de valor hacia ese género musical, puesto que según la recién creada Conaculta era parte de la cultura popular.

La estructura de *Opkon* fue de personas cercanas a Luis Gerardo Salas, “[...] donde Ernesto Tinajero era el encargado de las finanzas junto con Ramiro Ruiz Garufa. Dominique se encargaba de contactar al artista, atenderlo y manejar relaciones públicas, Lynn coordinaba el escenario: luces, cables, instrumentos, camerinos: Mónica Ibarra era asistente de las dos” (Estrada, 2000:183). Esta era la manera de trabajar, con unos cuantos y que lograron realizar grandes conciertos como “*Caifanes, Lou Reed, Jethro Tull, Jon Anderson*, en el Auditorio Nacional; de *Eric Burdon y Alex de Grassi* en “*Rock Stock*” entre otros”. (Estrada, 2000:183). Estos conciertos se realizaron antes de que se creara una de las empresas líder en producción de eventos.

Para 1990 Alejandro Soberón Kuri creó la Operadora de Centros de Espectáculos (OCESA), competencia directa para *Opkon*, pero pronto la eliminaron del negocio, por las grandes sumas de dinero que la empresa de Soberón Kuri ofrecía a los

artistas por actuar en sus eventos, como ejemplo el concierto de *Peter Gabriel* en 1992.

En 1997 OCESA ya operaba el “Palacio de los deportes, Foro Coca Cola, Hipódromo de las Américas, Autódromo Hermanos Rodríguez, Estadio Azul” y CIE controla otras empresas que se dedican a “exposiciones, ferias, boletaje, representantes, suvenir, y promociones” (Estrada, 2000:227)

Esta empresa se ha posicionado a nivel mundial, ya que rescató del olvido a varios recintos concesionados por el Estado, porque no había una política pública sobre los espacios de entretenimiento, por ello es que OCESA-CIE se convirtió en el monopolio de los eventos culturales en México y que años después hizo su alianza con Televisa y así logró controlar la producción y difusión del entretenimiento.

2.3.2.- Apertura neoliberal a los conciertos masivos de *rock* en México: EL TLCAN

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) fue firmado en 1992 por el entonces Presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari. Este acuerdo firmado junto a Canadá y Estados Unidos se realizó para darle continuidad a un tratado previo en 1988.

El nuevo acuerdo comercial estipuló su entrada en vigor el 1 de enero de 1994, justamente cuando el EZLN se levantó en contra del gobierno salinista, esta fue una de las situaciones que polarizó la situación del país, además de la entrada de empresas transnacionales que comenzaron a establecerse en el país por los convenios del tratado mercantil.

El impacto en la industria musical fue la apertura comercial a discos compactos, casetes, discos de vinilo, así como revistas y libros de *rock* que se encontraban en escasas tiendas especializadas o en el Tianguis Cultural de Chopo. La firma del TLCAN fue el preámbulo de la masificación de contenidos culturales producidos entre los firmantes globalizando la industria musical.

La importancia de la música como negocio de los años noventa estuvo representada por las tiendas de música que atrajeron al público que no estuviera inmerso en la escena rockera de esos años, y que por lo tanto eran indispensables como nuevos consumidores.

La tienda “[...] Promotora Musical, S.A. de C.V. o “Promusa” se remonta a 1994, cuando Grupo Carso adquiere el 51.0% de las acciones de la empresa propietaria de las tiendas de música conocidas como Mixup” (Grupo Sanborns, 2015). Así el consumo musical de los discos se incrementó con la oferta de tiendas donde se podían adquirir. No sólo fue *Mixup*, sino proliferaron otras tiendas como “*Discolandia*” o “*Tower Records* que pertenecen al Grupo Carso de Carlos Slim.

El TLCAN fue una de las principales fuentes de apertura de negocios de la industria musical y por la cual a algunos artistas extranjeros se les dio mayor difusión a través de las grandes disqueras como Sony Records, Universal Music, Warner Music, entre otras que reprodujeron los sonidos originales y los trasladaron a nuevas agrupaciones réplica.

No sólo se fomentó la cultura comercial de *rock – pop* y de los imitadores de rebeldes sin causa, sino la importación de nuevos grupos anglosajones que incursionaron en México como parte del *rock* en inglés.

A principios del nuevo milenio había un mayor número de bandas que formaban parte de la escena *rock* en México, por ello se creó el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino. La saturación y los pocos lugares donde se podían presentar los grupos aunada a la necesidad de los jóvenes por nuevos espacios ocasionó que la iniciativa privada acaparara el mercado produciendo un festival que tratara de cubrir esas carencias en un negocio.

La idea consistió en ofrecer una propuesta contracultural a lo ya establecido fomentando un festival que tenía como raíz la diversidad de la subcultura juvenil y la cultura musical del “*rock en tu idioma*”, así fue como se mercantilizó el Vive Latino con base en una industria musical que ya para el año 2000 representaba la globalización en el terreno musical.

2.4.- Festival Iberoamericano de Cultura musical: Vive Latino

A finales de los años noventa fue que ocurrió la creación de un nuevo festival musical, la idea fue de Jordi Puig Soberón. Él pensó en algunos festivales de antaño como Woodstock y otros realizados en Europa, dando como resultado el nacimiento del Festival Iberoamericano de Cultural Musical: Vive Latino. Su historia comienza en el grupo empresarial OCESA y Jordi Puig, que trabajaron en conjunción en el proyecto del Vive Latino, el cual cuenta con bandas invitadas que por sí solas no llenarían un estadio completo.

Fue así que el Vive Latino nació el 11 y 12 de noviembre de 1998 a cargo de 27 bandas invitadas, entre las que destacan “*Ángeles del Infierno, Illia Kuryaki, La Barranca, Kenny y los Eléctricos, Juan Perro y Aterciopelados*, entre otros” (Vive Latino, 2013). Al ver la aceptación del público se consideró realizar el festival cada año.

Sin embargo, en 1999 no se llevó a cabo el festival iberoamericano de cultura musical, así que la segunda emisión fue en el año del nuevo milenio: 11 y 12 de noviembre de 2000, y contó con la presencia de veintiséis bandas, trece por día, entre los que destacan: “*Los fabulosos Cadillacs, Molotov, Fishbone, La Castañeda, Ska-p, Los Auténticos decadentes, Dover, Zurdok, Panteón Rococó, Los Amigos Invisibles, Ely Guerra, Tito & Tarántula, Enrique Bunbury*” (Vive Latino, 2013) con respecto al día sábado.

El domingo 12 lo integró “*El Gran Silencio, Desorden Público, Julieta Venégas, Resorte, Puya, Sekta Core, Jumbo, La Gusana Ciega, Los Tetas, Los Pericos, Divididos, Jaguares y The Wailers*” (Vive Latino, 2013).

La juventud que asistió al Vive del 2000 se encontró eufórica y comenzó la costumbre de lanzar los vasos que uno adquiere al comprar alguna bebida, así que:

Luego de sentir que "no había *pedo*" por lanzar esos objetos, o sea que no había "*tira* que reprimiera", algunos muchachos se dedicaron a lanzar esa pedacería hacia la gente desde que tocó Dover. Después se calmaron un poco, pero con SKA-P -

que por cierto cómo hizo rebotar a los *skatos*- volvió el rejuego. Nomás se veía como volaban los fragmentos. Y qué decir de cuando apareció Molotov que, con su irreverencia y poder, convocó al estruendo, al brinco loco, al total *desmadre* y a la continuación de las hostilidades. (Olivares, 2000: 6a)

Por ello es que la juventud comenzó de desinhibirse al saber que no había represión o un castigo por lanzar lo que tuviesen en las manos, por lo que comenzaron a protestar de ese modo cuando algo no les parecía, podía ocurrir por la tardanza del artista o si no convencía a ese público con sus canciones. Los jóvenes exigieron y supieron demandarlo de esa manera.

Entonces para terminar la jornada del sábado, se presentaron *Los Fabulosos Cadillacs* que con su amplio repertorio musical calmaron los ánimos y agasajaron a su público con sus éxitos que “cantaron desde treintañeros, hasta los adolescentes. Además, fue el único grupo que interpretó cuatro *rolas* más a solicitud de una enardecida y conmovida banda” (Olivares, 2000: 6a).

El Festival comenzó al siguiente día con con varios grupos que no encendían los motores de los jóvenes que los fueron a escuchar, entre algunos abucheos y amenazas de lanzar los plásticos de nueva cuenta. Así fue recibida la presentación de *Julieta Venegas* y mientras otros grupos como *Jumbo* y *Sekta Core* tuvieron una buena aceptación, *Los Tetos* que “por más zalamería y procacidades, su hip hop *hardcore* nunca prendió a la banda. Su sonido era sucio y descuadrado” (Caballero, 2000: 6a).

Quienes se llevaron las ovaciones fue la banda *El Gran Silencio* que tocaron magistralmente y encendieron los ánimos de todos los asistentes, al ritmo del *slam* hicieron vibrar el Foro Sol, ya que a cada canción que pasaba seguían subiendo los ánimos hasta llegar al punto del éxtasis musical.

El público que asistió a la segunda emisión del Festival Iberoamericano de Cultura Musical fue “la luz de esperanza para continuar con la labor de expandir la cultura musical y todos sus elementos circundantes” (Olivares e Israde, 2000: 6a), ya que comenzaron a surgir nuevas propuestas artísticas y existió una apertura para que el Vive Latino se siguiera realizando.

Pero también *Emma Villanueva* y *Eduardo Flores* organizadores de una sección cultural para el evento se vieron en aprietos cuando se les censuró a sus presentaciones, por lo tanto empezó una controversia sobre quién había emitido tal hecho, si fue la empresa *OCESA* o la delegación *Iztacalco*, entre estas dos instancias jamás se supo realmente quienes fueron, ya que sólo se lavaron las manos cada una de ellas.

El grupo *OCESA* hizo la siguiente declaración al respecto: “dijeron desconocer los hechos de la supuesta censura y señalaron que hasta el momento 'no hemos tenido ninguna queja' del Festival, y que los comentarios recibidos 'han sido favorables, una verdadera fiesta con una audiencia de 50 mil personas'”. Olivares e Israde, 2000: 6a)

Los periodistas pudieron documentar el evento por medio de una sala de prensa de la que habló Jorge Caballero en los siguientes términos:

En la sala de prensa, algunos *niu yurnalist* seguían en su lugar, esperando la comida mientras se preocupaban por mandar su nota "a las 8 de la noche", lo que puntualmente hicieron con el único testimonio subjetivo de la pantalla ubicada a un lado de la pizarra. También los fotógrafos mostraron su malestar, porque sólo se les permitía *clickar* dos *rolas* por banda, pero no retratar al público (Caballero, 2000: 6a).

Los medios masivos iniciaron una transición dentro del periodismo musical, en específico la forma de vivir el Festival Iberoamericano de Cultura Musical, convirtiéndolos en espectadores y al mismo tiempo teniendo el papel de informar sobre lo que ocurre, lo cual es sin duda, una manera distinta de experimentar el *Vive Latino*

La tercera entrega del Festival se llevó a cabo el 24 de noviembre del 2001 con la presentación de 22 bandas y solistas respectivamente que corren con los nombres siguientes: “*Bersuit, Desorden Público, El Gran Silencio, Genitallica, Havana, José Fors, Joselo, La Lupita, La Verbena Popular, Liquits, Los de Abajo, Los Estrambóticos, Lucybell, Maldita Vecindad, Moderatto, Panteón Rococó, Pericos, Puya, Resorte, Revolver, Save Ferris y Zurdok*” (*Vive Latino*, 2013)

Un detalle sobre el festival del 2001 es que solamente se realizó un día y dejó atrás la tradición de los dos días de las anteriores presentaciones anuales y se comenzó una nueva costumbre de sólo celebrar el festival un día por los siguientes tres años.

Sobre el público que asistió a la tercera emisión podemos decir que “con mucho *ska* pero con menos fibra y cohesión energética que en sus dos emisiones pasadas, el festival Vive Latino 2001 dio cabida ayer sábado a unos 45 mil chamacos deambulantes, aunque fiesteros; nada que ver con la *vibra* que el año pasado generaron *Fishbone* y *los Fabulosos Cadillacs* (Peñaloza, 2001, 6a)

Este es el claro ejemplo de que cada Vive Latino es diferente, cada uno tiene su esencia y la de ese año 2001 era la de presentar un espectáculo sobre *ska* y música electrónica, ya que de estos dos géneros eran la mayoría de los grupos que se presentaron, además del género *rock*, por su puesto.

Sin duda alguna la audiencia del festival iba en aumento, cada vez con una mayor propuesta musical, pero aún no era suficiente para la juventud que comenzaba a hacerse seguidora ferviente del Vive Latino y que como cada año desfilaba por la entrada del Foro Sol. La misma esencia de los grupos se conjugó con la de la juventud que tuvieron por público, tomando en cuenta lo siguiente:

[...] a eso de las dos de la tarde las hordas de carnalitos de pelos verdes, *dreadlocks*, pantalones guangos, *piercings* por doquier, tenis de rigor, blusitas coquetas, chonguitos y diademas de tela deslavada, seguían llegando al Foro Sol. Sin duda es esta banda de jóvenes la que con su actitud provocadora, acaso crítica, da la verdadera fuerza a estos festivales, pues lleva consigo una actitud neta, en contraste con varios rocanroleros a veces inflados, roqueros veteranos que siguen por pura inercia o seudoroqueros de pose, *fresas* y cuasiprefabricados [...](Peñaloza, 2001, 6a).

Cada grupo de jóvenes comenzaba a formarse su propia identidad, ya que su modo de hacerse notar era con ese conjunto de vestuarios característicos de sus subculturas, y se volvían uno solo cada vez que estaban frente a un escenario escuchando a los músicos de su preferencia.

También seguían con la misma actitud deshinibida lanzando los vasos, cajas vacías entre otras acciones de protestar por algo que no les gustara, además que se convirtió en un lugar donde no había represión por parte de los policías, un tiempo especialmente creado para jóvenes en donde los códigos están hechos completamente para que los adolescentes saquen sus emociones y frustraciones a través del baile.

El Vive es una fiesta y eso también se representa en las acciones juveniles, por ello no se hicieron esperar “las guerritas de envases de plástico, los *hornazos* de mariguana, un enrejado derribado, los trepadores sobre estructuras, las chavas enseña-tetas y el Encuerado de la Mixhuca, quien revoloteó al viento su noble miembro bajo la silbatina divertida, más entretenida con los desmanes que con los zanqueros y demás *performanceros*, a quienes muy pocos pelan” (Peñaloza, 2001, 6a)

Así fue como finalizó la tercera edición del Festival Iberoamericano de Cultura Musical, con poca aceptación del escenario dedicado a la música electrónica, donde los únicos que lograron motivar a los chavos fueron el colectivo *Nortec*, y las actividades alternas como el *breakdance*, el *grafitti* y exposiciones fueron olvidadas, ya que no se les dio la suficiente difusión para que los asistentes se interesaran por ellas.

En el año 2002 no se produjo el Vive Latino y se dejó pasar hasta el año 2003 y, como ya mencionaba líneas arriba, también fue de solo un día: el 11 de mayo, en el que el Foro Sol abrió sus puertas para dar cobijo nuevamente a esta gran fiesta musical, que conjugaría a adolescentes y jóvenes adultos el nivel de audiencia va creciendo considerablemente en cada edición.

En una entrevista realizada por *Chava Rock* al programador de eventos de OCESA “Jordi Puig” se trató sobre varios temas en los cuales destacó la pregunta de por qué el festival ya no se realizaba durante dos días como en un principio se planteó, y contestó lo siguiente:

La decisión de hacerlo ahora en un día, en lugar de dos, siento que de momento es buena decisión, porque como son las instalaciones, el hecho de que el chavo tenga que ir (al Foro Sol) y volver, ahora sí que por distribución de energías, está bien que nos concentremos en un solo día, quizá más adelante valoremos hacerlo durante dos días. (Rock, 2003 8a)

Esto quiere decir que por otras razones habían tomado esa decisión, cabe señalar que el público y la revaloración de las instalaciones fue el motivo para valorar si la infraestructura del Foro Sol podría volver a hospedar dos días de festival.

Otro cambio en la cuarta edición del Vive Latino fueron las fechas, ya que se efectuaba en noviembre, pero a partir de ésta se modificó la fecha para el mes de mayo, realizándose el 11 de Mayo del 2003; a *Chava Rock* le pareció importante preguntar sobre el cambio de fecha y Jordi Puig responde que:

Sin duda el patrocinio es muy importante, una producción de este tamaño necesita apoyo para producirlo y para difundirlo, son muy importantes. En esta ocasión cerveza Sol nos está ayudando. En cuanto a las fechas, esto se va dando; si no lo hicimos en noviembre del año pasado en el Foro Sol fue porque este escenario tenía un compromiso muy importante con la Serie Cart y, justo en las fechas que lo teníamos pensado, no quisimos esperar un año entero para hacerlo en noviembre de 2003, por lo tanto lo hacemos en mayo (Rock, 2003: 8a).

Esto nos ayuda a entender el porqué no se realizó el festival en el 2002 y cambió de fecha para el mes de mayo, además que recalca que sin el patrocinio de varias empresas no se podría lograr el Vive Latino.

Siguieron las sorpresas para el público que asistió al Festival, ya que después de que en el primer Vive Latino se contó con sólo un escenario, las cosas cambiaron y para el 2003 se presentaron cuatro escenarios en los cuales actuaron treinta y seis grupos y solistas, cada uno con su tiempo ya determinado. Los artistas fueron:

Aterciopelados, Babasónicos, Café Tacuba, El Cartel de Santa, El Gran Silencio, Enanitos Verdes, Los estrambóticos, Genitallica, Guillotina, Jumbo, Kinky, Los de Abajo, Los Tetas, Molotov, Natalia Lafourcade, Panteón Rococó, Pito Pérez, Resorte, Televisión Kamikaze, Ultrasónicas, Vicentico, Alerick, Arturo, Bostich, David Durst, Digi + Gabo, Dboyz, Los Fancy-Free, Martín Parra, Plastilina Mosh, Sussie 4 [y] Sweet Elektra (Vive Latino, 2013).

Todos ellos se conjugaron para la cuarta edición del festival, iniciándolo las *Ultrasónicas* con un gran éxito, ya que siempre habían estado presentándose en

lugares *underground* como el Foro Alicia, además para el Vive se resalta la conjunción de los géneros *rock, pop, ska, hip hop* entre otros, que lo hicieron un festival con un mayor espectro musical, para que los seguidores de esas bandas asistieran y el nivel de audiencia se incrementara exponencialmente hasta casi los “45 mil jóvenes” (Olivares, 2003: 6a)

Cabe señalar que el evento se vio empañado por la falta de alimentos y bebidas, ocasionando que el público se enardeciera por tal hecho y se tuvieron que tomar las medidas para que la gente pudiera hidratarse, como lo comenta Olivares en lo siguiente:

La falta de previsión de los organizadores y patrocinadores, Coca Cola y Cerveza Sol, pusieron el único negrito en el arroz en la celebración de música más importante en México, pues no surtieron suficiente agua, refrescos y cervezas, y desde las 17 horas se acabaron las bebidas; los expendedores informaron que no venderían más líquido, la gente estaba encabronadísima. Miles de jóvenes deambularon de un lado a otro del inmueble buscando algo con que mitigar la sed. A las 20 horas se abrieron las puertas del Foro Sol para que los jóvenes salieran a comprar alguna bebida en las inmediaciones del lugar (Olivares, 2003: 6a).

El grupo que incentivó a los asistentes a bailar y cantar fue *Los de Abajo*, quien con sus canciones pusieron el ambiente en uno de los cuatro escenarios, por otro lado hubo mangueras de agua para refrescar a los jóvenes asistentes, ya que el calor estuvo en su apogeo.

Además, uno de los grupos que tomó mucha fuerza dentro de su escenario fue *Panteón Rococó* y el vocalista *Dr. Shenka* se declaró en contra del Estado Yanki diciendo ante más de 40 mil espectadores: “Señor Bush, si usted quiere chingar, pues chingue usted a su madre” (Olivares, 2003: 6a), esto como forma de expresión sobre la política de Estados Unidos sobre ciertos temas que dañaban a nuestro país.

Otros grupos como *Los Tetas* tuvieron mejor aceptación del público que en su anterior presentación en el Vive. Además las agrupaciones que siguieron tocando ese día por la tarde y noche fueron parte de los grupos estelares que los jóvenes estaban esperando ver, estos eran: *El Gran Silencio, Molotov, Café Tacuba*, entre otros.

Fue así como terminó la cuarta edición del festival Vive Latino con la euforia de la juventud expresada por los diversos grupos juveniles que se dieron cita para presenciar este gran evento, lleno de libertades y de libertinajes, ya que no hubo a simple vista una autoridad que represora, lo que propició un poco de la desinhibición de la juventud.

Para la quinta edición del Festival Iberoamericano de Cultura Musical que también fue de un día como el año anterior, hubo un lleno total en el recinto en el que se adaptaron tres escenarios (el rojo, el verde y el azul) para que tocaran las treinta y cuatro bandas convocadas para ese año.

La gente comenzó a llegar al lugar esperando ver a sus artistas favoritos, además que el festival ya contaba con el prestigio del público asistente que como nos cuentan Juan José Olivares y Patricia Peñaloza, reporteros de la jornada que cubrieron el evento, se comenzó a llenar el lugar desde la apertura de las puertas: “en punto de las 9:30 horas de la mañana del domingo abrieron las puertas del foro y comenzaron a llegar cientos de párvulos amantes del *rock* en sus más variados subgéneros” (Olivares y Peñaloza, 2004:8a) que estaban dispuestos a todo con tal de disfrutar el evento.

Las presentaciones corrieron a cargo de:

Ángeles del Infierno, Antidoping, Babasónicos, Bersuit, Cártel de Santa, Catupecu Machu, Chanco en Piedra, Circo, Control Machete, Cuca, Dildo, Ely Guerra, Fobia, Haragán y Cía, Il Niño, Julieta Venegas, Kinky, La Barranca, Azul Violeta, Liquits, Los Amantes De Lola, Los Auténticos Decadentes, Lost Acapulco, Lucybell, Maldita Vecindad, Moderatto, Rata Blanca, Santa Sabina, Televisión Kamikaze, The Mars Volta, Vaquero, Volumen Cero, Zoé (Vive Latino, 2013).

Cada uno de ellos concentraron a su público en diferentes escenarios que estaban presentes en el foro, los jóvenes asistentes no se inmutaron al ver que estaba la llovizna intermitente, por el contrario, vivieron un festival diferente, disfrutando de sus bandas aun con las inclemencias del clima en su contra.

Así fue como en la quinta edición del Vive Latino se hicieron presentes más de 60 mil jóvenes que corearon, bailaron y vivieron el festival. Algo que hay que resaltar es la diversificación que tomó el festival para esos momentos, ya que la juventud

de todas partes de la ciudad comienza a llegar al foro, como lo cuentan los reporteros en lo siguiente:

Que reúne en un sólo plano a muchachos de Aragón, Polanco, Agrícola Oriental, Lindavista, Cuajimalpa o Satélite alrededor de dos lenguajes: la música y el idioma. La oportunidad de convivir en masa, de sentir alegría, pese a la constante llovizna selló la primera mitad de este encuentro. (Olivares y Peñaloza, 2004: 8a)

Es así como la juventud comienza a apropiarse del Vive, viajando desde otras colonias para hacerse presentes en un festival de *rock* para los jóvenes que están en busca de un espacio.

Los momentos más emblemáticos de las bandas con su público son la apertura del mismo festival con el grupo *Dildo* que con ayuda de una pantalla ponían el ambiente, siguió el grupo *Zoé* que también amenizó el inicio con su “*pop Groove*”, continuando con los demás artistas se encuentran *Control Machete* sin su anterior vocalista, que marcó una ausencia pero eso no decayó en el ánimo de los asistentes.

Julieta Venegas cautivó a su público con sus melodiosas canciones *pop*, al igual que el grupo *Babasónicos* de Argentina que encendieron los motores de los jóvenes asistentes a su escenario, dejando de lado la presentación de los también argentinos *Catupecu Machu*.

Sin duda uno de los reencuentros más esperados que se ha dado dentro del Vive ha sido el del grupo *La Cuca*, ya que sólo se reencontraron para esa ocasión y unos cuantos conciertos más en otro foro, cabe señalar que los jóvenes de 15 años ya coreaban a la perfección sus canciones que tenían más de diez años de antigüedad (Olivares y Peñaloza, 2004: 8a).

Otros de los grupos importantes para el festival fueron *The Mars Volta* e *Ill Niño*, ya que fueron los grupos que se encargaron del cierre del Vive Latino de ese año. Además, no podía faltar la presencia de los grafiteros que realizaron su arte en un

espacio asignado para ellos y también El Tianguis Cultural del Chopo que vende sus productos de recuerdo.

El 16 de Abril de 2005 se llevó a cabo la sexta edición del Vive Latino (permanece en una sola fecha), para esta ocasión la demanda siguió subiendo y elevando las expectativas del festival ya que una de las noticias principales fue que los jóvenes asistentes “dieron portazo” para poder acceder sin que se registraran sus boletos ni sus pertenencias, así fue como 65 mil almas corearon, cantaron, vibraron y se divirtieron dentro del festival.

Un cartel de cuarenta bandas y solistas se dieron cita para ofrecer un gran espectáculo a sus asistentes, que gozaron la fiesta de un vive latino más con sus bandas favoritas. Además, el país vivió un momento político de gran trascendencia, que se manifestaron en las consignas a favor de Andrés Manuel López Obrador que cobraron fuerza como un hecho político sin igual dentro del Vive, ya que el apoyo que recibía por parte de los artistas como del público asistente manifestó que los jóvenes no eran apáticos a lo que sucedía en su entorno.

El Vive Latino comenzaba a consagrarse dentro de la industria como el festival más importante de América Latina por la conjunción de música comercializada y alternativa¹² que ofrece a los jóvenes de la ciudad.

Es entonces es cuando se puede hablar de un crecimiento del festival no sólo por la tradición de llevarlo a cabo cada año, sino que también se ganó el respeto internacional por la muestra de cultura y comunicación dentro del mismo festival.

Los revendedores hicieron su aparición así como las inclemencias del clima, de este modo lo cuenta el periodista Arturo Jiménez:

Ante la falta de dinero o la imposibilidad de comprar en la reventa a 600 u 800 pesos boletos que en la taquilla costaban 280, por la tarde, poco antes de un aguacero que no terminaría con la fiesta, cientos de jóvenes aún merodeaban por los alrededores

¹² La música comercial pertenece a las grandes agrupaciones que cierran los festivales y la alternativa son propuestas que están al inicio del evento y que cuentan con un menor tiempo en el escenario.

del Foro Sol en busca de una oportunidad para ingresar, atrapados entre la desilusión y el franco encabronamiento (Jiménez, 2005: 8a).

En ese momento es cuando uno se da cuenta de que los jóvenes hacen todo su esfuerzo para poder asistir a un festival en el que no sólo quieren consumir, sino con el que también se identifican, y por ello es que sienten la obligación de entrar, ya sea con un portazo o comprando los boletos a los revendedores.

Otro ejemplo en donde se puede ver la evolución del festival es en el costo de los alimentos como nos lo cuenta Arturo Jiménez las chelas están a 25 pesos y las tortas a 10, pero los jóvenes prefieren economizar no comiendo ni bebiendo para poder comprar otras cosas o simplemente no lo tienen para andar derrochando (Jiménez, 2005: 8a).

Entonces es momento de hablar sobre la identificación de los jóvenes a través de sus grupos, así como por la edad, la ropa y por sus gustos musicales, que son los criterios por los que se encuentran a sus similares e identifican las diferencias de los demás.

La sorpresa final, dentro del show es la aparición de *Café Tacuba* en el escenario para dar uno de sus magistrales presentaciones, de este modo es como concluye la sexta entrega del Vive Latino.

Ahora bien, en la séptima edición los organizadores retomaron la producción de dos días de festival, realizándose el 13 y 14 de Mayo 2006, y contando con mayor número de bandas así como de asistentes que se dan cita en el Foro Sol como cada año para celebrar esta fiesta de *rock*. Sin embargo fue un año diferente porque precisamente en el 2006 el ambiente estaba muy polarizado por las elecciones presidenciales que se llevarían a cabo casi dos meses después del festival.

Este Festival contó con la participación de 67 bandas y solistas para la séptima edición del Vive Latino, divididas en dos días de mucha fiesta y *rock and roll*. Todos los artistas fueron los siguientes:

Ágora, Allison, Amaral, Austin TV, Babasónicos (Sorpresa), Bengala, Bersuit, BIG METRA, Brujería, CELTAS CORTOS, Charly Montana, Chetes, Desorden Público, Dildo, Disidente, División Minúscula, El Gran Silencio, Elis Paprika, Fobia, Hummersqueal, IMS, Joselo, Julieta Venegas, Jumbo, Kinky, La Gusana Ciega, Líbido, Los Abandoned, Los Auténticos Decadentes, Los Bunkers, Los de Abajo, Los Dynamite, Los Esquizitos, Los Planetas, Los Superelegantes, Los Tres, Lost Acapulco, Lucybell, María Daniela, Niña, Nortec Collective, Ozomatli, Palomazo Informativo, Panda, Panteón Rococó, Pato Machete, Plastiko, Plastilina Mosh, Porter, Rastrillos, Resorte, San Pascualito Rey, Satin Dolls, Six Million Dollar Weirdo, Tex Tex, Thermo, Titán, Tolidos, Turf, Vaquero, Víctimas del Dr. Cerebro, Yucatán a Go-Go, Zoé, Zurdok (Vive Latino, 2013).

El primer día inició a la hora habitual con la banda *Yucatán a go go* para seguir con *Six Million Dollar Weirdo*, cuyo vocalista “Abulón” también participa en la banda *Las Víctimas del Doctor Cerebro*, encendiendo el ambiente del foro para darle paso al *rock surf* de *Lost Acapulco* y sus grandes éxitos.

Siguió el desfile de músicos dentro del festival en donde los jóvenes parecían estar envueltos en un encantamiento de *rock*, de disfrute y de gozo. En los tres escenarios se vivió la misma atmósfera, donde todos bailaban a un mismo ritmo que invitaba a formar parte de él.

La gente se entusiasmó cuando *El Gran Silencio* salió a tocar al escenario, y con su *cover* del desaparecido grupo *Los Ángeles Negros*, “*Déjenme si estoy llorando*”, se consagró con el canto del público para después armar el *slam* de la canción “*el chuntaro style*”.

Transcurría el tiempo y al salir *Panteón Rococó* se congregaron los jóvenes para poder armar nuevamente el *slam* y seguir cantado temas como “*La Carencia*”, y con el mismo tono de protesta de la canción, hicieron un llamado a la juventud sobre la campaña “*tu rock es votar*” mencionando si no votas no te calles (La Jornada, 2006: 11a)

Aunque con algunas fallas técnicas el grupo *Austin Tv* concluyó la noche del primer día del séptimo Festival Iberoamericano Al comienzo del segundo día se dieron cita más de 60 mil jóvenes que de nueva cuenta se reunían para seguir celebrando esta fiesta de *rock*, y aunque el mundo de afuera se encontraba lleno

de propaganda política, en el Vive ésta sólo se hizo presente en momentos aislados como sucedió el día anterior con *Panteón Rococó*.

Para este día se contó con las presentaciones de “*Julieta Venegas, Tex Tex, Víctimas del Doctor Cerebro, Los Esquizitos, Bersuit, Chetes, Porter*, y, más tarde, *Zoé, Panda, Los Tres, Plastilina Mosh* y el Instituto Mexicano del Sonido, entre muchos otros” (Molina Ramírez, 2006: 6a).

El grupo *Brujería* perteneciente a Estados Unidos fue el encargado de cerrar la séptima entrega del festival poniendo el ambiente, y aunque no se armó el acostumbrado *slam*, se pudo pasar un rato ameno en donde los jóvenes interactuaron.

Durante la octava entrega del Festival Iberoamericano de Cultura Musical se dieron cita para tocar setenta bandas y músicos que dieron vida al público para comenzar la tarde del 5 de mayo iniciando una fiesta sin igual. La lista de músicos es la siguiente:

Austin TV, Becker, Bengala, Café Tacvba, Calle 13, Canseco, Chetes, Chikita Violenta, Columpio Asesino, Cuarteto de Nos, Cuca, Desorden Público, Devendra Banhart, División Minúscula, El Tri, Ely Guerra, Fenómeno Fuzz, Finde, Flavio Mandinga Project, Fobia, Furland, Gondwana, Gustavo Cerati, Hana, IMS, Jessy Bulbo, Jorge González, Jumbo, Kill Aniston, Kinky, La Gusana Ciega, La Tremenda Korte, Liquits, Los Amigos Invisibles, Los Bunkers, Los Dynamite, Los Gatos, Los Licuadoras, Los Músicos de José, Los Odio, Los Piojos, Lucybell, Monocordio, No Somos Machos PSM, Nortec Collective, Ozomatli, Pastilla, Porter, Quiero Club, Rata Blanca, Réplica, San Pascualito Rey, Sargento García, Satin Dolls, Six Million Dollar Weirdo, Sonidero Nacional, Sr. Bikini, Steel Pulse, Tanke, The Cosmetics, The Locos, The Magic Numbers, Transmetal, Ventilader, Veo Muertos, Volovan, Zoé (Vive Latino, 2013).

Así, la una de la tarde del sábado 5 de mayo de 2007, dio comienzo el primer día del festival, con la participación de aproximadamente 50 mil almas que entraron con un ambiente de festividad y música que poco a poco fueron llenando los escenarios.

En esta edición los escenarios estaban divididos por colores que determinaron la forma de llamarlos, de esta forma al escenario principal se le conoció como el escenario verde, al escenario que está en las canchas y aéreas verdes del Foro

Sol se denominó el rojo y al que está sobre la pista del autódromo se le llamó el azul.

Los encargados de abrir el escenario verde fueron el dueto llamado *Los Licuadoras*, cuya vocalista llenó a los asistentes de buena vibra para comenzar a dar batalla con sus grandes éxitos y así conseguir la aprobación de un público exigente que se quemaba por el sol.

En el escenario rojo, el encargado de dar inicio a la tocada fue *Sr. Bikini* y sus canciones de estilo *surf*. Allí la gente se sentía ya emocionada por comenzar un nuevo festival y disfrutar de sus artistas además de bailar y convivir con sus acompañantes.

Tampoco se hizo esperar que la gente hiciera largas filas para poder comprar una cerveza, agua o refresco para hidratarse y continuar el camino entre los escenarios para ver a las bandas.

Entre los grupos más destacados se encontraron: *Austin Tv*, *Veo Muertos*, *No Somos Machos*, *Pero Somos Muchos*, *The Cosmetics*, *Los Bunkers*, *El Cuarteto de Nos*, *División Minúscula*, *El Tri*, *Gustavo Cerati*, *Pastilla*, *Columpio Asesino* y *Rata Blanca*, así los menciona Arturo Cruz Bárcenas, periodista de *La Jornada* en su nota (Cruz Bárcenas, 2007:8a).

Varios de los grupos se mostraron agradecidos por el apoyo que les dio el público, y además de proliferar nuevos ritmos y géneros dentro del *rock* en el festival, se dieron cita el *ska*, el *surf*, el *rock urbano*, la *electrónica*, entre otros.

Para el segundo día amenazaba la lluvia con sus fuertes vientos, pero sólo quedó en eso. A los jóvenes poco les importó el clima ya que ellos querían divertirse y disfrutar del festival con bandas como *The Magic Numbers*, *Ozomatli*, *Jumbo*, *Fenómeno Fuzz*, *Ventilander* y *Jessy Bulbo*. Para la noche quienes se encargaron de amenizar esta fiesta fueron: “*Café Tacuba*, *Zoé*, *Kynki* y *Nortec*” según lo cuenta Patricia Peñaloza reportera de *La Jornada* (2007:10a).

Fue un momento mágico en donde los chavos se congregaron a disfrutar de sus artistas y nuevamente entre tantos sonidos de *rock* se desprendían el *garaje*, la *electrónica*, el *rock pop*, hasta llegar un poco al *reggae*. De esta manera fueron variados los gustos del público que se acercó a los escenarios coreando y bailando al ritmo de su música.

También en su nota periodística, Peñaloza nos señala que es probable que la asistencia de jóvenes al festival de día domingo fuera aún mayor que la del día anterior, por ello es que los escenarios jamás lucieron solos y el recorrido que se tenía que hacer de uno a otro formaba parte de la lenta rutina para llegar a ver a la siguiente agrupación.

De esta forma concluyó la octava edición del Vive Latino con una mayor afluencia de gente, así como una gran variedad de subgéneros del *rock* que a los jóvenes les agradó mucho, lo que ocasionó que esperaran con ansias la siguiente entrega.

Para el año 2008 se abrieron las puertas del Foro Sol para dar comienzo a la novena edición del Festival Vive Latino. Los días seleccionados fueron el 24 y 25 de mayo de ese año, y se vivió con la participación de más de setenta bandas y solistas.

La cita desde luego era a la una de la tarde, el metro estaba atiborrado de jóvenes, algunos de los cuales estaban esperando a sus amigos, otros con boletos en mano para entrar al recinto de la Ciudad Deportiva y otros más estaban siendo abordados por los revendedores, que entre más lejos estuvieras del Foro Sol, más baratos te vendían los boletos.

En el escenario azul que en esta ocasión se encontró en el otro extremo del Foro Sol, comenzó la presentación de *Yokozuna* con su *rock* para después de casi una hora dar paso a la ex-integrante de *Tijuana No*, *Ceci Bastida* ahora en su etapa como solista, quien “prendió” completamente al público con sus canciones y el buen ritmo que tenía.

Mientras tanto, en el escenario rojo *Ventilander* tocó casi a la par de *Ceci Bastida*, a quien relevó un grupo de Guadalajara llamado *Descartes a Kant* que con un *rock psicodélico* y lleno de gritos y guitarras eléctricas, se supo ganar al público tocando las canciones de lo que sería su primera producción, *Maniquí Bordello*.

Ahora bien, en el escenario principal se presentaron *Six Million Dollar Weirdo*, *The Wailers*, *Los Straijackets* y *Panteón Rococó*, siendo este último el que levantó al público con su gran ánimo, comenzando su participación con su canción “La Carencia”, un himno para la clase trabajadora. El vocalista de esta banda dijo: “Llámesese *rock*, llámesese *ska*, llámesese *emo*: fiesta es lo que necesitamos. ¡Unidad, unidad, compadre! Cantamos esta canción para quienes ahorraron toda la quincena para venir a gastársela acá” (Molina, Ramírez, 2008: 8a). Por lo tanto, la comunidad se volvió una y con la música del *Panteón* se volvió toda una fiesta al ritmo del *ska* y del buen *slam*.

Después, en ese mismo escenario se presentaron los argentinos *Bersuit* que con sus canciones melódicas llevaron al público a cantar al unísono, pero aun así había jóvenes que preferían moverse hacia otros escenarios como el azul donde estaban por tocar los grupos mexicanos *DLD*, *Liquits*, *Haragán* y *Cía*. Mientras tanto, en el escenario rojo los encargados de poner ambiente fueron *Los Caramelos de Cianuro*, *Disidente*, *Ágora* y *Ángeles del Infierno*.

Todos estos grupos terminaron antes del gran cierre con *Los Auténticos Decadentes* y su *rock* y *ska*, que desde Argentina vinieron a poner sabor al festival durante el primer día del Vive Latino, tocando sus grandes éxitos y las nuevas canciones de su producción “*Sigue tu Camino*”. Así concluyó el primer día del festival y comenzaba la cuenta regresiva para el siguiente.

El 25 de mayo de 2008 inició sin más preámbulos el segundo día del festival con un grupo de *pop* llamado *Niña*, para darle paso al grupo de *rock urbano* *Tex Tex* que inició con buenos temas que la gente coreó, conformando así un excelente preámbulo antes de que tocara *Lost Acapulco* y *El Gran Silencio* que fueron los

que llenaron de sabor a la juventud que los estaba escuchando, con un buen baile de *slam*.

En el escenario rojo los grupos que incitaron a la juventud a desinhibirse fueron *Gerardo Enciso*, *Los Cafres* y *Los Caligaris* solamente para dar paso al momento estelar de la noche que era la presentación de *Babasónicos*, *Panda* y *Maldita Vecindad* y *Los Hijos del Quinto Patio*, estos últimos con una espectacular entrada en un automóvil pintado a la moda de los *pachucos* y las canciones ya clásicas de esa agrupación que cerró el festival de una forma inigualable

Para los que no pudieron asistir al festival, podían ver a los grupos de mayor audiencia a través del canal de paga *Telehit* por donde se transmitía lo mejor del festival.

El 2009 fue un año polémico para el décimo Festival Vive Latino, ya que si bien estaba planeado para realizarse en las fechas de abril o mayo, se tuvieron que recorrer hasta el 27 y 28 de junio de ese año por el brote de influenza que la Organización Mundial de la Salud (OMS) catalogó de epidemia, por lo que no se podían realizar conciertos masivos dentro de esta emergencia de sanidad.

Para la onceava edición se modificaron las fechas del festival agregando un día más a esta fiesta, celebrándose del 23 al 25 de abril del 2010, por lo que se contó con mayor audiencia que rebasó los 60 mil asistentes; un público que exigía un mayor número de bandas para ver. Por ello, ese año fueron invitados las noventa y un bandas y solistas siguientes:

Adanowsky, Alonso Arreola, Andrés Calamaro, Anita Tijoux, Atto and The Majestics, Austin TV, Banda Bostik, Banda de Turistas, Bengala, Bill, Blasted Mechanism, Cabezas de Cera, Casino, Cienfue, Clondementto, Consumatum Est, Desarmado, Dirty Karma, Disco Ruido, División Minúscula, El Clan, Enjambre, Fenómeno Fuuz, Fidel Nadal, Finde, Fractales.Otaola, Fratta, Gepe, Gondwana, Guillotina, Hana, Hello Seahorse!, Hummersqueal, IMS, Inspector, Ira, Jaguares, Jaramar, Kinky, La Castañeda, La Fuga, La Gusana Ciega, La Lupita, La Pulqueria, La Vela Puerca, Lemons, Little Joy, Los Bunkers, Los Caligaris, Los Concorde, Los Daniels, Los Dorados, Los Esquizitos, Los Fabulosos Cadillacs, Los Gatos, Los Marty, Los Weeds, Maligno, Marky Ramone, Molotov, Mongol gol gol, Monocordio, Neon Walrus, Niña Dioz, Nortec Collective: Bostich & Fusible, Oh My Oh, Paté De Fuá, Petra, Pilaseca, Play&Movil Project, Rescate, Ritmo Peligroso, Salón Victoria, San Pascualito Rey, Santiago Behm, Satin Dolls, Sekta Core, Silverio, Simplifires, Sr.

Mandril , Thesatura, Un Mexicano Enojado, Vetusta Morla, Víctimas del Dr. Cerebro, Volovan , Ximena Sariñana, Yokozuna, Zanate y Asociados, Zoé, Zordem (Vive Latino, 2013).

Con este número de artistas se comenzó a ver la fuerza de convocatoria juvenil que tenía este festival, por ello se crearon más espacios dentro del Foro Sol para dar cabida a más artistas emergentes en la Carpa Intolerante¹³, que contribuyó a que siguieran ganando un público que los apoyara.

Para esta edición, el festival se extendió a tres días, el sábado y domingo habituales incluyendo ahora también el viernes, con una presentación de *ópera rock*, que sin embargo, no tuvo el éxito esperado. Con ese pequeño suceso es como inicia la onceava edición del festival incluyendo una nueva carpa, llamada Ambulante, en donde se comenzaron a exhibir documentales sobre música. Esta práctica iría ganando peso en las posteriores ediciones.

El Vive Latino seguía creciendo, ahora ya no sólo se contaban los tres escenarios de música, sino que se les agregó uno nuevo de música emergente más el de los documentales. La demanda del público fue determinante para que se presentaran nuevas formas de entretenimiento dentro del mismo festival.

Los artistas que acudieron a la onceava edición fueron *Lost Acapulco, Ozomatli, Salón Victoria, La Cuca, Mago de Oz, Los Abominables, Lebaron, DLD*, entre otros, que poco a poco fueron subiendo el ambiente del Foro Sol, haciendo unas presentaciones mágicas en las que la juventud parecía estar en el trance de la música y sus sentidos.

Para el domingo se esperaba con mayor fuerza a *Kumbia Queers* y *Tijuana No* y su gran dueto con su propia ex-integrante *Julieta Venegas*. También se esperaba con furor a *Panteón Rococó, Los Auténticos Decadentes* y al gran plato fuerte de esa edición que fueron los españoles *Ska-p*, que con su *ska* y sus letras realistas

¹³ La Carpa Intolerante “surgió en 2009 como un intento para darle oportunidad de aparecer en el Festival a grupos de música independiente, los cuales merecían estar en él, pero que no habían tenido la oportunidad debido a que tocaban música con sonidos nuevos o experimentales, así que para traer a grupos de este estilo se apoyaron en Discos Intolerancia” (Diarioup, 2014)

iniciaron una gran presentación en el escenario verde atiborrado de espectadores que no dejaban de corear sus canciones.

En algunos momentos hubieron fallas de sonido, que no se supo si fueron accidentales o intencionales, mientras el vocalista lanzaba consignas contra el presidente de ese entonces (Felipe Calderón) y su gobierno, esto incentivó a los jóvenes en un momento de catarsis a levantar su voz en consignas en su contra, a la vez que cantaban las melodías clásicas como: “Mis Colegas”, “El Gato López”, “Intifada”, entre otras de esa agrupación española.

Al mismo tiempo en otros escenarios como el Azul, se presentaban *Los Odio*, agrupación que converge a varios artistas mexicanos de otras bandas que decidieron realizar otro proyecto, adicional al que ya tenía cada quien. Mientras tanto, en el escenario Rojo se presentaban *Los Aterciopelados* y en la Carpa Intolerante se encontraba *Andrés Castisani*.

Para finalizar, en el escenario Verde cerró el dúo llamado *Empire of the Sun*. Y así fue como terminó la décimo primer entrega del Vive Latino.

Al año siguiente (2011) se oficializó el tercer día dentro de la programación del festival, realizándose del 8 al 10 de abril, y contó con la presencia de varios artistas, con la diferencia de que las presentaciones del viernes comenzaron dos horas después del horario en el que normalmente iniciaban los sábados y domingos.

A las tres en punto comenzaron a fluir las primeras notas musicales y vaya que en esta ocasión sorprendió la banda de *ska* japonés *Tokio Ska Paradise Orchestra*, que con su buen ritmo cautivó al público dejando a la gente bailar en armonía un buen *slam*, después de su presentación continuó en el escenario la banda mexicana de *rock pop*, *Fobia*, y posteriormente llegó *Charly Montana* con su *rock urbano*.

Cabe señalar que los nombres de los escenarios volvieron a cambiar, ya que el templete principal se hacia llamar escenario Vive Latino, el verde dejó ese nombre

para llamarse escenario “Indio”, el escenario rojo conserva el color pero se transformó en la Carpa Roja, mientras que la Carpa Intolerante y la Carpa Ambulante no sufrieron cambio alguno, incluso esta última ya reproducía más documentales que en el evento pasado. Esa noche los encargados de cerrar el primer día de tres fueron *Nortec Collective Presents: Bostich and Fussible*.

El segundo día estuvo amenizado por grupos como *The Rebel Cats*, *Los Licuadoras*, *Yokozuna*, *Enjambre*, *La Gusana Ciega*, *Vicente Gayo*, *Natalia Lafourcade* y *Alberto Pla* brindando un gran espectáculo. Además, otra de las cosas que se agrega es un espacio para el FARO de Oriente, en donde se mezclan artes y oficios para ofrecer una cultura alternativa a los jóvenes.

El sábado 9 de abril, *Caifanes* cerró con su reencuentro esperado que con una presentación multitudinaria llenaron hasta el más pequeño rincón de lo que es el Foro Sol, tocando canciones como “*La Negra Tomasa*, *Viento*, *Ayer me dijo un ave*”, por lo que la gente salió complacida del gran espectáculo del que habían sido espectadores.

El domingo 10 de abril con mucha más tranquilidad que el sábado, se presentó *Jessy Bulbo* en el escenario Indio, *Fidel Nadal* en el escenario Vive Latino, *Disco Ruido* en la Carpa Roja y *2 Minutos* en la Carpa Intolerante. Para el gran cierre se esperó la actuación de *Babasónicos* y *The Chemical Brothers*, que con sus efectos de luces hacían vibrar a toda la juventud que se quedó hasta el final para verlos.

Para la siguiente edición del festival (la décimo tercera), que se celebró de nueva cuenta en tres días consecutivos, de 23 al 25 de marzo de 2012, se contó con la presencia de más de cien artistas, a continuación todos los nombres:

Adhesivo, Alfonso André, Amanditita, Antidoping, Antoine Reverb, Astro, Atto and The Majestics, Austin TV, Blick Tide, Boxer, Brainkiller, Café Tacvba, Capo, Caramelos de Cianuro, Caravana, Carla Morrison, Catupecu Machu, Comisario Pantera, Dedo Caracol, Def Con Dos, Dénver, Descartes a Kant, Disidente, DLD, Dr. Fanatik, Eddie y Los Grasoso, El Brujo, El Columpio Asesino, El Personal, Enrique Bunbury, Esperantho, Estirpe, Fatboy Slim, Flema, Forastero & Manicomio Clan, Foster The People, Francisca Valenzuela, Furland, GG Bross, Gogol Bordello, Haragán y Cía, Hello Seahorse!, Hocico, Hoppo!, Hueco, Illiya Kuryaki And The Valdderramas, IMS, Jaime López y su Chilanga Banda, Jauria, Javiara Mena,

Jazztek, Jinetes Eéctricos, Juan Cirerol, Jumbo, Kapanga , Kasabian , Kinky, La Lupita, La Vida Boheme, Los Caligaris, Los Drama Queers, Los Esquizitos, Los Infierno, Los Kun Fu Monkeys, Los Meffisto, Los Patita de Perro, Lost Acapulco, Madness, Mal´akh, Mamastróficós, Manel, Manos de Topo, Maskatesta, Mexican Dubweiser, Molotov, Monareta, Monocordio, Napoleón Solo, Niña, Nonpalidece, Paté De Fuá, Pedro Piedra, Perrosky, Phito Torres, Puerquerama, QBO, Ricardo "Zanate" Rodríguez, Riesgo de Contagio, Ritmo Machine, Robota, Rod Levario, Screaming Headless Torsos, Sekta Core, Selectro-On, SFDK, Shokora, Siddhartha, Skampida, Sol Pereyra, Sonido San Francisco, Sr. Flavio, Suave As Hell, Systema Solar, Tamales de Chipil, Tanke, Telephunken, The Horrors, The Sconeck-T, The Vulture, The Wookies, Torreblanca, Toy Selectah, Triciclo Circus Band, Tropikal Forever, TV on the Radio, URSS Bajo el Árbol, V For Volume, Vesspa, Vetusta Morla, Vicente Gayo , Voltax, Wrokk, Zaide, Zoé (Vive Latino, 2013).

Gracias a las presentaciones de todas estas bandas es que la demanda del Vive Latino siguió subiendo de manera desproporcional, porque se continuaron creando más escenarios para ofrecer al público una mayor cobertura de lo que se quiere ver, escuchar y sobre todo vivir.

Finalmente, para la edición del 2013 se incluyó otro día (el jueves), pero lamentablemente *Morrisey*, que tenía programado tocar ese día, no pudo presentarse debido a una enfermedad que se dio a conocer a pocas horas de que comenzara el evento, por ello se modificó el formato regresándolo al de tres días. Así fue como se presentaron aproximadamente 123 bandas durante todo el festival.

Las agrupaciones que tuvieron mayor éxito fueron *Blur, Yeah Yeah Yeahs, Japandroids, Sonido Gallo Negro, Panteón Rococó, Ska-p* y *Los Fabulosos Cadillacs*, que conquistaron al público con sus melodías y buena vibra que hicieron bailar a todos los presentes. Una de las bandas más esperadas por su reencuentro fue *Porter* y a su vocalista *Juan Solo*, con una presentación aceptable en la que los asistentes entusiastas celebraron con sus canciones.

La catorceava edición del festival fue una de las mejores para los asistentes, ya que el cúmulo de excelentes artistas y sus actuaciones los dejaron extasiados. Aunque lo que permea en el festival son los altos costos en los alimentos y bebidas, así como en los recuerdos que se venden. Además, el sistema de transporte de RTP patrocinado por el Instituto de la Juventud empleó nueve rutas

para acercar a los asistentes a varias estaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro y así pudieran llegar a sus domicilios.

Para la quinceava edición se contó con 161 bandas invitadas, de 43 géneros musicales derivados del *rock* que tocaron desde el 27 al 30 de Marzo del 2014 en el Foro Sol de la Ciudad Deportiva. El cuarto día comenzó un poco más tarde de lo habitual para el Vive Latino, ya que el número de grupos que se presentaron fue menor a los demás días con tan sólo 32 agrupaciones, que fueron las siguientes:

AFI (A Fire Inside), Atto & The Majestics, Copper Gamins, Diplo, Estelares, Hello Seahorse!, Jessica Hernández & The Deltas, Juan Soto, Komodo, La Castañeda, La Santa Cecilia, Liquits, Los Bunkers, Los Choclok, Los Esquizitos, Los Infierno, Los Inmortales SA, Los Planetas, Mad Professor, Nine Inch Nails, Odisseo, Of Montreal, Onda Vaga, Pablito Mix, Pato Watson, Simpson Ahuevo, Sonido San Francisco, The Burning Of Rome, The Cavernarios, Un Día de Octubre, Vicente Gayo, Zurdok. (Vive Latino, 2014).

Las bandas más esperadas por los asistentes fueron *AFI* y *Nine Inch Nails*, que se encargaron de amenizar el festival como invitados estelares al tocar en el escenario principal Indio, localizado en la cancha del estadio de béisbol. Otras bandas importantes para ese día del festival, fueron *los Bunkers, Hello Seahorse, La Castañeda* y *Los Esquizitos*, que con su *ska* hicieron bailar a todos, hasta lograr un *slam* femenil. Y por su puesto, se contó con *Santa Cecilia*, encargada de la apertura del festival en el escenario Unión Indio alrededor de las cuatro de la tarde.

Como mencioné líneas arriba, *La Castañeda*, con 25 años de carrera en la escena rockera del país y en Latinoamérica, habló sobre las tocaditas de *rock* que ya no estaban siendo satanizadas como en sus inicios había sido, por lo tanto eso demostró ser un gran paso para la música y la juventud.

Desde este año se comenzaron cuidar los protocolos de logística en donde Protección Civil instauró recomendaciones en las cuales se hizo hincapié en mantenerse hidratado, utilizar protector solar, evitar los tumultos, así como portar una pequeña credencial con los datos importantes como nombre o grupo sanguíneo.

Por otro lado, como el año anterior, se emplearon unidades del sistema RTP con un costo de siete pesos y que contaba con diferentes rutas para trasladar a los asistentes a las estaciones del metro más cercanas o de preferencia que tuvieran contacto con la ruta del Noche Bus.

El segundo día comienza con un calor intenso, poco a poco se va llenando el Foro Sol por los asistentes que van llegando a ver a las siguientes 43 bandas invitadas a tocar en los cinco escenarios que son: escenario Indio, escenario Unión Indio, Carpa Intolerante, Carpa Rockcampeonato y Carpa Gozadero Doritos. Cabe señalar que éstos tienen los nombres de las marcas que los patrocinan. Las bandas fueron:

Alex Otaola & Iraida Noriega, A Love Electric, Ana Tijoux, Arcade Fire, Autoramas, Banda Bastón, Banda Bostik, Caballeros del Plan G, Caloncho, Camila Moreno, Carlos Marks, Charlie Monttana, Coctél Intergaláctico, Cómo Asesinar a Felipes, Cut Copy, Daniel Maloso, Dani Umpi, El Freaky, Elis Paprika, Ely Guerra, Fermín IV, Furland, Helado Negro, Juana Molina, Jumbo, L.A., Leo Justi, Los Tres, Love of Lesbian, Lunice, Machingon, Mooi, No Te Va Gustar, Pedropiedra, Pellejos, Rusko DJ Set, RVSB, Segregados, Sr. Bikini, Tako, The Polyphonic Spree, Twenty One Pilots, URSS Bajo el Árbol. (Vive Latino, 2014).

Uno de los grupos más esperados por el público, fueron los canadienses *Arcade Fire* que con su espectáculo estremecieron a todos los asistentes en un Foro Sol abarrotado, ya que fueron los encargados de cerrar el segundo día de actividades del festival.

Lo hicieron de manera magistral al interpretar sus canciones, y los espacios de silencio que se hacían entre una canción y la siguiente, junto con los gritos de apoyo a esta agrupación, eran sorprendentes; por lo que los músicos recibieron ese ánimo con entusiasmo para seguir interpretando su música por más de una hora.

Hay que destacar a otras agrupaciones que también hicieron lo propio, como *Jumbo* en el mismo escenario, que horas antes interpretó sus canciones con las cuales muchos de los asistentes se sentían identificados, como fueron “Aquí”, “Siento que” y uno de sus mayores éxitos en la década de los noventa,

“Fotografía”. Otra de las grandes ovaciones se las llevó *Ana Tijoux* con las poderosas letras de *rap* que entonó.

Para el tercer día se esperó una afluencia mayor al festival debido a que ya era fin de semana y los grupos estelares de ese día ameritaban un encuentro con el *rock* de antaño. Sin duda alguna *Maldita Vecindad y Los Hijos del Quinto Patio*, en la celebración de sus 30 años de trayectoria artística, se presentaron en una gira para despedirse de su público tocando canciones de sus primeros álbumes, así como los éxitos que los han caracterizado.

Pero también se encontraron los siguientes 43 artistas que ofrecieron un espectáculo sin igual a los asistentes que los vieron, estos fueron:

Aurora, Cállate Mark, Calle 13, Carlos Méndez, Carmen Costa, Ceci Bastida, Chancha Vía Circuito, Coda, Dancing Mood, Daniela Spalla, De La Tierra, Diamante Eléctrico, Doctor Krápula, El Gran Silencio, Emir Kusturica and The No Smoking Orchestra, Frikstailers, Gaia, Guadalupe Plata, I Can Chase Dragons!, Kraken, Little Jesus, Iori Meyers, Los Caligaris, Los Fascinantes, Los Marty, Los Tigres del Norte, Los Tiros, Luzbel, Maldita Vecindad y Los Hijos del Quinto Patio, Motorama, Outernational, Quantic, Reyno, Rey pila, Schlachthofbronx, Seis Peatones, Siete Catorce, Sonido Martines, Sonido Sonorámico, Technicolor Fabrics, Torreblanca, Vintage Trouble, yokozuna (Vive Latino, 2014).

Otros de los más esperados fueron *Calle 13, El Gran Silencio* y *Los Tigres del Norte*, que repitiendo la fórmula del año anterior con los *Ángeles Azules*, ahora lo hace invitando a un grupo que es de un género musical distinto al que se tenía costumbre, ocasionando que la gente esperara verlos fervientemente. Hay que señalar el fuerte chubasco que cayó durante este día del festival, ya que mientras tocaba *Dr. Krápula* se tuvieron que suspender las actividades por protocolo de Protección Civil.

Los músicos de *Outernational* fueron bien recibidos, de tal manera que ya tenían fecha de presentación en el Multifloro Cultural Alicia y después una corta gira por el interior de la República Mexicana.

El último día del Vive Latino corresponde a:

2 Many DJ's, Alerta Kamarada, Amanditita, Búngalo Dub feat. Lengualerta, Carnavale Di Vendetta, Che Sudaka, Chocquib Town, Clubz, Consulado Popular, DJ

Rashad & Spinn, DJ Rupture, El Chávez, Enanitos Verdes, Fito Páez, Javier Estrada, Juana Fe, Julieta Venegas, Kakkmaddafakka, La Bien Querida, La Gusana Ciega, La Ley, Lao, La Vela Puerca, La Vida Boheme, Los Cafres, Los Fontana, Los Rastrillos, Los Rumberos de Boston, Placebo, Proyecto Maconha, Radaid, Rebel Cats, Royal Club, Sangre Maíz, Saoko, Silverio, Sonido la Changa, Sonido Superchango, Standstill, The Sexican, The Wookies, Troker, Zoé. (Vive Latino, 2014).

Son la parte final de 43 músicos, donde cabe resaltar la participación de *Zoé, Enanitos Verdes, Fito Paez*, el reencuentro de *La Ley, los Rebel Cats* y su *Rockabilly* que puso a bailar a todos, además de ser una de las bandas esperadas para poder disfrutar de su talento.

La realización del Vive Latino como ya pudimos leer en todas estas líneas, es un construcción que requiere una planeación que año con año comienza como un ciclo, en el cual se ven involucradas muchas personas dentro de la producción que se tarda alrededor de un año para poder crear la siguiente edición.

2.5.- Después del Vive Latino

A nivel internacional, nacieron otros festivales musicales como *Glastonbury* en Inglaterra y *Coachella* en California, Estados Unidos, nada más por mencionar algunos. Cabe señalar que dentro de los festivales musicales de *rock* también hay una réplica de éstos, ya que se han creando nuevos públicos a partir del consumo cultural y la mercantilización de los nuevos artistas que van subiendo desde la industria que maneja la oferta y alienta la demanda, por lo que se han creado otros festivales de música,

En México la escena no ha sido diferente y han nacido otros eventos masivos como el *Festival Rockarga* que después cambió su nombre a *Festival de Música Para Los Dioses*, que se realizó por unos cuantos años en Teotihuacán. Otro ha sido *Snikers Urbania*, patrocinado por esa marca de chocolates que se llevaba a cabo en el estacionamiento del Estadio Azteca. Otros son “El Rock Nos Une”, “*Rock en Exa*” (patrocinado por EXA FM), “*Corona Music Fest*” que se lleva a cabo en diferentes partes del país en una gira de conciertos, y el “*Corona Capital*” que

se realiza dentro de las instalaciones de la Ciudad Deportiva, específicamente en la parte del Autódromo Hermanos Rodríguez.

Lamentablemente algunos de estos festivales musicales no tuvieron el impacto que el Vive Latino y desaparecieron después de un par de ediciones, ya que la producción de un evento de tal magnitud implica un capital importante, así como un equipo de producción.

Además, a la par del Festival Vive Latino han permanecido recintos como el Multiforo Cultural Alicia, donde se siguen presentando artistas de la escena *underground* del *rock*, como propuesta alternativa a los lugares de los que se apropió OCESA para realizar eventos masivos.

De esta manera es como podemos ver que la industria musical del *rock* ha crecido a lo largo de más de 50 años, que sigue produciendo contenido *underground* y comercial para los jóvenes que lo demandan, ya sea por las emisoras de radio, por los canales de videoclips, foros culturales o utilizando las nuevas tecnologías de la comunicación, como es la internet y todas las herramientas que viene con ella.

Parte importante del auge del *rock* es la distribución de material a través de los nuevos canales de internet como son *Youtube*, o las redes sociales como *Twitter* o *Facebook*, convirtiéndose en poco tiempo en parte fundamental de la comunicación entre los jóvenes que ahora se enteran de los festivales musicales de una manera inmediata, pudiendo compartirlo con sus amigos y asistir a esos eventos.

3.- Estado del arte

Son cuatro líneas de investigación que se abordaron de la siguiente manera: estudios sobre la juventud, la música *rock*, festivales culturales y el consumo cultural, ya que es fundamental conocer la forma en que se han trabajado estos temas.

Sobre los estudios de la juventud se encontró la aportación de Mendoza Enríquez, Hipólito y las principales aportaciones teóricas de este trabajo son: los análisis de las organizaciones, la cultura y las identidades juveniles. Cada una de ellas tiene sus situaciones específicas como son la forma de organización de los jóvenes y su comunicación a través de grupos. En el apartado de la cultura hace referencia a los estudios sobre las prácticas que tienen los jóvenes y cómo se da paso a la construcción de identidades juveniles como las que han existido. Ejemplo de estas son: los *hippies*, *rockeros*, *wannabes*, *emos*, *cholos*, entre otros.

Además, analizó otros estudios de la juventud que parten de la economía, la educación, el empleo, la política y lo social, cada uno de ellos con un marco metodológico definido, ya que la mayor parte de estas investigaciones tuvo un corte descriptivo-prescriptivo o analítico-interpretativo.

El primer estudio que menciona es sobre Luz María, Guillen, quién inicio la discusión teórica del significado de la juventud a partir de las relaciones de poder establecidos por la dominación de los adultos sobre los jóvenes a partir de la diferencia de edades. La segunda indagación tiene un corte interpretativo-hermenéutico, ejemplo de ello es el trabajo de García, Jorge que estudia la organización juvenil de las bandas y la identidad construida a partir de la apropiación del territorio y la independencia. La tercera pertenece a Reguillo, Rossana quien analiza cómo el espacio y el tiempo intervienen en los ámbitos de la agregación a las organizaciones y la interacción del contacto entre los jóvenes. Y en la cuarta, que también fue realizada por Reguillo, Rossana junto con Valenzuela, José Manuel, investigaron sobre la identidad juvenil y la conformación

de las relaciones socio-históricas, situacionales, que generan las representaciones simbólicas construidas por las relaciones de poder.

Este preámbulo de trabajos sobre la identidad juvenil abrió las puertas a nuevas investigaciones sobre el tema, desde perspectivas teórico-metodológicas y temáticas diversas como son: la etnográficas, demográficas, educativas, laborales, migratorias, de salud, de drogadicción y de adicciones, de participación política, de género, de violencia, de religión y de valores juveniles.

Ahora bien, la institución encargada de realizar los estudios socio-demográficos en México es el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), que ha llevado a cabo los censos poblacionales desde 1950 y trabajando en conjunto con el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ), ha realizado la Encuesta Nacional de la Juventud en los años 2000 y 2005.

Los datos que arrojó esta encuesta fueron de diferentes temáticas, en educación los estudios fueron muy amplios clasificándolos en: socios-demográficos, prácticas escolares, tiempo de formación, relación con el empleo y restructuración de planes de estudio. En estudios de migración los registros muestran que ya no migran solamente los jóvenes de zonas rurales, sino que se unieron los que pertenecen a zonas urbanas, por el deterioro de la calidad de vida y la coerción del entorno.

Las investigaciones sobre salud se basan en lo demográfico, generando estadísticas sobre al acceso a la salud en las instituciones pertinentes y los padecimientos que sufren los jóvenes, que son datos arrojados tanto por el INEGI como por el IMJ. También integran información sobre la sexualidad a partir de estudios socio-demográficos, médico-epidemiológicos, psicosociales y antropológicos y demo-antropológicos. En el rubro de las adicciones se emplea una metodología cuantitativa o cualitativa, en la primera con estudios descriptivo-epidemiológicos y en el segundo se utilizan métodos etnográficos.

Por otro lado se encuentra el estudio realizado por Pérez López, Ruth y Barragán Rodríguez, Lucía. El artículo indaga sobre el espacio público, donde el objetivo es el análisis de dinámicas sociales de jóvenes adultos que viven en la calle, el lugar

es la plaza Zarco ubicada en la colonia Guerrero, muy cerca del metro Hidalgo y a un lado de la Avenida Paseo de la Reforma, Distrito Federal.

La investigación de campo se realizó en la plaza antes mencionada, aplicando la metodología cualitativa, con técnicas etnográficas (observación, diario de campo, cuestionarios y entrevistas semiestructuradas) a jóvenes que habitan la plaza, a los comerciantes del lugar, los vecinos y feligreses de San Judas Tadeo.

Los jóvenes que fueron sujetos de estudio huyeron de sus casas entre los 7 y 14 años. Las causas fueron por violencia, agresiones sexuales, adicciones por parte de los adultos con los cuales convivieron.

Con los datos recabados las autoras concluyeron que los jóvenes al vivir en la plaza Zarco crearon una serie de estrategias para sobrevivir y éstas se relacionan con la identidad, el manejo de situaciones positivas y negativas, además de la ubicación y apropiación del lugar con construcciones de cartón, muebles rotos y una que otra pieza.

La aportación del trabajo de Garcés Montoya, Ángela se basa en varios estudios realizados por otros autores iberoamericanos y los engloba por los autores y sus nacionalidades, comenzando por los exponentes de México: Rossana Reguillo y José Manuel Valenzuela. Por parte de España se encuentra el antropólogo Carles Feixa Pampols sobre investigación en la ciudad de Cataluña, además de realizar los estudios comparativos entre México y España sobre el mundo *punk*.

En Ecuador, Mauro Cerbiño tiene la investigación sobre culturas juveniles en Guayaquil, donde aborda la fiesta, el cuerpo y la sensibilidad juvenil a partir de la semiótica cultural. Y al final se encuentra Mario Margullis de Argentina y su investigación trata sobre la vida nocturna de los jóvenes llamando a su indagación culturas de la noche y toma cuatro ejes principales: la discoteca, el *rock*, la bailanta y los modernos.

Otros temas que se abordan son una explicación sobre la juventud y la publicidad, además de identificar tipos de jóvenes, partiendo de ciertos estándares

publicitarios. Y a medida de cierre, aborda un poco la contracultura como movimiento juvenil de nuevas expresiones.

Con estas investigaciones se tiene un panorama de los trabajos realizados en el rubro de la juventud, desde aspectos socios-demográficos y culturales hasta de identidad y apropiación de espacios públicos.

Ahora bien, sobre los estudios sobre la música *rock* encontré el trabajo de Mora Bautista, Edgar Adrian. Esta tesis aborda toda la historia del *rock*, desde su llegada a México, cómo es que se comenzó a comercializar el *rock*, la importancia de los medios (cine, radio, televisión y el internet). Cabe destacar que aborda el caso del canal de musical *Mtv*. Es un estudio meramente descriptivo que se centra en el desarrollo del *rock mexicano* en los años noventa y lo estudia desde tres apartados:

1. Geográfico.
2. Genérico.
3. Identidad musical.

El estudio concluyó que el *rock* tiene una apertura musical gracias a la comercialización que se le estaba dando por esos años, además señala que el *rock* nacional era una forma de expresión transgresora de los límites sobre lo que se podía hablar y lo que tenía que mantenerse oculto.

Por otra parte, la investigación de Ortiz Gómez, Octavio trata la naturaleza del *rock* y cómo se encaminó hacia la comercialización desde los medios. Con objetivos claros:

1. Definir el marco conceptual del *rock* como cultura de masas.
2. Describir el proceso, desarrollo y asentamiento del *rock* como industria cultural internacional.
3. Identificar aportaciones emblemáticas del *rock* clásico y los medios masivos de comunicación y el arte de la segunda mitad del siglo XX.

Ortiz retoma los estudios culturales y los estudios sociológicos, ya que revisa diferentes textos en los que los exponentes consultados por él le dan ciertas definiciones sobre los medios de comunicación y la cultura de masas.

Ahora bien, el enfoque utilizado es el método histórico desde la teoría cultural con la perspectiva del análisis cualitativo, en su marco teórico abunda en los conceptos dedicados a la identidad, el *rock*, los medios de comunicación, la juventud y la cultura. Así es como concluye la investigación, tomando en cuenta el recuento histórico sobre la cultura del *rock* y cómo eso influyó en la creación de un *rock mexicano* que tenía la necesidad de explotarse y difundirse.

De esta manera es que llegamos a la línea de indagación sobre los festivales culturales con la aportación de Devesa Fernández, María; Herrero Prieto, Luis César y Sanz Lara, José Ángel, cuyo objetivo principal de la investigación es analizar la función de la demanda de un festival cultural, concretamente un festival cinematográfico y estudiar el grado de significación de variables de tipo socio-demográfico y relacionarlas con el consumo cultural y la experiencia acumulada de los individuos, demostrando las variables monetarias exclusivamente de la economía.

En los objetivos particulares, abordó los análisis de demanda, realizó una aproximación a la determinación de la función de demanda de un festival y el análisis de las variables significativas del consumo de películas durante el evento.

El sujeto a analizar fue el Festival de cine de Valladolid o conocido a nivel mundial como La Semana Internacional de Cine de Valladolid (*Seminci*), en España y se utilizó la metodología cuantitativa con una encuesta al público de la semana Internacional de Valladolid en 2001. También tomando en cuenta que todos esos resultados se analizaron con el modelo econométrico de datos de recuento o modelo binomial negativo, en donde:

$$Q_t = f(P_t, P_{rt}, Y_t, A)$$

La letra Q representa la cantidad de demanda del bien en el año, la letra P es el precio del bien o servicio, P_{tr} es el precio de los bienes relacionados, Y es la renta del individuo y la letra A es el valor de las variables que tratan de acercarnos a los posibles cambios en las preferencias del público.

Por lo tanto esto demuestra que los estudios de demanda se desarrollan desde un sustento teórico, práctico para poder introducir nuevas variables en el análisis.

El texto también habla sobre un marco socio-histórico sobre el festival de cine de Valladolid, que es catalogado de tamaño medio, ya que proyecta cine de autor, que se cataloga como comprometido y de fuerte contenido social del continente europeo. Además, tiene tres secciones tituladas: sección oficial o cine mundial en curso, sesión de punto de encuentro y sección de tiempo de historia dedicada particularmente a la muestra de documentales y una serie llamada ciclos monográficos que cambian cada año.

Ya en el análisis de resultados podemos encontrar que las variables independientes que usaron los autores son: el precio, la renta, bienes relacionados y otras variables pertenecientes al ramo socio-demográfico. Por lo tanto se demostró que el número de ediciones afecta positivamente la demanda del festival.

Pero las variables independientes como: la renta, edad, nivel de estudios no son tan importantes frente al consumo de cine. Solamente el nivel medio de estudio implica una aceptación para el consumo de diferentes películas en el festival. Las variables que expresan una gran importancia dentro del consumo previo son la experiencia cultural acumulada y la formación del gusto.

Entonces en el análisis que nos presentan los autores se puede identificar que el Festival de Cine de Valladolid tiene como objetivo fundamental ofrecer películas que no se encuentran en los cines comerciales, ya que como mencioné líneas arriba trata de difundir el cine de autor.

El artículo sobre festivales musicales, escrito por el Dr. Héctor Fouce, detalla los momentos cúlpe de la industria musical en España, particularmente cómo los discos han dejado de consumirse en una era donde la música se comercializa de forma digital.

Los objetivos que planteó analizar dentro del artículo son el proceso de obstrucción y desmaterialización de la gestión de derechos de autor, un negocio en crecimiento en la era de las prácticas culturales posmodernas del cortar y pegar, así como la localización y materialización hacia la música en vivo.

Partiendo de estas dos premisas es que también nos cuenta el autor que en la industria musical hay dos tipos de discurso: el que producen los músicos y el que escuchan los oyentes.

Además la metodología es meramente cuantitativa, ya que la técnica empleada para recabar los datos es la encuesta, en la cual se determinan las ventas de discos, tanto físicos como en el área virtual. Este tipo de encuesta se ha llevado a cabo durante varios años consecutivos para determinar la situación de ventas de la industria del disco compacto en España.

El autor tomó como variables a las estrategias empresariales, las políticas y los nuevos públicos que comienzan a sobresalir por su consumo musical. Además, el análisis que se plantea es sobre los dos discursos antes mencionados y que entran en conflicto, ya que se usa a la música como negocio con los organizadores y los que reclaman por un evento cultural de coherencia.

Uno de los autores con los que se logra realizar el análisis es con Portela y explica que el modelo del festival se ha convertido en un parque de atracciones, ya que es un escaparate perfecto para las marcas.

Por otro lado, se encuentran Pine y Gilmore que han observado que la economía contemporánea sobre el valor dado al conjunto de experiencias, por ello es que los asistentes a los festivales musicales se apropian de esa experiencia y no de la música.

En conclusión, hay una consolidación sobre los festivales, ya que quienes mandan son los intereses mediáticos y económicos frente a las ambiciones de la creación cultural y la participación social.

Por otro lado la investigación de García Canclini, Néstor plantea una metodología mixta de los diferentes públicos que asisten al Festival de la Ciudad de México, la cual tiene varias etapas y se tuvo que llevar a cabo con un grupo de especialistas, en donde Néstor García Canclini es el recopilador de dicha información

Los parámetros que siguen los autores son sobre la relación del festival con la Ciudad, así como las relaciones públicas del festival, los gustos de los espectadores y el significado del festival en la vida cultural. Se realizó el estudio de recepción de los diferentes escenarios y públicos que acudieron a este festival

Las líneas de indagación inician en el teatro, las presentaciones de *rock*, la imagen periodística y las conclusiones generales. En cada uno de estos apartados se tiene una metodología específica detallada por los propios autores del artículo, por tanto se arrojan datos duros sobre el teatro y la forma en que el público reacciona hacia las puestas en escena.

En cuanto a los conciertos de *rock* se detallan varios lugares donde se llevó a cabo la recolección de muestras mediante la encuesta. Con esos datos duros se midió el interés del público desde dichos parámetros.

En el artículo de Garibaldo Vadéz, Ramón y Bahena Urióstegui, Mario se analizó la temática del *rock* iberoamericano, el cual aborda en tres puntos: la incursión del género roquero en América Latina como expresión cultural forastera, luego en el segundo apartado se encuentra la comercialización de la música, donde los autores abordan los “frentes culturales” y el “capitalismo auditivo” haciendo mención del canal musical *Mtv* y el “*rock* en tu idioma”. El tercer punto es para renombrar la geografía latinoamericana como iberoamericana.

Lo anterior está explicado en la historia del *rock* en español y cómo sus antecedentes como *rock* chicano realizó una confrontación musical y de identidad

en toda la región latinoamericana. Realizó una breve mención sobre el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino al comienzo del texto para retomar la diversidad de identidades culturales, escénicas y artísticas por las cuales es un referente como evento masivo.

Ahora bien, la tesis que se encontró sobre el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino, perteneciente a Ortiz Cruz, Iván Jesús, trata de un radio reportaje que se denomina producto comunicativo y cuenta con el apartado de la historia que deriva en el contexto de los festivales de talla mundial, en un segundo momento menciona y describe cada una de las ediciones del Vive Latino hasta el año 2010 y por último aporta los datos y entrevistas a los artistas y grupos asistentes.

En el capítulo dos se centra en la experiencia y perspectiva de las radiodifusoras que transmiten el evento, estas son *Ibero 90.9*, *Reactor 105.7* e *Interferencia 7diez*, siendo esta última la única estación de la amplitud modulada que transmite y difunde el festival según el autor.

Por otro lado, en el capítulo tres menciona ya como tal su producto comunicativo, comienza por el nombre: “*Sonidos del Vive Latino*” con el lema “*vive a través de la radio*”, y sus objetivos parten de uno general que trata de exponer al Vive Latino. Ya en sus objetivos particulares tiene tres que se centran en el entretenimiento del público, conocer los datos específicos del festival y los puntos de vista de las bandas que han participado.

Se trata de un reportaje único que tiene una duración de 30 minutos y con un horario para transmitirse de las 8:00pm las 8:30pm, ya que es cuando los jóvenes están buscando algo que los entretenga. Además se cuenta con dos locutores que grabaran las cápsulas y todo el contenido del programa.

El formato está diseñado a partir en tres fases:

1. Origen del Vive Latino.
2. Ediciones del festival.

3. La importancia del Vive.

Este producto comunicativo está enfocado para hombres y mujeres de 15 a 25 años que tengan una ocupación de Estudiantes y de nivel socioeconómico medio a medio bajo

El autor concluye haciendo énfasis en que el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino se realizó por una necesidad que el público demandó y con su nacimiento atrajo no sólo a los jóvenes, sino que se convirtió en parte de la industria musical.

Dentro de las indagaciones de los festivales culturales encontré diversas prácticas relacionadas, desde el cine hasta radio reportajes, en los cuales se destaca el consumo de los asistentes a esos eventos, de esta manera es que paso a la siguiente línea de investigación que es el consumo cultural.

El artículo que escribió Gómez Vargas, Héctor trata sobre el consumo cultural en toda América Latina, comenzando por los antecedentes de las teorías sociológicas en comunicación para poder llegar al marco histórico y metodología que emplea el estudio del consumo. Relata en otro momento la importancia de la comunicación y los medios masivos.

En su texto explica la importancia del concepto cultura que ha venido cobrando fuerza en los estudios de la comunicación en México en los últimos años, ya que fueron momentos difíciles para poder desarrollar el conocimiento sobre esta área.

Además, hubo una creciente ola de corrientes teóricas y metodológicas, no sólo dentro de México, sino también en toda América Latina, particularmente en los años noventa, cuando se convirtió en una de las principales formas de investigar los procesos de comunicación.

Gómez Vargas hizo un recuento histórico de lo más emblemático que ha pasado en la comunicación y los aspectos teóricos que se fueron desarrollando históricamente junto con el consumo cultural y la comunicación.

Gómez Vargas señala que los primeros exponentes en desarrollar las teorías de la comunicación son Armand y Michele Mattelart, luego viene Jesús Galindo y su trabajo sobre comunicología, el cual metodológicamente pretende una revisión sobre los estudios en la materia. Así fue como poco a poco la cultura se fue abriendo paso dentro de la comunicación, pero también llegaron las nuevas tecnologías que llamaron la atención de los especialistas y tuvieron un auge importante en el desarrollo del consumo cultural.

También se ubica a la teoría crítica y la economía política como antecesores en los estudios del consumo cultural y en los años sesenta nace una nueva disciplina conocida después como los estudios culturales, en ese momento comenzó el reconocimiento social de la parte antropológica de la comunicación.

Ahora bien, en los años setenta Alan Swunngeewood comienza a realizar estudios sobre la cultura de masas y sus tres fuentes de reflexión, ya que parten de una fuente conceptualizadora de la cultura y los medios, que son: el marxismo dogmático, la teoría literario-cultural y el pluralismo cultural.

La primera es una crítica cultural al capitalismo industrial y las otras están basadas en una definición sociológica de la sociedad de masas, así mismo menciona la existencia de una renovación de la cultura popular.

La metodología de la teoría cultural de masas enfatiza el consumo más que la reproducción y así confunde la relación entre cultura democrática burguesa y la cultura popular.

Por otro lado, la economía política surgió de la conformación de la sociedad de masas, como una sociedad global, ya que la economía capitalista hegemónica se trabaja desde la perspectiva teórica del imperialismo cultural, tomando como punto importante a América Latina y la fuente del capital producido como valor económico entre el arte y la cultura.

En ese momento es cuando cobra mayor importancia el estudio de la industria cultural, debido a que está basada en el consumo de la cultura popular

internacional. Por lo anterior es que después del nacimiento de los estudios culturales en los sesenta se comenzó a abrir la posibilidad de realizar estudios de recepción.

Metodológicamente se enfoca en el análisis textual, investigaciones de sentido tanto de productos, objetos y prácticas sociales para poder comprender el concepto de ideología. Además se agregan otras disciplinas como la psicología, la semiótica y el concepto de hegemonía que fue proporcionado por Antonio Gramsci.

Otras influencias para el consumo cultural, específicamente en México, incluyen corrientes destacadas como los estudios de cultura popular de Italia, la renovación de investigaciones por las aportaciones de los conceptos de Gramsci, y la sociología de la cultura que proviene de Francia cuyo mayor exponente es Pierre Bourdieu, todas estas investigaciones fueron fundamentales para el sustento de estudios culturales y consumo para nuestro país.

En el artículo de Gómez Vargas se retoman las palabras de Gilberto Giménez donde se habla sobre la influencia de los textos de Antonio Gramsci en los años setentas y cómo dio inicio a la investigación de los estudios de la cultura en México. El precursor Alberto M. Cirese abordó en su seminario en 1979 sobre las culturas populares en el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social (CIESAS), después en otro seminario que se llevó a cabo en la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Xochimilco en el año de 1981, estos seminarios fueron cruciales para los estudios culturales en nuestro país (Giménez, 2000:121). Luego entonces, Jorge A. González introdujo los estudios de las culturas campesinas, ya que se les conocía como “los otros” (Gómez, 2007:21).

Después el autor del artículo detalla por épocas la trayectoria de cinco etapas del consumo cultural estructuradas de la siguiente forma: 1975 a 1979 es un período reflexivo, 1980 a 1984 es una orientación popular a lo masivo, 1985 a 1989 hay un encuentro de lo popular a lo masivo por los debates de la modernidad y el uso de las nuevas tecnologías en comunicación, 1990 a 1994 es cuando aparecen las primeras preguntas dirigidas al consumo y finalmente de 1995 al 2000 es el momento de la globalización y sus manifestaciones culturales.

Ahora bien, tomando en cuenta esos momentos es que se abordan diferentes publicaciones en torno al consumo cultural, partiendo de la investigación de Néstor García Canclini llamada “El Consumo Cultural en México” y sus tres ejes teóricos son: el espacio urbano, los medios de comunicación masiva y los sujetos sociales. Es una investigación interesante, ya que metodológicamente hablando se encargó de realizar estudios de campo y de recepción para analizar el consumo dentro de esos cambios

Guillermo Sunkel, por su parte, investigó sobre “El Consumo Cultural en América Latina” con un marco metodológico que analiza tres momentos: el uso y las prácticas del consumo cultural, la apropiación del arte y patrimonio y el consumo de medios, tomando en cuenta la recepción-consumo, las audiencias y mediaciones. Todo esto se encuentra estrechamente vinculado para realizar el estudio de consumo cultural.

La siguiente indagación revisada es de Nilda Jacks y su aportación es sobre el estudio de la comunicación en América Latina, partiendo de una metodología de la interacción de las agendas para incorporar el estudio del consumo cultural.

La aportación de Raúl Fuentes Navarro se basa en la sistematización de la investigación de la comunicación desde 1995 al 2000, señalando como líneas de investigación al consumo de medios, el espacio público, los usos y las prácticas, la apropiación del arte y el patrimonio y los sujetos sociales, todas vinculándose estrechamente con los conceptos de recepción, uso social, audiencia, exposición, hábitos, preferencias, entretenimiento, tiempo libre y cotidianidad, para poder hablar de los consumidores como público, audiencia o espectadores.

En conclusión, este artículo es una aportación histórica que menciona los importantes momentos de la comunicación y los medios masivos que se encuentran vinculados con el consumo cultural hoy en día. Aun así, todas las investigaciones referidas comienzan partiendo de un espectro teórico y que en la actualidad dan certidumbre al momento de llevar a cabo una investigación de campo.

El siguiente artículo relacionado con el consumo cultural lo escribió Mato, Daniel con el objetivo de estudiar la condición cultural de algunas industrias asociadas al consumo de productos. Su objetivo específico es ofrecer una crítica argumentada de la idea de “industrias culturales” y a medida que ésta se presenta, señalar algunas posibilidades usualmente no exploradas, así como ofrecer pauta desde el método y una crítica específica hacia la idea de consumo cultural.

Aborda las industrias culturales del entretenimiento, pero se centra en las que son excluidas: la industria del juguete, el automóvil, el vestido, la comida rápida, la salud, la farmacéutica, los cosméticos, las bebidas y la cooperación internacional.

Después de lo anterior es que analiza la industria del juguete con la perspectiva de las muñecas, en la que *Mattel* fue ganando mercado ante otras marcas, con su producto *Barbie*. En la industria del vestido sugiere que es la moda la que rige este sector ya que los individuos compran la ropa para encontrar aceptación en sus grupos de interacción, pero también quieren diferenciarse de los otros.

En la industria del automóvil, tomando el caso específico de la gente de Estados Unidos, también se ve como negocio de la moda porque literalmente los usuarios visten a sus carros para tener un mayor impacto en las prácticas sociales. Sobre la comida rápida se incluye la modificación del tiempo de ocio, la alimentación y las relaciones intergeneracionales, y como caso específico retoma las prácticas que se realizan en los restaurantes *McDonalds*.

Para finalizar, se encuentra la cooperación internacional para el desarrollo, tomando en cuenta que es importante en la era globalizada el avance de los países, su democracia y la sociedad civil. Se empleó una metodología cualitativa por medio de la entrevista para poder explicar la formación de la sociedad civil en Argentina.

Para entender todos estos procesos en cada una de estas industrias se agregan otros criterios de análisis: los procesos de producción de sentido y las resignificaciones de las mercancías, ya sean objetos o servicios.

Ahora bien, el trabajo de Herrera-Usagre, Manuel se basó en acotar las características que tienen mayor influencia sobre los hábitos de consumo cultural. Dentro de su marco teórico nos habla sobre la estratificación social del consumo cultural usando como argumento la homología, la individualización y la *omnivoridad*.

La homología¹⁴ trata sobre las razones implícitas del consumo cultural dirigido al estilo de vida y el estatus como forma estructural del consumo. Se entiende que aquí se presenta la diferencia de una alta cultura y la cultura popular, las élites pueden consumir ambos tipos de cultura, pero los que están por debajo en la estratificación social solamente tienen acceso a un catálogo restringido dentro de la cultura popular.

Además, se encuentra también presente la categoría de *omnivoridad* que trata sobre la modalidad de consumo que se practica dentro de cada grupo social, esto quiere decir que el individuo que pertenece a la élite tiene acceso a la alta cultura o a la cultura popular dependiendo de sus prácticas culturales y de su consumo cultural, pero que las demás clases sociales encuentran restringida su oferta cultural.

Ahora bien, la metodología utilizada para la investigación fue cuantitativa con la técnica de la encuesta, para ser exactos se utilizaron como referencia tres tipos de encuesta para generar el modelo de probabilidad. Los datos derivan de: Encuesta del Empleo de Tiempo 2002-2003 por el Instituto Nacional de Estadísticas de España, Encuesta de Estructura y Clases Sociales 2006 por el Centro de Investigaciones Sociológicas y la encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2006-2007 por el Ministerio de Cultura con la colaboración de la Sociedad General de Autores y Editores.

¹⁴ La homología es abordada desde la perspectiva de Pierre Bourdieu denominándola como *habitus* de clase, que a su vez, consiste en “una unidad semántica que aglutina una diversidad de prácticas en todos los dominios del consumo, incluido el cultural. Este modo de diferenciación crea una estructura jerárquica de los gustos y los estilos de vida, expresada a su vez en un orden de estatus” (Herrera-Usagre, 2011: 144).

Los sucesos a analizar fueron: el cine, el teatro, la danza o el ballet, los conciertos, las visitas a monumentos históricos-artísticos y museos o exposiciones de arte.

Para todo lo anterior se utilizó la técnica multivariable de regresión logística que sirve para predecir un suceso a partir de variables explicativas, por ello este tipo de análisis ayuda a comprobar las probabilidades de asistir a un evento.

En el caso de los conciertos de música, las probabilidades aumentan si se rechazan ciertas variables como las relaciones personales de pareja, ya que este estudio menciona que existe mayor probabilidad de asistir si se es soltero. También aumenta si se es menor de edad, se cuenta con mayor nivel educativo o mayor estatus socioeconómico.

El artículo se centra en las gráficas presentadas por las encuestas y el cruce de datos con la técnica multivariable, además de hablar sobre los estilos de vida y cómo esto se traduce a nivel de la probabilidad de tener un consumo cultural.

En conclusión, la indagación sobre las prácticas y los gustos de los españoles se encuentran vinculados con la estratificación social, tomando en cuenta el consumo en función del número de géneros musicales y de productos existentes que se dirigen hacia la tolerancia y la *omnivoridad* de la lógica clasista, pero que va sofisticando los regímenes del gusto.

Los artículos e investigaciones antes referidos dan un panorama sobre el área de campo establecido en esta tesis.

4.- Marco teórico

Esta sección trata sobre el enfoque, teoría y conceptos con los que se analizó la temática del Vive Latino 2014, tomando en cuenta tres ejes, los cuales son: la identidad, la interacción y el consumo cultural. De estos conceptos se desglosan otros como la identidad colectiva e individual, la estratificación social, las culturas juveniles, el valor de uso, de cambio y simbólico, así como la hibridación cultural.

El enfoque que se presenta en la investigación es crítico, ya que desde la teoría crítica se han desarrollado categorías y estudios relevantes para los temas a tratar.

La teoría crítica apremia la interacción entre el sujeto y el objeto para analizar a la sociedad formada por el capitalismo que le da mayor valor a los productos que maquila, por lo tanto, el sujeto va perdiendo su humanidad porque está íntimamente ligado al cúmulo de satisfacciones que ese modo de vida le da.

Más adelante se comienzan a agregar nuevos conceptos a la teoría crítica, como son la alienación y la enajenación de los sujetos en una sociedad industrializada que se encarga de absorber todo su trabajo y dejarlos con la sensación de la existencia del llamado tiempo libre, por ello es que Herbert Marcuse introdujo estos conceptos junto con la participación de Teodoro Adorno y Max Horkheimer, colegas dentro de la propia escuela de Frankfurt.

Para comenzar este apartado tengo que dejar claro que se utilizaron las corrientes post-estructuralistas, los estudios culturales de Néstor García Canclini, Gilberto Giménez y Carlos Feixa y además, la teoría psicosocial de Erving Goffman, y las aportaciones de la Dra. Martha Rizo sobre la comunicación interpersonal.

Entonces, al haber mencionado a los autores que se abordarán en el presente estudio, es necesario mencionar las categorías que son parte de la investigación y son fundamentales para el desarrollo de dicho trabajo. Estas categorías son:

Jóvenes	Identidad
Consumo	Interaccionismo simbólico
Hibridación	Estratificación social

Cada una de ellas es definida por los exponentes ya mencionados líneas arriba.

Para comenzar este apartado es necesario definir la categoría de cultura, ya que es parte fundamental del tema que se está tratando en esta tesis, es así que la cultura se define desde la concepción de Clifford Geertz como “el conjunto de hechos simbólicos pertenecientes a una sociedad. O más precisamente, como la organización del sentido, como pautas de significados “históricamente transmitidos” y encarnados en formas simbólicas en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias” (Giménez, 2005: 67-68).

Las aproximaciones teóricas del concepto cultura son múltiples y diversas, ya que contiene en sí misma creencias, experiencias y tradiciones que pasan de generación en generación, formando vínculos en la sociedad que se convierten en símbolos dentro de ella. Por eso es fundamental hablar sobre la cultura, porque es el cimiento de todo un pueblo, en el cual se vuelven comunes un conjunto de significados simbólicos.

Existen muchos ejemplos en donde podemos encontrar la cultura, se puede ver en el lenguaje, en las tradiciones, en los días festivos, en las creencias religiosas, y en el caso de México, en las celebraciones de los XV años, en la comida, en la bebida y en todo el *folklore* con el que se vive cada día, porque estos conjuntos de valores, creencias y tradiciones son inculcadas desde la primera institución social que es la familia.

La cultura se va reafirmando, actualizando y transformando en y por medio de las instituciones propias del momento socio-histórico de que se trate, en el presente

éstas están calificadas por el sistema y son: la escuela, la iglesia, los medios de comunicación, el trabajo, entre otras, las cuales cumplen la función de arraigar la cultura dominante que existe y que se reproduce. Ésta misma permea las interacciones personales en las expresiones microsociológicas.

Es así como lo dice Giménez en su texto *La concepción simbólica de la cultura*: “está presente en el mundo del trabajo, el tiempo libre, en la vida familiar, en la cúspide y en la base de la jerarquía social, y en las innumerables relaciones interpersonales que constituyen el terreno propio de toda colectividad” (Giménez, 2005:75).

Así es como abrimos paso para una cultura simbólica que está cargada de elementos y que se encuentran en un eterno círculo de comunicación, por lo tanto, todo lo que se comparte en la sociedad tiene un carácter comunicativo y cultural al mismo tiempo, ya que se está llevando a cabo la reproducción, actualización y transformación en las tradiciones, creencias y valores que desde luego forman la cultura.

Ahora bien, la categoría de consumo es definido desde la perspectiva de Néstor García Canclini como el “área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales. Ante la masificación de la mayoría de los bienes generada por la modernidad [...] las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza [...]”. Del mismo texto se extrae el siguiente fragmento que define al consumo cultural “como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.” (García Canclini, 1993: 27, 34).

La identidad en palabras de Gilberto Giménez es “una construcción social que se realiza en el interior de marcos sociales que determinan la posición de los actores y, por lo mismo, orientan sus representaciones y acciones” (Giménez, 2002:60). De estas dos definiciones podemos identificar la construcción de de la identidad

desde los marcos generados por el consumo, de manera que son los procesos de consumo los que dotan de valor simbólico a los bienes y servicios, generando así los marcos y prácticas sociales identitarias.

Después de esta pequeña introducción al marco teórico podremos entender los siguientes apartados, que se irán desglosando tratando las temáticas de la identidad, juventud, interaccionismo simbólico y finalmente el consumo.

4.1.- Identidad

La identidad es un concepto que define al individuo o a los grupos a los cuales pertenece, destacando las prácticas culturales, hábitos, gustos y valores que se adquieren y conforman al sujeto o a la colectividad a la que pertenece. En concreto “[...] tiene que ver con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir, con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás [...]” (Giménez, 2004:5). De esta manera se expresa la complejidad del sujeto en la interacción con otros.

Al hablar de identidad podemos entenderla como la formación de un sujeto colectivo que satisface su necesidad imperante de comunicarse con otros, generando los elementos simbólicos de la cultura. Hay que mencionar que la cultura está íntimamente relacionada con la identidad de los sujetos y la colectividad, por el simple hecho de pertenecer a la misma sociedad que en conjunto configuró sus tradiciones y valores simbólicos.

Gilberto Giménez define a la cultura como “el proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos (en su doble acepción de representación y orientación para la acción) a través de la práctica individual y colectiva, en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados” (Giménez, 2005:75).

Entonces estos dos conceptos forman un sistema de relaciones complejo en el que múltiples elementos interactúan, configuran y se manifiestan en diversas

identidades que cuentan con expresiones individuales y grupales, como lo son las diferentes instituciones del Estado que han sido previamente mencionadas.

Ahora bien, hablando en concreto del objeto de estudio de esta tesis, es necesario contemplar la diversidad de identidades de los jóvenes que asisten al festival, así como la que tiene el propio Vive Latino. Estos entes conforman un sistema en el cual la cultura y la identidad están mezcladas entre sí.

Para ello se necesita desglosar el significado de una identidad colectiva y una individual, ya que existen múltiples dentro de estas mismas que marcan la diferencia en el sujeto y la sociedad.

4.1.1.- Identidad colectiva e identidad individual

La identidad colectiva se refiere precisamente a un conjunto de individuos que se encuentran relacionados por características determinadas que se comparten dentro del grupo, pero también tienen diferencias en ciertos aspectos, como los puntos de vista sobre algún tema, sin embargo, los uno otro tipo de experiencias, y las distancias entre quienes integran las colectividades son un factor que permite su existencia.

Esas experiencias, instituidas o circunstanciales, derivadas de los grupos de pertenencia son las que marcan la identidad individual, ya que definen los parámetros que se tienen para interactuar con los demás. Se puede hablar de ciertos factores que componen la identidad, como lo menciona Giménez: “las personas también se identifican y se distinguen de los demás, entre otras cosas: 1) por atributos que podríamos llamar “categóricos”, 2) por su estilo de vida reflejado principalmente en sus hábitos de consumo, 3) por su red personal de “relaciones íntimas” (alter ego), 4) por conjunto de objetos entrañables que posee, 5) por su biografía incanjeable” (Giménez, 2004 :7- 8).

Al tomar lo anterior en cuenta es que podemos desglosar elementos de la identidad individual del sujeto, o en este caso, las identidades juveniles, pero en la presente investigación tienen mayor relevancia los hábitos de consumo dentro del

Vive Latino y se complementan con los objetos entrañables que se posee sobre dicho evento.

Pero no sólo se basará en ello, ya que como parte secundaria, los actores sociales que participan en conciertos de esa magnitud también tienen una historia que los vuelve únicos, por lo tanto, encajan a la perfección con ciertas categorías de análisis porque son parte de un pequeño universo dentro del sistema.

De esta manera es como comenzamos a vislumbrar poco a poco la relevancia de cada concepto aquí plasmado y nacen nuevos conceptos que nos llevan por otros caminos dentro de esta investigación.

Con respecto a la identidad colectiva, se puede decir que se centra en sistemas delimitados por varios conceptos establecidos por sus participantes que configuran fronteras que rigen un juego de interacción, ya que se tiene que cumplir con lineamientos para poder entrar en ese círculo. Una vez que los sujetos tienen contacto con los festivales de música van a querer asistir si les llama la atención individualmente o a todo su grupo de amigos, es decir, consumir un determinado estilo de evento y música, es parte de la configuración de la identidad de un grupo y sus integrantes. El sujeto quiere asistir a ese concierto porque se identifica con el artista musical, desde sus canciones, la manera en que ha vivido, la presencia que tiene o en otros casos los objetos que vende o compra.

Y cuando se toca el tema de consumir objetos por un proceso de identificación con ellos, también se aborda el tema de la estratificación social, ya que no todos los individuos tienen el poder económico para acceder a ciertas cosas que les gustan, así que se tiene que definir este concepto para entender cómo los jóvenes adquieren su identidad a través del Vive Latino.

4.1.2.- Estratificación social

A la estratificación social se le entiende como “[...] una completa división de la sociedad en diversos estamentos, una múltiple escala gradual de condiciones sociales [...] Toda la sociedad va dividiéndose, cada vez más, en dos grandes

campos enemigos, en dos grandes clases, que se enfrentan directamente: la burguesía y el proletariado” (Marx, 1971:22-23). Estas divisiones de los estratos sociales generan una separación de los individuos, clasificándolos dentro de un rango económico, de raza, de edad, de género, de grado de estudio, etc., y estas características son una oposición entre las clases enfrentadas (burguesía y proletariado), mientras la primera pertenece al grupo de las élites, la segunda son los estratos más vulnerables de la sociedad.

Entonces los niveles dentro de la sociedad tienen diferencias muy marcadas, como en todo proceso histórico. Vale la pena señalar que en todos los modos de producción ha habido una jerarquía, la cual se desglosa de una pirámide en la que desde tiempos inmemorables se ha cumplido.

El proceso de los cambios en el modo de producción desde la Revolución Industrial ha propiciado que la estratificación social sea cada más evidente, ya que el capitalismo define un nuevo orden en las clases sociales y sus divisiones en tres tipos, el primero es la clase baja, la segunda es la clase media y la tercera es la clase alta, que es donde se encuentran las altas esferas de la sociedad que son destinadas a conformar la élite de la misma.

Todos estos conceptos parten de las teorías de Karl Marx y Max Weber, cuyas particularidades es importante mencionar porque destacan en sus aportaciones a las ciencias sociales con dichos conceptos, que se irán desglosando poco a poco a lo largo de esta tesis.

En la teoría de Karl Marx, citada en un artículo de López Pérez, J., podemos entender que su aportación en el concepto de la estratificación social es sobre la desigualdad, ya que “es histórico-ambiental y emerge de las condiciones sociales generadas según el modo en el que se producen bienes y recursos” (López, 1989:389).

Dentro de la sociedad, para Marx existían dos tipos de clase sociales, la burguesía y el proletariado, cada una de ellas tenía marcada sus labores dentro de un

sistema que estaba delimitado para que unos fueran la mano de obra y los otros fueran los dueños de los medios de producción que explotaban a los pobres.

De esta manera es que se comienza a percibir la desigualdad debido a que las brechas entre pobres y ricos cada vez es eran mayores. Aun en la actualidad estamos viviendo un capitalismo industrializado depredador que cada vez vuelve más marcada la brecha entre clases sociales.

En el caso del Festival Iberoamericano de Cultura Musical se puede dar cuenta de la desigualdad en los precios con los que comenzó el festival y los que se encuentran ahora, entonces es cuando la desigualdad social y el estudio de las clases sociales aparece, ya que no todas las personas pueden adquirir en un primer momento los boletos de dicho festival.

El concepto de estatificación social delimita las fronteras en una sociedad capitalista y el dinero es parte fundamental para definir la clase social, dotando de prestigio a quien lo posee.

La definición de Karl Marx enlaza la desigualdad que se encuentra presente en las clases sociales y el estatus, porque como lo mencionaba líneas arriba, la compra de entretenimiento no está al alcance de todas las personas, ya que tiene diferentes precios, estableciendo una de las situaciones en donde se marca la desigualdad porque pertenecemos a un sistema en donde estamos regidos por las clases sociales y éstas a su vez tienen reglas económicas sobre los costos que pueden pagar los individuos dependiendo al estrato que pertenezcan.

Por otro lado, es pertinente abordar la estratificación social desde el concepto del “gusto” definido por Pierre Bourdieu y es aquel que converge en las prácticas culturales, el capital escolar y el origen social de cada individuo. Esto determina claramente el estrato social al cual se pertenece.

La particularidad del capital escolar es que pertenece a los logros y títulos que ha ganado el individuo con sus méritos, y el origen social parte de la profesión de los

padres, de esta manera es que las prácticas culturales se desenvuelven en un inicio con la familia.

Pero no solamente es el gusto en sí lo que lleva a los individuos a pertenecer a un estrato social diferente, porque el gusto también tiene una división interna entre lo puro y lo bárbaro, el primero pertenece a la élite, lo que no está expuesto a las grandes masas, ya que como lo describe Bourdieu: “la contemplación pura implica una ruptura con la actitud ordinaria respecto al mundo, que representa por ello mismo una ruptura social” (Bourdieu, 1998:29).

La ruptura social se da a partir de la concepción en la que la producción de los bienes culturales no son para ciertos sectores de la población, en términos generales, para toda la masa, por ello es que los demás estratos sociales convergen en lo que se llama el gusto bárbaro o la estética popular, la cual se define como “la continuidad del arte y de la vida, que implica la subordinación de la forma a la función, o, si se quiere, en el rechazo del rechazo que se encuentra en el propio principio de la estética culta, es decir, en la profunda separación entre las disposiciones ordinarias y la disposición propiamente estética” (Bourdieu, 1998:30).

La separación de lo puro y lo bárbaro inicia con la estética de lo popular, ya que en cuestión de gustos la gente prefiere lo que se ha masificado para ser parte de un consumo, por ello es que las clases populares rechazan actividades culturales como el teatro, la danza, la pintura, entre otras, que no son de su agrado, ya que en primer lugar consideran que es un gasto suntuoso y en segundo lugar no les atrae.

Mientras que las élites en un punto histórico se encontraban abiertas a todas las actividades antes mencionadas, en la actualidad de la élite mexicana se ha diluido las prácticas culturales elitistas por otras actividades populares que nada tienen que ver con el estrato social.

De esta manera es que la estética popular está basada en las prácticas culturales que realizan tanto las clases dominantes como las desposeídas, el caso de la

teatralidad dentro del Vive Latino se presenta mediante actuaciones por la Fábrica de Artes y Oficios de Oriente (Faro de Oriente), donde cabe señalar las representaciones artísticas como la danza aérea y las artesanales con algunos talleres. Aunque la carpa donde se llevan a cabo estas expresiones es menor a las otras, también se puede conocer la estratificación social de los jóvenes asistentes y por ende sus prácticas y consumos culturales.

A partir del gusto musical que tienen las personas es el estrato o grupo social al que pertenecen por el conjunto de hábitos, prácticas, nivel escolar tanto del individuo como el de sus padres, es que se determina la clase social a la cual pertenece basándose en el gusto legítimo de los artistas que prefiere sobre otros.

Así es como el gusto legítimo está plenamente asociado al “*habitus*” de la gente, ya que si no están convencidos de su gusto no lo consumen. Por ello es pertinente mencionar que para que exista un “buen gusto” también tiene que haber un “mal gusto”, porque es el reflejo del consumo cultural y las mismas prácticas, por lo que hay una distinción en los estilos de vida como lo menciona Bourdieu:

La aversión por los estilos de vida diferentes es, sin lugar a dudas, una de las barreras más fuertes entre las clases: ahí está la homogamia para testificarlo. Y lo más intolerable para los que se creen poseedores del gusto legítimo es, por encima de todo, la sacrílega reunión de aquellos gustos que el buen gusto ordena separar (Bourdieu, 1998:54).

Entonces se crea una ruptura, en la cual el gusto legítimo cuestiona los estilos de vida basándose en los buenos o malos gustos de las personas, que determina su estatus social. La separación crea una barrera entre el consumo y las prácticas culturales de todas las clases, porque los individuos defienden su “*habitus*” conforme a sus gustos y cuando estos son legítimos en su entorno social es cuando existe la confrontación entre los estratos sociales.

Claro está que no solamente estoy hablando de la élite y las clases populares, ya que también la clase media tiene sus gustos que se intercalan entre la estética pura y la popular, por lo tanto en esta clase social existe una negociación entre los gustos, porque se encuentran sumergidos entre el nuevo conocimiento y sus hábitos cotidianos.

Todo se encuentra, claro, en el capital cultural que poseen los individuos contra el capital económico que tengan. Por esta razón es que la estratificación social se puede definir, como hemos visto, en términos económicos por el nivel socio-económico y de poder adquisitivo que tenga el individuo, pero el capital cultural no se puede definir solamente por la economía, sino por el *habitus*, las prácticas culturales y el nivel de estudios que poseen las personas.

4.2.- Culturas juveniles

Para comenzar a hablar sobre este concepto cabe señalar que es parte del proceso de la vida, la juventud es un periodo en el que se transita por decisiones importantes, se conocen amigos y sobre todo se va desarrollando la identidad que se sostendrá en la vida adulta.

Pero para tener claro ¿qué es la juventud?, me enfocaré en investigadores del tema como Feixa y Piña que han trabajado con el concepto. Este último la define como: “[...] una construcción social y cultural múltiple, heterogénea y por lo tanto compleja. Es una condición entendible sólo si es contextualizada histórica y espacialmente, en donde más que hablar de una edad definida biológicamente, hablamos de la juventud como edad social, entendida ésta como categoría social, construida culturalmente” (Piña, 2004:17).

Entonces debemos comprender que la juventud tiene dos dimensiones, una edad fisiológica y otra que es construida a partir de la sociedad, cabe destacar que esta construcción social es parte importante de la identidad, que se simboliza según el grupo de pertenencia. La historia de la concepción actual de juventud viene de muchos años atrás, precisamente después de la Segunda Guerra Mundial es cuando se comienza a reconocer esta etapa de la vida.

Diferenciar el concepto de juventud del de edad, implica retomar dos definiciones la primera que está basada en una condición social que “asigna una serie de estatus y de roles desiguales a los sujetos” (Feixa, 1996), y la segunda que establece la imagen cultural que tiene como fundamento “un conjunto de valores, estereotipos y significados a los mismos” (Feixa, 1996).

Para definir la transición biológica de la niñez a la adultez, se construyó una categoría social, en la cual se le da un lugar a la juventud como parte de formación identitaria en la que los valores, creencias y costumbres se adoptan y arraigan en los sujetos.

Para Feixa, se inició una revolución dentro de las conductas e identidades cuando la sociedad comenzó a darles reconocimiento a los jóvenes, ya que éstos se encontraban en la búsqueda de grupos de pertenencia. Este proceso implicó la confrontación entre generaciones, creando conflictos interculturales entre adultos y jóvenes. La construcción de rasgos identitarios claramente diferenciados de los adultos dio inicio a movimientos sociales encabezados por los jóvenes.

El autor señala que hay que tomar en cuenta el movimiento estudiantil de 1968, que con exigencias como mejoras al sistema educativo, fue brutalmente reprimido por el Estado y a partir de ese momento se crearon comités de resistencia para enfrentar las políticas públicas que transgredían la autonomía de la juventud.

Por ello hay que destacar que la juventud ha cambiado drásticamente al transformar comportamientos, valores, gustos y música. Lo que llevó necesariamente a la renovación de las instituciones del Estado para mantener los límites de los jóvenes y abrirles espacios controlados para su desarrollo.

Uno ejemplo de esto es el *rock and roll*, porque significó una ruptura de los valores convencionales de los años cincuenta en México. Los jóvenes se apropiaron del estilo musical de *Elvis Presley*, así como de la conducta de rebeldes sin causa que mostraba el cine con actores como *James Dean* o *Marlon Brando*. La transición tomó varios años como está estipulado en la historia del *rock*.

El primer lugar de pertenencia de los jóvenes es la familia, espacio que aporta algún tipo de reconocimiento y dota por primera vez de una identidad, la infantil, de la que el joven buscará diferenciarse; el segundo se encuentra en la escuela donde convive con gente de su generación con la que comparten gustos, valores y experiencias, y juntos definen una identidad colectiva. El concepto de juventud, nos da como referentes los roles que desempeñan, el estatus que poseen y que

interactúan con los valores y estereotipos que van absorbiendo de la cultura a la cual tienen acceso.

Pero, ¿qué es la cultura juvenil y cómo se encuentra ligada con la identidad de los jóvenes? La respuesta se encuentra en la fina línea que las une por las características antes mencionadas y se le agregan las prácticas culturales, valores, gustos y hábitos que determinan el sujeto y su entorno social.

La definición de la cultura juvenil es “la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados sobre todo en el tiempo libre o en espacios intersticiales de la vida institucional” (Feixa, 1998:1). Entonces, se entiende que la cultura juvenil está presente en las diferentes instituciones del Estado como parte de la hegemonía cultural.

La juventud al ser una construcción social convierte a los sujetos en actores sociales presentes en un punto histórico dentro del sistema hegemónico, por lo tanto hay derechos y obligaciones como tal.

De esta manera se desarrolla la identidad juvenil siguiendo ciertos valores, expectativas que se encuentran plasmados en la familia, la escuela, la iglesia y los medios de comunicación, porque todas estas instituciones se encuentran ligadas a la cultura hegemónica del Estado. Partiendo desde la teoría crítica y la escuela de Frankfurt.

La importancia que tienen los medios de comunicación masiva sobre la identidad juvenil es avasalladora, por ello es pertinente mencionar a la industria cultural que se define como: “[...] toda cultura de masas bajo monopolio es idéntica y su esqueleto – el armazón conceptual fabricado por aquél – comienza a dibujarse [...] La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente [...]” (Horkheimer y Adorno, 2006:166). Cabe señalar que el juego que tiene la industria cultural con la identidad juvenil es la producción y reproducción de estilos, valores mercantilizados apropiados por esa industria que hace valer su hegemonía al vender su ideología de lo que es ser

joven a través de revistas, conciertos, música, programas de televisión o radiofónicos.

Un caso especial es Televisa que tiene una alta participación en los medios masivos de comunicación contando con varios canales de televisión y uno dedicado a la niñez y juventud de México, estoy hablando del “Canal Cinco” de televisión abierta. Por otro lado, también posee medios impresos de múltiples revistas dirigidas a los jóvenes, así como teatros, estados y equipos de futbol. Hay que recalcar que tiene una fuerte presencia en *OCESA-CIE*¹⁵ organizadora de conciertos en todo el país y por supuesto el Vive Latino. De esta forma se ejerce la fuerza mediática para establecer la concepción de juventud y todos sus componentes desde la hegemonía en los medios.

Cabe señalar que así como se establece desde la hegemonía una identidad para los jóvenes, también se genera desde la cultura hegemónica una totalidad de identidades dentro de la sociedad, de manera que se disgrega a una población por rasgos como condición económica, género, edad, prácticas y hábitos, gustos y valores para poder encasillarlos en las políticas culturales y públicas que tiene el Estado. En cada una de éstas se encasilla un concepto de juventud.

Dentro de las diferentes poblaciones reconocidas-establecidas por los poderes hegemónicos podemos encontrar a los indígenas, quinceañeras, machinas, chavos banda, chavos fresas, cada uno de ellos tiene rasgos que los identifican dentro de la hegemonía cultural que emplea un Estado para controlar y regir a su juventud.

El primer ejemplo son los indígenas que es la población mayoritariamente desprotegida, pero que tiene sus hábitos, valores y prácticas arraigadas de generaciones anteriores que van reproduciendo a su descendencia sobre cómo realizar sus vestidos, ceremonias, artesanías, música, sin duda es un aporte étnico para la juventud de México, pero que deja claro su invisibilidad para toda una sociedad que ignora sus raíces.

¹⁵ OCESA- CIE es la Operadora de Centros de Espectáculos que se encuentra a cargo de la producción de eventos en México.

La conjunción de lo étnico por parte de los indígenas se encuentra cuando migran a la ciudad y se comienza a dar una hibridación cultural de lo urbano con lo rural. Así es como las prácticas culturales se ven transformadas en un nuevo ambiente donde se adaptan los indígenas, al tomar rasgos ajenos.

Aunque la gente adopte algunas de las costumbres indígenas o usen sus vestimentas, eso no les quita el estigma que el Estado les ha impuesto por ser una parte de la población que se dedica al trabajo desde temprana edad, en el caso de los hombres, y en las mujeres se limita a las prácticas en el hogar.

Una de las prácticas que combinan género con juventud es la fiesta de quince años. El ritual comienza con la presentación ante la religión, luego entonces se lleva a cabo la reunión de los familiares y amigos, en donde el padre debe presentar a su hija a todos los presentes y mencionarles que ella está dejando la etapa infantil para desarrollarse y convertirse en mujer; el baile y la música implican el momento de la quinceañera, que hace su presentación con chaperones (acompañantes masculinos de su edad), antes bailando un vals y ahora, en la mayoría de los casos, sustituyendo este baile por alguno seleccionado por la festejada. Es un ritual de paso que ha ganado fuerza dentro de los medios comerciales, convirtiéndose en tema de *reality show*. No existe un ritual equiparable para el género masculino.

Los quince años son la edad en la que la cultura hegemónica impone la presentación de una mujer en México, y que sin duda alguna forma parte de la identidad de muchas jovencitas que añoran llevar a cabo el ritual de su presentación. Un elemento a destacar es que este proceso ritual fue retomado por la publicidad del Vive Latino, que en su edición 2014 cumplía los quince años.

Una de las identidades del ser joven, vigentes en el momento del origen del Vive Latino, es la de los chavos banda, relacionados con los “panchitos” de Santa Fe, cuyo origen se remonta a 1981. Esta identidad original fue estigmatizada al relacionarla con la delincuencia, la vagancia y la nota amarilla de los periódicos de ese momento, pero realmente pertenecían a la clase trabajadora de la urbe que se

encontraba en expansión. Los chavos banda se reconocían en expresiones musicales marginales, que no tenían cabida en los medios hegemónicos; su música circulaba en toquines, en *hoyos funkys*, lotes baldíos y se reproducía en casetes pirata.

Su oposición, los chavos fresas, dedicaba su tiempo libre a la moda y el consumo de las discotecas de la Zona Rosa, ya que estos jóvenes pertenecen a la clase media, donde los padres tienen casa propia y recursos para el consumo de los productos de la industria cultural hegemónica.

Estas identidades, chavos banda y “fresas”, desembocan en las subculturas juveniles que tuvieron como fundamento principal la subalternidad, la resistencia y la contracultura de un Estado que le falló a la juventud.

4.2.1.- Subculturas juveniles

Las subculturas juveniles son descritas por Carles Feixa en lo siguiente:

En un sentido más restringido, definen la aparición de “microsociedades juveniles”, con grados significativos de autonomía respecto de las “instituciones adultas”, que se dotan de espacios y tiempos específicos, y que se configuran históricamente en los países occidentales tras la Segunda Guerra Mundial, coincidiendo con grandes procesos de cambio social en el terreno económico, educativo, laboral e ideológico. Su expresión más visible son un conjunto de estilos juveniles “espectaculares”, aunque sus efectos se dejan sentir en amplias capas de la juventud (Feixa, 1998:1).

Esta definición resalta que a finales de la Segunda Guerra Mundial fue cuando comenzó a cobrar importancia la juventud en todo el mundo occidental, ya que la fuerza de las tropas del ejército estaba precisamente en los reclutas jóvenes que ingresaban a esta institución del Estado. De esta forma la juventud que no estaba de acuerdo con esas políticas de ingresar al ejército y las nuevas corrientes culturales y filosóficas comenzaron a replantear la identidad de los jóvenes de la posguerra.

Fue justamente con las nuevas corrientes de pensamiento y de acción social que se determinó la subalternidad de la población desprotegida. En el caso de los Estados Unidos se puede encontrar a la minoría de los afroamericanos, la

comunidad latina y hasta asiática que conforma las últimas migraciones a ese país de migrantes.

En el caso de esas poblaciones culturales, la música que se presenta enriquece los ritmos del *Blues* y el *Jazz* que desembocaron en otros géneros musicales antes mencionados en el apartado socio-histórico de esta tesis. Precisamente la fusión de todas estas corrientes llevó a la juventud a transformar su identidad, no solamente de las prácticas y los valores que les habían inculcado desde el patriarcado, sino que era precisamente la rebeldía hacia esa institución la que modificó patrones identitarios en los sectores de las clases medias; y en las clases bajas está implícita la subalternidad puesto que era necesario una resistencia hacia el régimen de un Estado opresor de las minorías que mandaba a sus jóvenes al frente de batalla.

En México no hubo diferencia en la situación de las minorías, ya que el gobierno da un discurso de apoyo a la población desprotegida de jóvenes indígenas y obreros, sin embargo, se les ataca con otras tantas políticas públicas que los marginan tanto como individuos como por sus aportes culturales. Mientras se obedezca a la cultura hegemónica, adoptando lo ideológicamente correcto, “el buen gusto” (impuesto por el Estado Mexicano), nacerán diferentes subculturas, enalteciendo a la contracultura.

Ahora bien, hay que recalcar que las subculturas juveniles no son iguales a las tribus urbanas, de estas últimas Ruiz comenta que:

[...] la etiqueta que los medios de comunicación vienen utilizando, desde los años 80, para referirse -indistintamente- a las diferentes manifestaciones juveniles [...] de forma que el término “tribu” se ha popularizado entre la población, con el consiguiente problema de “meter en el mismo saco” a movimientos y expresiones culturales muy distintas (Ruiz, 2007:43).

Entonces para comprender los términos de subcultura y tribu urbana es necesario mencionar que la primera pertenece a diferentes corrientes culturales dentro de los jóvenes que conforman su identidad colectiva con otros individuos que tienen gustos, valores y creencias afines, así como prácticas y consumos culturales, mientras que el concepto de tribus urbanas generaliza todas las expresiones

identitarias y movimientos juveniles en un término mediatizado que se ha popularizado por la alta difusión de los medios de comunicación.

Por ello cada tribu urbana tiene un contexto diferente ya que no son homogéneas como se creía, cada una de ellas tiene especificaciones con las cuales expresan la construcción de sus estilos para hacerse notar, un lenguaje específico, vestimenta, señas, edades y territorio, que son elementos desde los cuales marcan una resistencia.

Para José Agustín la taxonomía de las tribus urbanas es la siguiente: *pachucos*, rebeldes sin causa, *beatniks*, *hippies*, *cholos* y *punks*, cada uno de ellos representa un modo de vida, creencias, usos y costumbres al igual que gustos por la música. Pero con el pasar del tiempo han nacido otras corrientes, ya sean nuevas o derivadas de otras como los *rastafaris*, *emos*, *regguetoneiros* o hasta los *hipsters*.

Para comprender cada una de estas subculturas es necesario abordarlas una a una y mencionar sus características y así entender que la cultura juvenil es un universo disgregado en diferentes corrientes y preceptos que adoptan los jóvenes en la actualidad.

4.2.1.1 Pachucos

Los pachucos pertenecen a una identidad marginal de jóvenes migrantes mexicanos en Estados Unidos, específicamente de Los Ángeles, California. Esta subcultura nació entre los años cuarenta y cincuenta, donde se les discriminaba por haber migrado y en donde existe el siguiente mito que se conjunta con la realidad de la vestimenta de los pachucos:

Un mito de origen señala que en un principio existió un muchacho muy bravo apodado el Pachuco porque había nacido en Pachuca, aunque desde los dos años de edad sus padres lo llevaron a Los Ángeles. Este chavo pronto y sin demasiados esfuerzos lideró una pandilla de rufianes que hizo mucho ruido por revoltosa y temeraria, pero también por los lucidores trajes con que iba a las fiestas. Dado que muchos negros vivían condiciones relativamente semejantes, no es de extrañar que estos jóvenes adoptaran la forma de vestir de los jazzistas negros más macizos, los locos del be-bop, que se ponían holgados trajes resplandecientes, elegantes, de pantalones de pliegues en la cintura y valencianas estrechas como tubo; sus sacos

eran largos, de amplias solapas cruzadas y grandes hombreras; usaban corbatas anchas como banda presidencial y bogartianos sombreros de fieltro. El zoot suit, como llamaban a estos tacuches, se volvió también, por méritos propios, el Traje del Pachuco, y causó sensación pues era diferente, llamativo y provocativo: fue una de las primeras muestras de la estética de la antiestética que después sería común en todos los movimientos contraculturales (Agustín, 2001:6).

El traje de los pachucos es la manera en la cual las subculturas comienzan a experimentar con sus vestimentas, ya que existió hibridación en los estilos y la conjunción de otras culturas, en este caso los afroamericanos aportaron un punto clave al conjunto de los pachucos que lo adornaron con los trajes de fiesta típicos del estilo mexicano.

Al encontrarse en otro territorio, la forma de comenzar la apropiación del mismo es con la vestimenta, aunque se luche con el estigma de ser delincuentes, vagos que migraron del sur, y por ende sufran una discriminación más fuerte, es así como inician las representaciones sociales de la subalternidad en este grupo de migrantes mexicanos.

Es esta subcultura juvenil que se va consolidando, pero no sólo como identidad de una minoría, sino como la de un país que está comenzando a desarrollarse y a trascender sus propias fronteras, que “El “pachuco” es símbolo de un tiempo y de un país: la identidad mexicana en los inicios de la urbanización, de los procesos migratorios, de la cultura de masas; su resistencia es también la de todo un país a dejarse asimilar [...]” (Feixa, 1998:9).

Es una de las primeras expresiones juveniles de subalternidad, que inicia con la bandera de un país en desarrollo, y por ende sus expresiones contraculturales a la hegemonía e ideología impuesta por un país vecino no se hicieron esperar. Luego entonces en los años ochenta se da el auge de otra corriente subcultural, la denominada de los cholos.

4.2.1.2 Cholos

Esta subcultura juvenil nace en los años sesenta, en los límites fronterizos de México y Estados Unidos, así como en algunas ciudades de este último país. El término cholo es “[...] utilizado en diversas partes de Latinoamérica para designar

a los indígenas parcialmente aculturados [...] (Feixa, 1998:9). Luego entonces se les comenzó a llamar de esa forma porque fueron parte de la siguiente oleada de migrantes indígenas latinoamericanos que llegaron a la frontera y ciudades de Estados Unidos y fueron herederos de ciertas características de los pachucos, pero dejando de lado la vestimenta ostentosa de baile, para centrarse en la ropa holgada, los graffitis, los tatuajes y comenzar a emplear un nuevo lenguaje llamado “spanglish”.

Los cholos vienen de dos movimientos contraculturales, los pachucos y los chicanos, por lo tanto, lo que querían era la reivindicación de los derechos del mexicano-estadounidense, porque también fueron estigmatizados por la sociedad blanca norteamericana, etiquetándolos como delincuentes y vagos.

Pero esta nueva subcultura juvenil tiene sus valores y prácticas culturales que renacen de esa hibridación cultural que se estaba dando en los Estados Unidos. Las principales características fueron:

[...] la reverencia por el pasado mítico: Aztlán, los aztecas y, finalmente, una religiosidad profunda cuyo centro era el culto a la Virgen de Guadalupe. De los chicanos también se heredó el gusto por la expresión a través de pintura mural, que derivó en la práctica de los placazos, graffitis o pintas, como se les conoce en el sur de México. Estos murales representaban su simbología básica y eran marcas cholas en los barrios. Los cholos también usaban el paliacate en la frente, casi cubriendo los ojos, o sombrero, y pantalones muy guangos” (Agustín, 2001; 61).

Estas características no solamente se quedaron en el territorio estadounidense, sino que más tarde viajaron por el territorio nacional a ciudades como Guadalajara, Culiacán, Tijuana, Chihuahua y otras ciudades fronterizas. De esta manera en México es como se comenzó a adoptar esta subcultura que más adelante llegaría al Estado de México, en específico a Ciudad Netzahualcóyotl por medio de la migración de otras partes de la República Mexicana.

4.2.1.3 Hippies

Los *hippies* pertenecen a las clases opulentas de Estados Unidos que se entretenían con los productos de de la industria cultural del *rock* en la década de los sesenta, mientras protestaban por el asfixiante modo de vida y la imposición

hegemónica e ideológica a otras culturas como lo fue durante la Guerra de Vietnam.

Caracterizados por utilizar flores, pantalones de mezclilla, lentes redondos de sol y abogar por la naturaleza y los productos naturales, también utilizaban drogas como la marihuana, el alcohol y los hongos alucinógenos. En el caso de México, los *hippies* nacionales:

[...] se identificaron con los indios, pues consciente o inconscientemente comprendieron que ellos conocían las plantas de poder desde muchos siglos antes, lo que les confería el rango de expertos y de maestros. Además, aunque muchos jipitecas eran de clase media, güeritos y de tez blanca, pronto se incorporaron a la macicez numerosos grupos de chavos prietos y pobretones, que con el pelo largo parecían indios porque prácticamente lo eran: en ellos el mestizaje se había cargado hacia el sector indígena [...] (Agustín, 2001:42).

La inclusión de las etnias fue porque en ese momento estaba en auge el indigenismo, mantener la identidad nacional con las raíces del pueblo, aunque no llegó a ser tan fuerte el lazo debido al fuerte racismo que se vive en el país. Pero no sólo fue la apropiación de algunos símbolos étnicos, sino también el replanteamiento del uso de las drogas naturales que comenzaron a usarse para sentirse “libres”.

A este movimiento se le acuña el símbolo de amor y paz, con el cual podían trascender hacia la libertad y el pacifismo, que no duró mucho ya que la represión del Estado fue contundente y reprimió cualquier tipo de expresión *hippie*, desde el cabello largo, hasta el abuso de autoridad remitiendo a los jóvenes con delitos fabricados en el Palacio Negro de Lecumberri.

Lentamente fue modificándose la subcultura *hippie* en el movimiento de la onda, que también tenía como preceptos el uso de las drogas alucinógenas, pero se mantenía un cierto control para consumirlas.

4.2.1.4 Punks

Esta subcultura nace a finales de los setentas y principios de los ochentas por los jóvenes influenciados por la música de ese mismo género que estaba presente en Inglaterra. En México se encontraron a los “Mierdas *Punks* son una de las bandas

más famosas de Neza. Nacieron en 1981 de la confluencia de varias bandas y a mediados de los ochentas llegaron a tener más de 600 miembros, organizándose en “sectores”, presentes en diversos rumbos de la ciudad” (Feixa, 1998:20).

Estos colectivos fueron formados con el fundamento de la identidad étnica de sus grupos, por lo que se expresa “por oposición a lo indígena y campesino, pero también por oposición a lo “gabacho”, tanto en la preferencia por el *punk* europeo como en la actitud de los braceros que regresan del norte” (Feixa, 1998,20).

De esta manera fundaron una nueva subcultura a partir de una distinción de las antes ya formadas, por lo que adoptaron otras prácticas de su entorno social, entre la violencia y la represión de los estudiantes, conjuntos obreros, entre otros sectores sociales.

Esta subcultura juvenil se desarrolla en un entorno desfavorable, donde la creatividad de los *fanzines* cobra importancia, solamente para unos años después entrar en una decadencia y volver a las raíces de las bandas territoriales que fungían como defensoras de su colonia.

Las anteriores subculturas mantienen una importancia para esta tesis, ya que como mencionaba, la cultura juvenil no es homogénea, presenta sus variantes que serán analizadas dentro de los resultados arrojados por la metodología, ya que las subculturas juveniles son representativas de la subalternidad y representan una resistencia al sistema, que va imponiendo la hegemonía e ideología dominante.

4.3.- Interaccionismo simbólico

Erving Goffman fue un sociólogo, escritor y padre de la micro sociología, por su interés en analizar pequeños grupos de personas, ya que lo que más le interesaba era la influencia y construcción de los significados y los símbolos a través de la interacción humana, es por ello que es uno de los principales exponentes del interaccionismo simbólico y tiene como bases algunos conceptos de sus predecesores de la escuela de Chicago.

Es considerado uno de los más importantes pensadores del siglo XX por sus aportaciones a la sociología, ya que se convirtió en uno de los pioneros en las investigaciones sobre la interacción cara a cara, además propuso algunos de sus conceptos desde la metáfora teatral al llamar a sus sujetos como actores que se desenvuelven en una realidad social.

Pero antes que nada, salta la pregunta ¿qué es un sistema?, “es un todo organizado o complejo; un conjunto de combinaciones de cosas o partes, que forman un todo complejo o unitario” (Bastías, 2012:41), entonces nuestro sistema está definido por las variables, como son el Festival Iberoamericano de Cultura Musical y los jóvenes que asisten a ese evento. Ambos son un sistema complejo en el cual intervienen los procesos de comunicación, la cual es “un proceso social permanente que integra múltiples modos de comportamiento [...] considerándola como un todo integrado regido por un conjunto de códigos y reglas determinados por cada cultura” (B. Jutoran, 2012: 5).

Al unir la comunicación a un sistema tenemos un orden social que está precedido por la interacción de los individuos presentes en esa situación, por ende la interacción es parte fundamental de un sistema para que no desaparezca. Pero ¿qué es la interacción?, es la “acción recíproca entre dos o más agentes [...] al margen de quién o qué inicie el proceso de interacción, el resultado de una interacción es siempre la modificación de los estados de los participantes” (Rizo, 2004: 6).

Con la definición anterior de interacción es que se puede decir que la finalidad de ésta es la de comunicar a través de las palabras o de los gestos y esto hace que haya una modificación de los estados de ánimo de los participantes. Pero, ¿qué sucede si la comunicación es meramente simbólica?, esto lo podemos encontrar con los diferentes objetos de consumo, entonces es cuando la interacción se transforma en un símbolo que debe ser estudiado bajo la corriente del interaccionismo simbólico y se define como:

Los humanos actúan respecto de las cosas sobre la base de las significaciones que éstas tienen para ellos, la significación de estas cosas deriva, o surge de la

interacción social que un individuo tiene con los demás actores, las significaciones se utilizan como un proceso de interpretación por parte de la persona en su relación con las cosas que encuentra y se modifican a través de dicho proceso (Rizo, 2004: 7).

De esta manera los individuos tenemos una carga simbólica dentro de nuestro actuar, ya que a todo lo que nos rodea lo dotamos de un significado, dependiendo de cuál sea éste es nuestra relación con el objeto, lugar, personas o circunstancias.

Por ello el interaccionismo simbólico está presente en el Vive Latino y en otras actividades cotidianas que realiza la gente, porque como sujetos y actuantes mantenemos las relaciones por medio del significado que les damos.

Y eso nos lleva a transformarnos en cierta medida en el *self*, esto es “la capacidad de considerarse a uno mismo como objeto y presupone un procesos social: la comunicación entre los seres humanos” (Rizo, 2004: 7), porque al denominarse un individuo como un objeto le da la capacidad a los otros de dotarlo con diferentes significados que lo lleven a comunicarse con esas personas.

Ese proceso lo podemos conocer como ritual que se define como “el conjunto de actos a través de los cuales el sujeto controla y hace visibles las implicaciones simbólicas de su comportamiento cuando se halla directamente expuesto ante otro individuo (u objeto que sea de particular valor para él).” (Goffman, 2006: 125).

Con ello se puede entender que es un proceso teatral que esta medido por actos en el que el individuo define su comportamiento a través de implicaciones simbólicas con los demás o para algún objeto. Esto implica una relación entre actores que entablan una interacción por medio de la comunicación verbal o no verbal, en la que se está transfiriendo información hacia alguien más que está presente.

Es importante conocer el ritual que se lleva a acabo en cualquier tipo de interacción, porque esta será simbólica y dotará de significados la relación interpersonal que se tenga en el momento.

Todo lo que concierne al ritual está ampliamente ligado a los *Frame* o marcos de experiencia, que “permiten definir las situaciones de interacción y la estructura de la experiencia que tienen los individuos de la vida social” (Goffman, 2006: 119); de esta forma están definidos los marcos dentro de las situaciones u ocasiones.

Por otro lado, la fachada y la máscara están relacionadas una con la otra, ya que la primera es la apariencia personal, lo que estamos proyectando con nuestro cuerpo y la máscara es “una cara social que le ha sido prestada y atribuida por la sociedad, y que será retirada si no se comporta del modo esperado” (Rizo, 2004: 7).

Al utilizar una máscara y una fachada estamos jugando de nueva cuenta en un acto teatral, ya que se tiene una apariencia y una cara que van cambiando de formas distintas, como al estar con la familia, o con los amigos y hasta con la misma pareja, todos tienen una versión de mí y yo de ellos a través de esas máscaras y fachadas que han sido creadas por la sociedad.

Y por ello es que toco el punto del estigma y el poder, que son conceptos contrarios desde la perspectiva en la que el estigma significa “una ideología para explicar su inferioridad y dar cuenta del peligro que representa esa persona, racionalizando a veces una animosidad que se basa en otras diferencias” (Goffman, 2006: 15). Mientras que el poder quiere decir que “nace de la manipulación del material simbólico, el poder de la persuasión, en definitiva, el que usamos en las situaciones diarias” (Goffman, 2006: 144). Por lo tanto, el estigma consiste en la interacción de etiquetar lo que no se conoce y catalogarlo como inferior, mientras que el poder se dirige a dialogar de forma convincente con los otros.

Todos estos conceptos son importantes para la investigación del Vive Latino, debido a que son parte del análisis que se llevará a cabo en capítulos posteriores.

4.4.- Consumo

El consumo está presente en todo el planeta, ya que el ser humano tiene necesidades que cubrir y existe un mercado que vende los artículos para solventar el hambre y la sed, pero no sólo las necesidades primarias de la comunidad, sino que también están presentes otro tipo de requisitos para que la gente pueda estar complacida.

Las necesidades secundarias forman parte de un articulado sistema de consumo que depende de las emociones y la propia percepción del sujeto dentro de una sociedad capitalista que maneja tras bambalinas necesidades falsas generando en la gente un impulso consumista para satisfacerlas.

Pero, ¿por qué la gente compra lo que no necesita? Debería ser sencillo poder contestar a esta pregunta, pero la realidad es que es complejo poder descifrarlo, ya que en un primer momento se pensaría que los individuos compran porque les gusta lo que ven, en un segundo momento porque se sienten identificados, y así podría seguir enumerando las razones de consumo. Entonces una de las razones más importantes es que cuando el sujeto compra algo es porque se forma una cadena de satisfacciones que le permiten llenar un vacío.

La satisfacción dentro del consumo es una razón que nutre el motor para que la gente adquiera los productos que se anuncian, ya que como lo mencioné antes, los objetos son creados para que gusten a cierto tipo de público con características previamente definidas, y por ende, se sientan identificados con el objeto de su deseo.

Lo complejo de esta situación es cuando el sujeto tiene una posición económica que no le permite obtener el objeto, se tiene que llegar a los sacrificios para poder tenerlo y en ese momento desde el terreno psicológico se estaría hablando de una idealización de su persona, que en su mundo imaginario pertenece a otro estrato social y por eso es merecedor de esa mercancía.

Ahora daré un ejemplo en la compra de un celular: una persona de bajos recursos sólo puede adquirir un teléfono barato que únicamente tenga las funciones básicas, pero en el imaginario de esta persona se manifiesta el sujeto que quiere ser y donde la compra del celular le puede dar el estatus que quisiera tener, por lo tanto, termina adquiriendo un celular que vale mucho más de lo que puede pagar porque eso le genera satisfacción y reconocimiento de los demás.

Al hablar del consumo, se tiene que abordar la pirámide de Maslow, porque es una descripción grafica de una pirámide relacionada con las necesidades del ser humano, como se aprecia en la siguiente imagen:

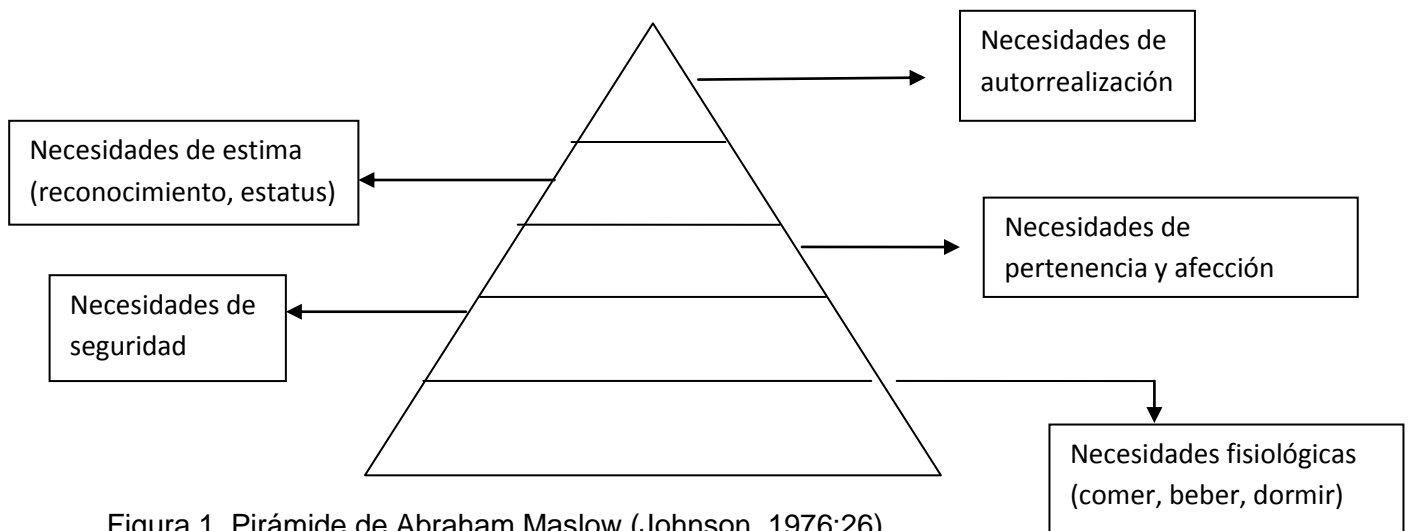


Figura 1. Pirámide de Abraham Maslow (Johnson, 1976:26).

Al tomar en cuenta esta pirámide y el objeto de estudio de esta tesis, se puede entender el apartado del consumo dentro del Vive Latino, ya que el festival ofrece alimentos para satisfacer la primera necesidad de los sujetos asistentes, en segundo nivel se les debe de proporcionar seguridad dentro del evento. Esto en cuanto al festival y al lugar donde se lleva a cabo, y por el lado del público, es que se comienzan a llenar los vínculos de pertenencia, si se tiene un boleto preferencial se cubre la necesidad de estatus y al transcurrir dicho evento hasta el final es cuando los individuos se sienten con la autorrealización de haber participado en el evento con sus asistencia.

Es una industria de consumo, donde se ofrece todo tipo de objetos para el entretenimiento, para el desahogo, para satisfacer al público, pero también son objetos de deseo por parte de los individuos que ahí se encuentran y adquieren emociones o actitudes que se compran y consumen en el propio festival.

Desde esta perspectiva es como lo menciona Néstor García Canclini en el sexto modelo sobre el consumo llamado “El consumo como proceso ritual” que dice: “Ninguna sociedad soporta demasiado tiempo la irrupción errática y diseminada del deseo. Ni tampoco la consiente incertidumbre de los significados” (Canclini, 2006:40). Hay que entender esto como la creación de un ritual de consumo entre la comunidad, para comprar objetos de deseo con significado para el individuo que los adquiere.

4.4.1.- Consumo Cultural

El concepto de consumo cultural enfocado en el Festival Vive Latino significa el proceso por el que pasan los sujetos asistentes a este evento, donde adquieren objetos, los cuales tienen un sentido simbólico de pertenencia a un lugar, la ocasión para formar parte de un colectivo que entona las canciones de los músicos que fue a ver.

Entonces el consumo cultural se entiende “como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (Sunkel, Canclini, 2006:42).

Lo anterior se entiende como un proceso en donde la gente adquiere un objeto no por el valor o por el uso que le vaya a dar, sino por la dimensión simbólica que representa tener, el valor simbólico. Como un joven comprando el disco de su artista favorito que adquiere por el propio valor del objeto y el uso que le dará escuchándolo, pero que realmente le importa porque está apoyando a su músico favorito y porque el contenido musical tiene un valor simbólico para él.

En una sociedad de consumo, éste puede segregar o unir grupos dependiendo de su identidad o clase social, por lo tanto, aunque parezca que la comunidad es homogénea al consumir, esto no es cierto, ya que diferentes grupos adoptan su manera de consumir la cultura. Algunos van al cine, otros van a museos, otros a pláticas de ciertos temas, y algunos otros están pendientes de los conciertos tanto masivos como *underground*. Cada grupo tiene un consumo cultural definido y que tiene que ver con la clase social.

Esto no quiere decir que la gente de escasos recursos no pueda acceder a ciertos eventos, sino que pueden no interesarles porque no les llama la atención y no se identifican, así como la élite puede no interesarse por el entretenimiento popular.

4.4.2 Prácticas culturales

Después de abordar el tema del consumo cultural es pertinente hacerlo con las prácticas culturales y éstas se definen como: “[...] actividades específicas que realizan las personas dentro de un campo cultural determinado (artístico, académico, religioso, deportivas, escolares, científicas, etcétera), que están orientadas a la formación y/o a la recreación [...]” (Contreras, visitado el 26 de mayo 2014).

Entonces, estas actividades recreativas como leer libros, asistir a una muestra de cine, de fotografía o de pintura en alguna galería de arte, interesarse por el teatro, o ir a conciertos, entre muchas otras más, forman parte de las prácticas culturales.

En México cabe señalar que se han llevado a cabo varios estudios dedicados a los hábitos, las prácticas y consumos culturales de los jóvenes y estos estudios han sido aplicados por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) en donde se puede ver gráficamente las respuestas de todos los usuarios que fueron encuestados en el 2010 y que arrojaron datos interesantes sobre las siguientes prácticas culturales:

Actividad	Si	No
Cine	86%	12%
Danza	55%	43%
Música	62%	37%
Teatro	55%	42%
Zonas arqueológicas	70%	26%
Museos	80%	18%
Bibliotecas	61%	37%
Librerías	60%	36%
Artes visuales	25%	72%
Artes plásticas	24%	74%

Cabe señalar que estos datos son solamente a la gente encuestada en el Distrito Federal. Con estos porcentajes se puede ver cuáles son las prácticas más comunes dentro de la capital del país y éstas serían el cine y la visita a museos, ya que al menos una vez han asistido a esos lugares.

En cuanto al uso de medios, sigue teniendo mayor fuerza la televisión con el 91%, mientras que la radio tiene 80% y el uso de internet 40%. Estos datos nos dan un panorama sobre lo que están consumiendo las personas y llevándolo a cabo como un hábito.

Son interesantes estos datos mencionados, pero lo que hay que señalar que han transcurrido cuatro años desde la publicación de dicho documento.

4.4.2.1.- Valor de uso, de cambio y simbólico

Ahora es pertinente hablar sobre el valor de uso y de cambio en una comunidad en la que sus prácticas culturales están basadas en la televisión, la radio y el cine. Porque en esos medios se muestran objetos sin fin con el objetivo de que se consuman.

Hay que definir estos conceptos claves para la tesis, ¿Qué es el valor de uso y el valor de cambio?, líneas arriba se mencionan relacionadas con el consumo cultural, porque forman parte de un intercambio económico, pero para tener una mejor definición me apoyaré en Karl Marx: “El valor de uso sólo toma cuerpo en el uso o consumo de los objetos [...] forman el contenido material de la riqueza, cualquiera que sea la forma social de ésta.” (Marx, 1946:4) Se puede entender el uso que se le da a los objetos para consumirse, en las hojas de papel, en las botellas de plástico, todo en la comunidad tiene un valor de uso que inicia al adquirirlo y termina con su destrucción o que ya ha cumplido la finalidad como objeto.

Y “los diversos valores de cambio de la misma mercancía expresan todos ellos algo igual” (Marx, 1946:4), esto quiere decir que existe una igualdad entre las mercancías que se quieran intercambiar, por lo tanto, si se tienen diez kilos de hojas de papel se tiene que intercambiar con la equivalencia en dinero a pagar.

Por lo que el valor de uso y de cambio se encuentran ligados a las mercancías, ya que también el valor de uso determina el precio que tendrá el valor de cambio a la hora de vender el objeto.

Es así, que se comienza a objetivar la mercancía, esto se puede ver en todas partes de la industria, al consumir productos perfectamente estandarizados que ya cuentan con el valor de uso y de cambio al fijar un precio por la manufactura de dicho objeto. El dinero que se tiene que pagar por dicha mercancía corresponde a una igualdad.

El valor simbólico de la mercancía es el que le dota de significados, como podría ser un disco musical de cualquier artista que se esta adquiriendo porque el valor simbólico que se le imprime es la adquisición por el gusto mismo, porque lo tomo como objeto que viene de una serie de identificaciones con ese músico que tanto admiro.

4.4.3.- Hibridación

La hibridación se encuentra en la fusión de los objetos, valores y creencias que los individuos ejercen y comparten con las demás personas de sus círculos sociales, hasta niveles macro en la globalización y el libre mercado, donde las mercancías imprimen su ideología.

De esta manera el concepto de hibridación se usa “[...] para referirse a procesos tradicionales, o a la sobrevivencia de costumbres y formas de pensamiento premodernos en los comienzos de la modernidad [...] para designar las mezclas interculturales propiamente modernas, entre otras las generadas por las integraciones de los Estados nacionales, los populismos políticos y las industrias culturales” (García, 2005:XIII), De esta manera lo retoma Néstor García Canclini en los estudios culturales como campo de investigación de la producción de significados en la sociedad moderna.

Por ello los Estudios Culturales y la hibridación tienen como objetivo el indagar sobre los procesos y producción de la cultura en la ideología, clase social, género, nacionalidad, etnia e incluso los medios de comunicación.

Así, la hibridación reconstruye y codifica la mezcla de las culturas que se fusionan, uno de los ejemplos que puedo dar es sobre el movimiento chicano y los pachucos en Estados Unidos, la fundación de una nueva subcultura nace con diferentes significados, con nuevos valores y prácticas sociales y culturales retomadas de ambas culturas.

La pregunta que ahora resalta es: ¿qué tiene que ver la cultura con la hibridación? La respuesta es sencilla, ya que el estudio de la cultura híbrida se define como el

“término mayor capacidad de abarcar diversas mezclas interculturales que con el de mestizaje, limitado a las que ocurren entre razas, o sincretismo, fórmula referida casi siempre a funciones religiosas o de movimientos simbólicos tradicionales”. (García, 1997:110).

La modernidad se encuentra implicada en los procesos de la cultura híbrida, porque es parte fundamental del desarrollo de los Estados nacionales o de las propias industrias culturales, el replantearse los lazos estrechos que tienen con su cultura y enfrentarse a un sistema-mundo, gobernado por la globalización y el libre mercado.

Este tipo de circunstancias hacen que las culturas de los países se funden en prácticas y valores que no solamente trascienden sus hábitos de consumo, sino también los hábitos religiosos, familiares, educativos y nacionales, ya que la globalización y el libre mercado lleva a mercantilizar la cultura y ésta se vende a partir de las industrias culturales.

De esta manera, al vender hábitos y valores en los productos, la gente los apropia, pero no porque sean nacionales, sino porque vienen de otro punto del planeta. Así es como comienza una desterritorialización que se entiende como “[...] la pérdida de la relación “natural” de la cultura con los territorios geográficos y sociales [...]”. (García, 2005:288), pero de la misma manera que se pierde el territorio por la colonización de nuevos productos de la industria, se produce la reterritorialización que se refiere a “[...] ciertas relocalizaciones territoriales, relativas, parciales de las viejas y nuevas producciones simbólicas [...]” (García, 2005:288).

Entonces, estos dos conceptos dentro de las culturas híbridas hablan sobre los procesos de colonización en la modernidad, en la cual el mercado es el que se encarga de esos procesos, ya que impone las reglas para que los productos sean vendidos en diferentes partes del mundo, y con la tendencia de mantener la globalización y el libre mercado estamos sufriendo constantes colonizaciones ahora por parte de las industrias.

Éstas son las que intervienen en los Estados Nación impulsando reformas para que se pueda trascender, no sólo en la obtención de materias primas, sino también en la mano de obra barata que acepte los nuevos valores y prácticas de la hegemonía e ideología capitalista en las culturas con las que se fusionan.

Un ejemplo es México con Estados Unidos en la industria de los alimentos, antes del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) la alimentación mexicana era balanceada, pero con la entrada de transnacionales se fue modificando el hábito del buen comer debido a la comida rápida. El mexicano adoptó una nueva forma de comer, en la que poco a poco se han ido introduciendo los productos refinados.

Otro ejemplo sobre el neoliberalismo, ahora relacionado con la música, es la importación de grupos, disqueras y hasta operadoras de boletaje, con la finalidad de la apertura comercial. Esa es una forma de entender la hibridación cultural,

En cuanto al Festival Iberoamericano de Cultura Musical, es notable la inserción de bandas extranjeras que han participado en los festivales musicales porque en otros lugares ya se habían realizado sus presentaciones, por ello este evento se ha convertido en un híbrido de la música iberoamericana y anglosajona a través de los años.

5.- Estrategia metodológica

Para la realización de esta investigación es importante decir que la metodología fue mixta, ya que por las características de la indagación se emplearon instrumentos de las metodologías que más adelante se abordarán con precisión.

Antes que nada es importante mencionar la definición de cada una de éstas:

Por métodos cuantitativos los investigadores se refieren a las técnicas experimentales aleatorias, cuasi-experimentales, tesis 'objetivos' de lápiz y papel, análisis estadísticos multivariados, estudios de muestra etc." (Cook Thomas D. y Reichard, T.D. 2000:25).

Esta metodología se encarga más de datos duros, basándose en estadísticas para la obtención de resultados, algunas de las técnicas que se utilizan en la metodología cuantitativa son: las encuestas y los cuestionarios, entre otras, siempre con preguntas delimitadas.

Caso contrario pasa con la metodología cualitativa, ésta no necesita de cuantificar datos ya que centra la investigación en un primer momento en la observación para así poder dejar claro el lugar a estudiar, al igual se centra en individuos particulares, haciendo con esto una indagación más enriquecedora y personal, porque se trata con el individuo de manera más cercana, esto nos permite estudiar un caso de forma más particular.

De acuerdo con Taylor y Bodgan, la metodología cualitativa "[...] se refiere en su más amplio sentido a la investigación que producen datos descriptivos: Las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable". (Taylor y Bodgan, 1990:19, 20). Esto requiere decir que el investigador que elige la recolección de datos por el método cualitativo tiene que involucrarse de una manera más directa tanto con los factores a estudiar, como con los individuos involucrados para dicha investigación.

Algunas de las técnicas que se utilizan en esta metodología son: la etnografía, la observación participante, historia de vida, entrevista a profundidad o semidirigida, etc.

Las definiciones de los métodos antes mencionados se hace precisamente para mencionar que la indagación requiere de una metodología mixta, porque desde la metodología cuantitativa fue pertinente la elaboración de cuestionarios para conocer particularidades de los grupos que tocaron en el festival.

Es pertinente el uso del cuestionario para conocer el universo que envolvió al Festival Vive Latino 2014, conociendo a detalle los escenarios, las agrupaciones y artistas que se presentaron en dicho evento, así como los géneros musicales que se escucharon en el festival, con la finalidad de cuantificarlos y responder ¿cuál es la identidad del Vive Latino?, entre muchas otras preguntas que se detallan más adelante.

Además, el cuestionario como instrumento se aplicó para delimitar ese amplio Festival Iberoamericano de Cultura Musical en las agrupaciones de *rock* que se presentaron durante tres días consecutivos de marzo 2014, y luego entonces aplicar los instrumentos de la metodología cualitativa, porque fue importante observar la identidad, interacción y consumo del público asistente a un concierto de varios días de duración.

Los instrumentos elegidos de este método son: la observación participante con registro, la etnografía interpretativa y la entrevista semidirigida, cada una de ellas se implementó para conocer y observar la juventud que asiste al Vive Latino y más que proporcionarnos un resultado estadístico como lo haría la metodología cuantitativa, nos permitió relacionarnos más a fondo con dichos sujetos de estudio.

Por ello es que la observación participante con registro es importante porque es un diario de campo en el cual se anotaron todas las características observables del festival y sus asistentes, que en el análisis de resultados es una fuente de apoyo para destacar elementos de identidad, consumo, estratificación social, juventud e interacción.

Lo anterior se utilizó también para elaborar cuadros etnográficos interpretativos, que como su nombre lo dice, apoya a manera de interpretación sobre los jóvenes y su interacción dentro de un sistema complejo como es el Vive Latino.

Y por último, la entrevista semidirigida es un instrumento que se eligió para conocer las prácticas y consumos culturales, que apoyados con la observación participante con registro, enriquece el análisis de esta indagación, porque la gente responde a los tópicos que más adelante se detallan y así se logró ligar el consumo cultural de los jóvenes asistentes en el Vive Latino.

5.1.-Selección de técnicas utilizadas

La primera técnica que se emplea es el cuestionario, ya que dentro de las ciencias sociales tiene como fundamento “utilizarlo como instrumento de investigación y como instrumento de evaluación de personas, procesos y programas de formación” (García Muñoz, 2003:3). Por lo tanto, es imperativo el uso de esta técnica para recabar los datos duros de los grupos asistentes al festival, así como sus características demográficas y musicales.

Ahora bien, la segunda técnica que se empleó es la etnografía que en el texto de Covarrubias, Karla es definida como “un conjunto de estrategias, uso de métodos, técnicas e instrumentos de registro en función de un objetivo o una pregunta teóricamente pertinente” (Covarrubias, 2013: 170), ya que en ellas está englobada la entrevista y la observación pero abordadas de diferente manera.

El uso de esta técnica de investigación aporta desde el rango de aplicación un amplio panorama sobre la recolección de datos cualitativamente hablando, ya que es fundamental emplear la observación participante y llevar un diario de registro para poder hacer las anotaciones pertinentes y desarrollarlas en lo que se llama descripción densa, que en el texto de Geertz y en palabras de Gilbert Ryle, es “le penseur” o mejor dicho “pensando y reflexionando” (Geertz, 2005: 20).

Entonces, al emplear una descripción densa sobre el evento del Vive Latino, se están recolectando los datos para tener una mejor concepción de esa realidad de la sociedad y la cultura, por lo tanto, es que la etnografía es una herramienta pertinente para analizar los datos recolectados.

Específicamente estaríamos hablando de la etnografía interpretativa que según Covarrubias, Karla “[...] observa a los otros como sujetos culturales en potencia (en sus contextos de vida con sus saberes, con sus roles y sus destrezas), regresa su mirada a ellos para recomponer o reorganizar las propiedades que los hacen diferentes y similares entre si, dentro del mismo universo de observación”. (Covarrubias, 2013: 181).

Por lo anterior, es importante observar a los sujetos dentro del festival para determinar su consumo cultural tanto de las necesidades primarias, así como la interacción simbólica que hay entre el artista y el público que lo está consumiendo y cosificando al mismo tiempo.

La última técnica a utilizar será la entrevista semidirigida que “[...] se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (es decir, no todas las preguntas están predominadas) [...]” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006: 597).

La entrevista semidirigida es un buen método para mantener la cercanía con el público asistente al evento y que enriquecería la investigación arrojando datos sobre el consumo e interaccionismo que tienen en el festival. Estos informantes clave fueron seleccionados al azar dentro de dos escenarios y la zona de marcas dentro del Foro Sol.

5.2.- Diseño de instrumentos

Cuestionario

¿Cuál es la identidad del Vive Latino 2014?

¿Qué géneros musicales y de qué países provienen?

¿Qué países se presentaron por día y escenario?

¿Qué géneros se presentaron por día y escenario?

¿Cuántos géneros hubo por escenario en total?

¿Cuántos y cuál es la nacionalidad de los grupos de *rock* que se presentaron en los escenarios “Intolerante”, “Rockampeonato”, “Unión Indio” e “Indio” por día?

¿Cuáles son los horarios de las bandas de *rock* que tocaron los días viernes, sábado y domingo?

Etnografía interpretativa

Ficha de apoyo para la observación y registro de actividades

Datos del escenario de observación	Descripción	Interpretación	Lista taxonómica de la situación
Lugar:			
Tiempo:			
Observación:			
Acontecimiento:			
Acciones:			
Actores:			

Guía de entrevista semidirigida

Nombre o pseudónimo:

Correo electrónico:

Tópicos de la entrevista

1. Consumo

- a. Boleto del Vive Latino
 - b. Asistencia al Vive Latino
 - c. Artistas que prefieren
 - d. Compra de artículos del festival
 - e. Publicidad del evento
 - f. Canciones
2. Identidad
- a. Gustos musicales
 - b. Conocimiento del artista
 - c. Grupo de pertenencia

5.3.- Cuadro descriptivo de los instrumentos de investigación

Cuestionario

Objetivo	Actividad	Tiempo	Evaluación
Mencionar la identidad de los grupos del género <i>rock</i> que se presentan en los escenarios “Indio” y “Unión Indio” los días 28,29 y 30 de marzo 2014.	Investigación sobre los artistas que se presentaron en el Festival Vive Latino y acotándolas en las siguientes categorías: <ol style="list-style-type: none"> 1. Nacionalidad 2. Género musical 3. Escenario 4. Tiempo de espectáculo 5. Días de las presentaciones 	La realización de esta actividad fue del 18 al 25 de marzo de 2014.	Se realizó un cuestionario sobre los músicos que se presentaron en el Festival Vive Latino para cuantificar la identidad del festival y la de los intérpretes, por este motivo se llevaron a cabo tablas y cruce de datos para averiguar y determinar los géneros, nacionalidades de

cada día y de cada escenario, así como la totalidad de los grupos.

Además esto se realizó con el afán de saber cuáles grupos del género *rock* se observarían los días del evento.

Etnografía interpretativa

Objetivo	Actividad	Tiempo	Evaluación
Describir el interaccionismo simbólico que hay entre el público asistente y el artista en el espectáculo que se presentó en los escenarios “Indio” y “Unión Indio” los días 28,29 y 30 de marzo 2014.	Instrumento de observación basado en la interacción de los presentes en los escenarios “Indio” y “Unión Indio” como son su fachada, la máscara, las canciones, la ocasión social, y el estigma.	Durante los días 28 al 30 de marzo de 2014 en Foro Sol, por aproximadamente 10 horas continuas en los escenarios mencionados previamente.	Se lleva a cabo mediante una descripción densa de los acontecimientos registrados en videos y escritos durante el festival. Creación de una tabla de acontecimientos en las que se describe e interpreta las acciones de los actores y lugares.

Entrevista semidirigida

Objetivo	Actividad	Tiempo	Evaluación
Examinar el consumo de necesidades primarias y necesidades secundarias de los jóvenes asistentes al Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino 2014 en los escenarios "Indio", "Unión Indio" y "Zona de marcas".	Creación de tópicos para la entrevista que van del consumo y la identidad de los jóvenes asistentes.	Las entrevistas tienen una duración de 5 a 15 minutos aproximadamente.	Se llevaron a cabo dentro de las instalaciones del Foro Sol en los escenarios "Indio" y "Unión Indio", así como en la "zona de marcas" del festival.

6.- Análisis de los resultados

El apartado se divide en tres, porque retoma las principales categorías de análisis que son: la identidad, la interacción y el consumo como base. Cada uno de estos conceptos ha sido revisado a profundidad con otras categorías en subapartados que fueron deconstruyendo el Festival Vive Latino 2014 a partir de la metodología antes mencionada y empleada para poder comprender este fenómeno social y responder a las preguntas de esta investigación.

Ahora bien, en los subapartados destacan categorías como la identidad musical, individual y colectiva tanto del festival, los músicos y el público asistente con datos duros para fundamentar aspectos como nacionalidad, género musical, escenarios, entre otras características.

En el apartado de interacción se destacó la relación entre los músicos y su público, con las categorías que se señalan en los cuadros de etnografía interpretativa, anexos en esta tesis.

Para finalizar, en el apartado de consumo se encuentran tablas de precios y entrevistas con las cuales se fundamenta la estratificación social, el valor de uso y el valor de cambio de los objetos adquiridos. Mientras que el análisis de consumo cultural se centra en el valor simbólico que el público tiene con el festival y los artistas que ahí se presentaron.

6.1.- Identidad del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino

El Festival Vive Latino tiene una identidad presente en los productos que vende, porque es un bien de consumo, desde su creación se ha visto como una mercancía que venderle a los jóvenes bajo las premisas de contracultura y resistencia a un sistema que ha olvidado a la juventud, pero este festival los retoma como público meta para consumir los productos que ahí se venden.

En palabras de la Teoría Crítica, estamos hablando de un producto con una identidad y ésta se entiende por:

[...] aquello que se representa como lo que permanece parecido a sí mismo en el transcurso del tiempo, es el conjunto de repertorios culturales, como las representaciones, los valores y símbolos compartidos, mediante los cuales los actores sociales, grupos, colectividades, definen sus contornos y se identifican a sí mismos al tiempo que se distinguen de otros grupos, de otros actores en situaciones determinadas. Ello, en un momento y espacio histórico y socialmente estructurado (Mendoza, 2009:1).

Entonces si la identidad está representada por los valores y los repertorios culturales, éstos no son únicos en las personas, ya que también los tienen los productos que consumimos, por manejar una visión y una misión para con la audiencia, misma que los hace parte de ellos, interiorizando los símbolos que comparte y configuran el significado del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino.

Este festival es un ente vivo en toda su expresión, ya que ha nacido de los valores, la cultura de su creador, Jordi Puig Soberón. Él fue el encargado de imprimirle el sello distintivo, como ya lo había mencionado, el de la contracultura y la resistencia para transmitir ese conjunto de ideas a los grupos de jóvenes que también comparten esos mismos pensamientos sobre la cultura rockera en México.

El aprovechar la falta de espacios públicos o privados por parte del creador del Vive Latino, fue una estocada para los lugares en donde se llevaban a cabo toquines para la juventud, que eran los llamados *hoyos funkys* o las peñas. Entonces, al generar un evento de tal magnitud en donde los jóvenes se sienten identificados con sus artistas, se comienza a asistir y a rectificar en el vínculo que hay entre espectador- artista desde el escenario.

Ahora, al hablar de ideología es pertinente mencionar que este concepto “pasa a ser el sistema de ideas, de representaciones, que domina el espíritu de un hombre a o un grupo social” (Althusser, 1969), y de esta manera la juventud desfogue sus frustraciones y enojos con un sistema que los desdeña, los caza por ser jóvenes, además de ignorarlos al grado que la iniciativa privada, en este caso el consorcio

OCESA–CIE, llega al país de la mano de Televisa para proveer de entretenimiento a la masa juvenil.

Por esta razón, la identidad del festival se encuentra presente en el círculo del consumo, de la enajenación por parte de los asistentes, que participan en esta espiral del capitalismo, donde la ideología es precisamente contar con sujetos alienables que consuman objetos que los transporten a una realidad social paralela, no porque no sean conscientes de su realidad, sino por querer escapar de ella.

Entonces, la problemática de este festival inicia desde la cultura, porque “está presente en el mundo del trabajo, en el tiempo libre, en la vida familiar, en la cúspide y en la base de la jerarquía social y en las innumerables relaciones interpersonales que constituyen el terreno propio de toda colectividad” (Giménez 2005: 75), por lo tanto, con el pasar de los años el festival se ha ido ganado a sus adeptos por el hecho de encontrarse presente en el tiempo libre que tiene la juventud.

Esto va mas allá de la cultura, porque el Festival Vive Latino se ha interiorizado tanto en la sociedad mexicana que se ha hecho acreedor de diferentes prácticas dentro y fuera del festival que lo dotan de una identidad única, comenzando por su trayectoria, misma que ya es de quince años y contando. Para ser un festival musical de *rock*, es un logro que se haya consolidado, pero a través de esos años ha tenido que ir modificándose por el hecho de que si no cambia corre el riesgo de perecer.

El festival llama la atención desde el diseño de los símbolos que utiliza para que la juventud se identifique con él y así poder atraerlos, como lo vi en lo siguiente:

Ahora bien, al estar frente a la entrada del Foro Sol por las gradas, la gente se comenzaba a tomar fotografías con la leyenda detrás de ellos “Vive Latino 2014” en letras grandes y con la tipografía que se utilizó para este año, se tomaban su tiempo y se tomaban fotografías en parejas, con amigos y algunas solos. Aún no era demasiada gente por lo que se podía apreciar que estaba algo solo el evento¹⁶.

¹⁶ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

Entonces el público cautivado por presenciar “El Vive”, desde que arriva a las instalaciones de la Ciudad Deportiva comienza a identificarse con las letras, guardando el momento para posteriormente compartirlo en las redes sociales o simplemente mantener el registro de su existencia en ese instante. Porque al consumir la cultura se están apropiando de los elementos y símbolos que la componen para sumarlos a sus características identitarias de juventud.

Presenciar este tipo de actividades da cuenta de que el festival va renovando su identidad, dotándose de significados para seguir en la vigencia del círculo identitario de alguna parte de los jóvenes. Un ejemplo de esto es presenciar:

[...] la Carpa Revívelo en donde se estaban exponiendo de nueva cuenta la trayectoria del festival así como los acontecimientos más importantes de esos años a nivel internacional y nacional.[...] algunos prestaban atención de esta proyección que tenía una duración de aproximadamente siete minutos a 10 minutos y volver a comenzar¹⁷.

Para que la gente no sólo conozca la trayectoria del festival, sino que también tomen en cuenta las diferentes transformaciones del mismo, fue importante que en esas proyecciones que se reproducían en bucle, se tomaran en cuenta los procesos importantes del mundo como nacionales, esto para poner en contexto la realidad social que se vivía en ese momento. Por lo anterior, podemos decir que efectivamente el Festival Vive Latino ha estado presente en momentos importantes que han marcado la historia y eso le imprime algo a su identidad.

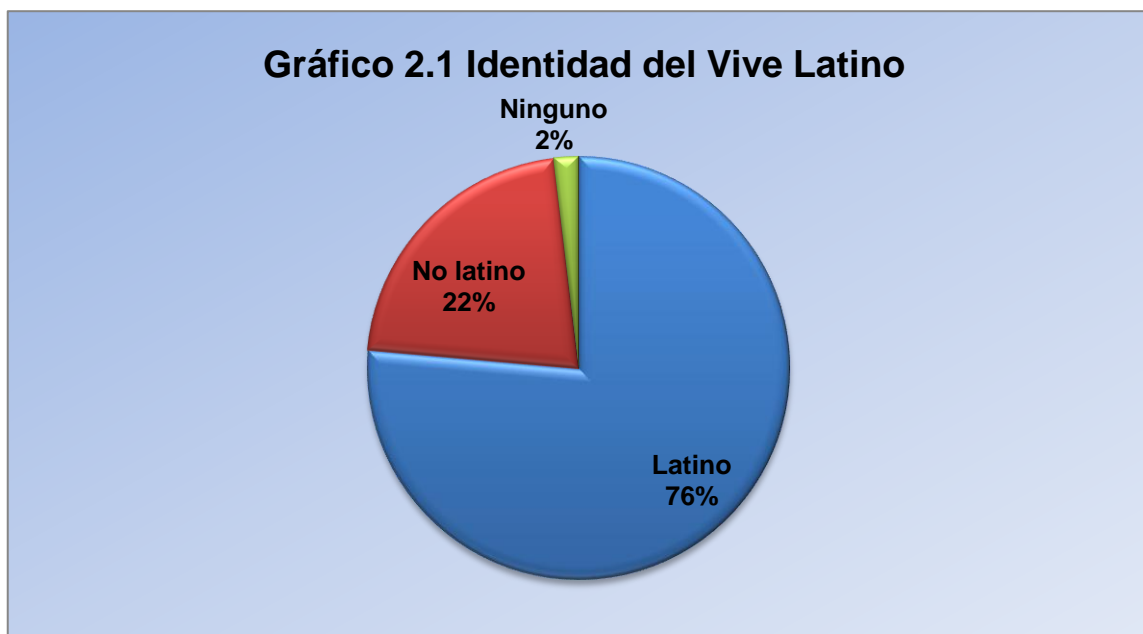
También está presente la identidad en el festival por medio de los carteles, que han sido diferentes año con año, y ahora estuvieron colocados en una exhibición, por ello “vi como la gente estaba entretenida viendo los carteles de música [...]”¹⁸.

De esta manera es que “El Vive” tiene una identidad que se ha ido transformando durante quince pasos, así se ha ganado un lugar en las personas que van a él, así como el reconocimiento en otras partes de Latinoamérica por ser un festival importante para el *rock*.

¹⁷ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

¹⁸ Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014, observación citada.

Parte de la crítica a este festival ha sido el incluir agrupaciones que son ajenas al movimiento latino o iberoamericano, que ha contribuido a que el espectador asista al evento para ver a esas bandas importantes, sin desdeñar a las otras, pero es un punto clave para algunos asistentes, como lo menciona *Rockabilly*, una de las entrevistadas dentro del festival: “Es que antes era, bueno, que antes eran los grupos latinos, la *Maldita Vecindad*, cositas así, y que ahorita ya vienen que los *Arcade Fire* y eso no va por el festival”.¹⁹ La manera en que el festival está cambiando su esencia se ha notado desde varios años atrás cuando trajeron al primer grupo anglosajón y de ahí para adelante se han multiplicado los grupos de habla inglesa u otros idiomas que no son el español, es por eso que en la siguiente figura 2.1 podemos ver que el porcentaje de grupos latinos es de 76% contra un 22% de grupos no latinos y un 2% que no se pudo identificar de qué país son.



Cabe señalar que los datos aquí proporcionados fueron tomados del cuestionario que realicé para conocer la identidad de los grupos de *rock* que se presentaron en el Festival Vive Latino 2014. Además, se puede consultar la información en las tablas que se encuentran en los anexos de esta tesis.

¹⁹ Entrevista *Rockabilly*, 28 de Marzo 2014, entrevista citada

También podemos encontrar que la mayoría de los grupos son de México, seguidos por Argentina, Chile, España y Colombia. Por el lado anglosajón, a la cabeza está Estados Unidos y Reino Unido. Pero aun conociendo estos datos, hay jóvenes que ven estos cambios como favorables, ya que comienzan las comparaciones como lo hace Mariana Cruz en lo siguiente:

Pues de que [sic] metieron a extranjeros, pues está bien porque es como los eventos internacionales de *Lollapaluza* y esos que... el *Glastonbury* que meten a todo el mundo, artistas de todo el mundo y eso está muy bien, porque aquí casi no lo hacen²⁰.

Al comenzar a comparar los festivales de otras partes del mundo es cuando uno se puede percatar de la transición de este festival y se está construyendo uno nuevo para ofrecer a la gente nuevas identidades musicales, ya que en este año se incluyeron músicos anglosajones como *Placebo*, *Nine Inch Nails* o *AFI*, pero también se están introduciendo los géneros latinoamericanos como la cumbia.

De hecho eso lo comenta Morfeo en lo siguiente:

El motivo del Vive Latino está cambiando. Al principio era traer bandas que fueran latinas precisamente, pero últimamente se han ido como transformando y ahora ya es un festival para todo público y para todos los gustos y creo que eso también es bueno hasta cierto punto, pero la gente que siguió este festival desde el principio ha de sentir extraño, pero yo creo que es bueno para el festival, como tal para que siga, para que hayan nuevos este.... También para dar pie a nuevos festivales, traer más bandas y ahora es más fácil traer más bandas y ahora te traen a quien quieres; entonces eso es bueno siempre. Es bueno traer nuevas propuestas y nuevas bandas al país que no habían visitado y eso hace crecer como la cultura aquí en México²¹.

La diversidad de bandas dota al festival de riqueza e identidad culturales, porque se le agregan nuevas corrientes musicales, pero a la vez se convierte en un arma de doble filo al perder la identificación con algunos otros géneros musicales que han estado presentes con mayor tiempo.

Es de tal magnitud este cambio, que las generaciones posteriores a la creación del Vive Latino entienden que ha cambiado hasta en el nombre, porque ya no es un festival meramente iberoamericano al contar con la presencia de músicos de otras

²⁰ Entrevista Mariana Cruz, 28 de Marzo 2014, entrevista citada.

²¹ Entrevista Morfeo, Aarón, Alejandro y Mateo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

regiones, comenzando a perder parte de esa identidad en el nombre, así lo dejó claro Mateo Proaño con su comentario “Pues porque el mismo nombre lo dice, es Vive Latino, entonces como que se hizo raro que los estelares fueran bandas extranjeras y no fueran latinos, por eso lo digo”²².

La extrañeza es parte fundamental de estos momentos de transición, porque en otras ocasiones habían sido bandas latinoamericanas como *Los Auténticos Decadentes*, *Los Fabulosos Cadillacs* o que pertenecieron al *boom* de los ochentas como *Caifanes*, y ahora con el ejemplo claro en este 2014, los encargados fueron *AFI*, *Nine Inch Nails*, *Placebo*, *Arcade Fire*, entre otros, lo cual está dando paso a la mezcla de culturas gracias este festival.

Lo anterior demuestra que la construcción de un Vive Latino es compleja, ya que se tiene que ir renovando con los años debido a que se tienen tres niveles en cuanto a la selección de las bandas que se presentarán y que se encuentran en una pirámide invertida porque se definen por el nivel de audiencia que tienen, así que los artistas que son menos conocidos se les da entre 30 a 40 min en el escenario, después están los grupos que por sí solos no llenarían un estadio, pero que aun así, si son conocidos se les da 50 minutos y en el último nivel se encuentran los artistas principales (*headliners*) que por lo regular todos quieren ver.

La manera de conformar la identidad del festival es comenzar con músicos emergentes y terminar con los que poseen un mayor renombre y prestigio nacional o internacional. Esto se encuentra basado en el consumo y popularidad de las bandas con el público.

También dependiendo de los patrocinadores que cambian cada año es que se modifican algunos aspectos como los puntos de reunión o puestos de comida. Cabe mencionar esto por la razón de que cada año los escenarios tienen diferentes nombres, como en este 2014 en el que los escenarios hacen referencia a alguna marca importante, como el escenario principal “Indio” y el escenario

²² Entrevista Morfeo, Aarón, Alejandro y Mateo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

“Unión Indio” son patrocinados por la cerveza del mismo nombre. La “Carpa Rockcampeonato” está patrocinada por Telcel y el “Gozadero Dancing Club Doritos” está patrocinado por las frituras que comercializa Sabritas.

Pero no son las únicas cosas que han cambiado, ya que desde el inicio del Vive Latino ha ido implementando normas de protección civil, para que los asistentes tengan una mejor seguridad, ya que en las primeras ediciones esto dejó mucho que desear.

Con respecto a esto, C. Mendoza dice: “creo que la organización, la logística y todo eso ha sido mucho mejor año con año. Te encuentras cosas muy nuevas, o sea este año a mi me tocó ver muchos niños, cosa que años pasados no había visto, me tocó ver gente con sus niños en carriolas”²³. Dado lo anterior, es pertinente hablar sobre la juventud que inició con el Vive Latino y que ahora se han convertido en padres. y es por ello que el festival ha trascendido la barrera generacional, porque la transformación lo ha llevado a tener una identidad donde su público se diversificó de tal manera que ahora es para toda la gente que pueda costearlo.

Ahora abordaré las necesidades falsas y verdaderas, las primeras tienen que ver con la creación cognitiva, social y hasta fantasiosa de querer algún objeto que no se requiere, que es producto de una necesidad inducida. Mientras que la segunda trata sobre la satisfacción de los impulsos inmediatos, como los son comer, dormir, entre otras que están programadas por el cerebro para el óptimo funcionamiento del cuerpo humano.

¿Por qué abordar este tema? Por la razón de que en el Festival Vive Latino están presentes ambos tipos de necesidades. Por la parte de las necesidades falsas, tenemos desde el inicio el querer adquirir el boleto para asistir, lo cual es una necesidad inducida que no se reconoce como tal porque se confunde con las ganas de asistir y de pertenecer.

²³ Entrevista C, Mendoza y Alejandro, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Mientras que por la parte de las necesidades verdaderas, tenemos que éstas han cambiado con el paso de los años y esto también ha modificado los diferentes negocios de comida y bebida, como lo menciona C. Mendoza en lo siguiente:

[...] antes nada más los primeros que venimos era así de hamburguesa [sic], era lo único de comer, pizza y maruchan, y ahorita ya te encuentras de todo. O sea, ya hay tacos del Villamelón o tacos de canasta. Ayer vimos hasta la barbería, la librería de *Gandhi* también está; entonces eso si es como nuevo, se ha ido mejorando²⁴.

Pero además el entrevistado menciona que se encuentran otras formas de necesidades como la barbería, donde se dedicaban a cortar el pelo de diferentes estilos y la librería *Gandhi* para satisfacer la necesidad de leer sobre múltiples títulos que pueden ofrecer.

Por este y otros motivos, la identidad de este festival está ligada con la industria cultural, ésta se caracteriza por ofrecer a los sujetos necesidades (falsas o verdaderas), que pueden cubrir en el tiempo libre que les queda, ya que en la sociedad capitalista se ha creado ese concepto de libertad en el tiempo para poder ganar fuerzas y regresar a la rutina diaria del sistema. Esto lo menciona C. Mendoza en las siguientes líneas: “y años anteriores fue viernes, generalmente cuando venimos nosotros es sábado y domingo porque es cuando podemos irnos, salir del trabajo y ya venimos para acá”²⁵.

De esta manera se comprueba que la industria cultural está presente en el sistema capitalista y este festival es sólo una parte de ese todo, con una identidad que lo dota de valores, una visión y una misión con el público a quien le debe su rotundo éxito de quince años.

6.1.1 Identidad Musical

La identidad musical del Festival Vive Latino está basada en el género *rock* y sus subgéneros, además de incluir nuevos ritmos musicales que le han dado vida, por el hecho de irse renovando y adquiriendo esas corrientes musicales alternas.

²⁴ Entrevista C, Mendoza y Alejandro, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

²⁵ Entrevista C, Mendoza y Alejandro, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Una pregunta importante es: ¿cuál es la identidad musical del Vive Latino? La respuesta con datos duros se llevó a cabo mediante la cuantificación de 161 grupos que se presentaron en el festival catalogándolos por su género musical. Esta información se muestra en la figura 2.2.

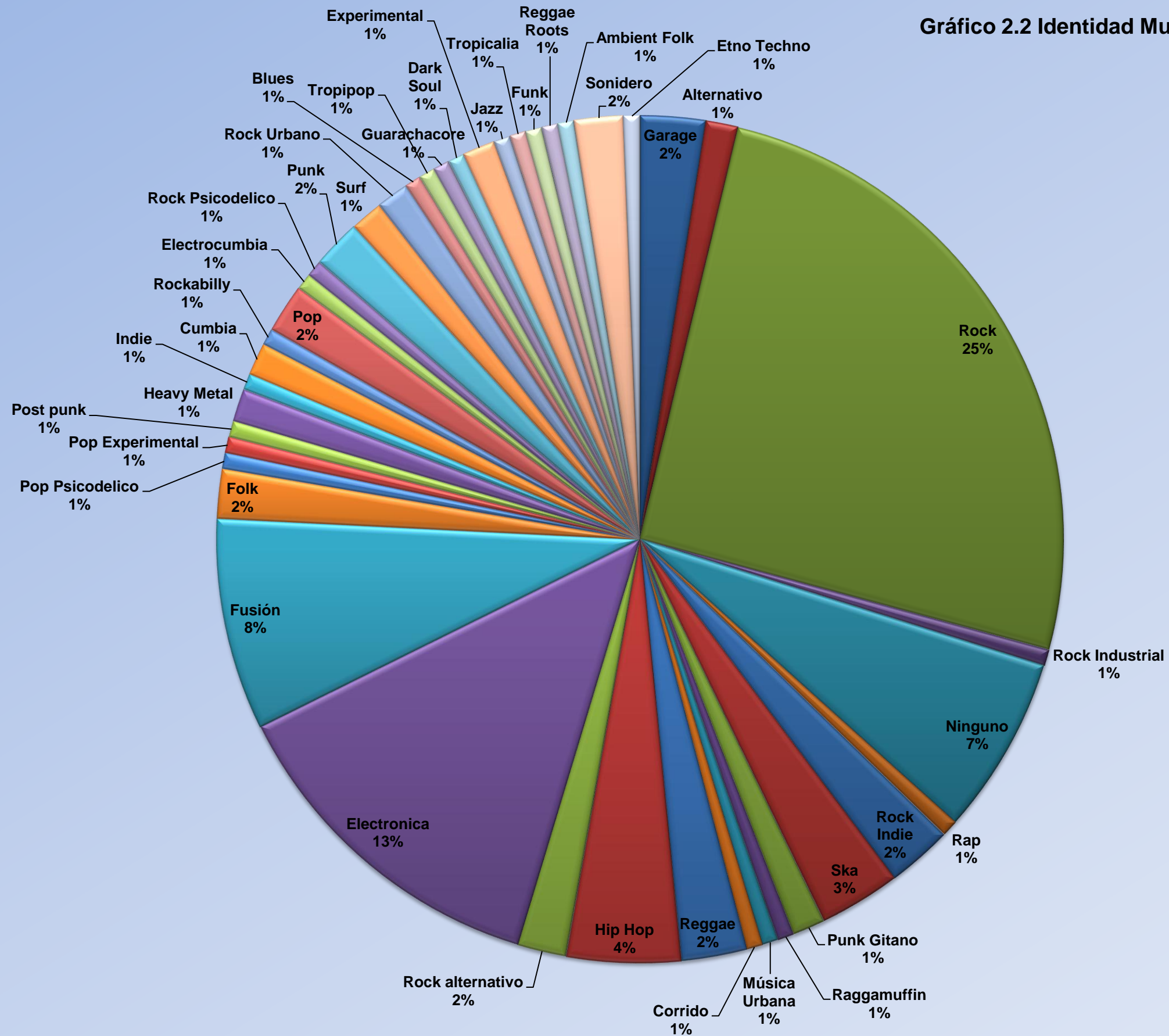
Los porcentajes se refieren a la cantidad de grupos que se presentaron por cada género durante todo el festival, de acuerdo a ello se puede ver que el género *Rock* tiene más presencia con un 25% de sus presentaciones en todo el festival, pero cabe resaltar que es apenas un cuarto del total de todos los géneros que se escucharon.

El siguiente género con mayor presencia es la música electrónica con un 13% durante todo el Vive Latino, seguido por la música Fusión con un 8%, aquellos ritmos que no pertenecen a ningún género en específico tienen un 7%, el *Hip Hop* 4%, el *Ska* 3%, y los demás géneros oscilan entre el 1 y 2% en cuanto a su presencia en el Festival Iberoamericano de Cultura Musical.

Con estos datos también podemos darnos cuenta de la pluralidad de géneros musicales, que convergen en una identidad, que como ya mencioné en el apartado anterior, forman parte de una identidad con la cual cada uno se presenta.

Cada género tiene una identidad establecida, que tiende a encajar en los cánones que están marcados por la propia cultura, de esta forma, el *rock* que se presentó en esta edición contó con diferentes visiones, ya que el *rock* en español viene de una tradición oprimida (en cuanto a los músicos mexicanos), que se ha ido desmitificando por la apertura comercial y el retiro del veto.

Gráfico 2.2 Identidad Musical Vive Latino 2014



El nacimiento del movimiento de *rock* en tu idioma fue precisamente el momento en que comenzaron a surgir nuevos grupos musicales que cumplían ciertas premisas, como el dejar un poco de lado la resistencia social, política, cultural y hasta económica para manejar el discurso de los sentimientos y emociones como lo son el amor, la tristeza, etc., de cada país en particular.

Entonces se puede hablar de que la identidad musical va de la mano con la identidad nacional de cada una de las bandas, ya que construyen el discurso a partir de sus vivencias en sus regiones geográficas, por ello es que están íntimamente ligadas y esto lo retoma el autor Patrick Durand, cuando dice: “[...] el fenómeno de la urbanización y la presión social abrieron un gran espacio a los ritmos populares [...]” (Durand, 2010:120).

Luego entonces la construcción de la identidad musical tiene su base:

[...] con ritmos que intentan sacar al individuo de su realidad o reflejan sentimientos inmediatos relacionados con el amor o el desengaño, como también otros que elaboran un discurso donde ponen de manifiesto las carencias y necesidades de la sociedad en general, de aquellos producidos fuera del espacio geográfico latino, donde la música toma por lo general un matiz más nostálgico o de una reclamación velada por el reconocimiento, en una clara función de intentar unificar los sentimientos y necesidades de los hispanoparlantes en tierra extranjera, pues el proceso de migración no ha sido siempre grato, y ha estado acompañado de muchas historias que se reflejan en la estructura de la música latina hecha fuera de sus fronteras (Durand, 2010:121).

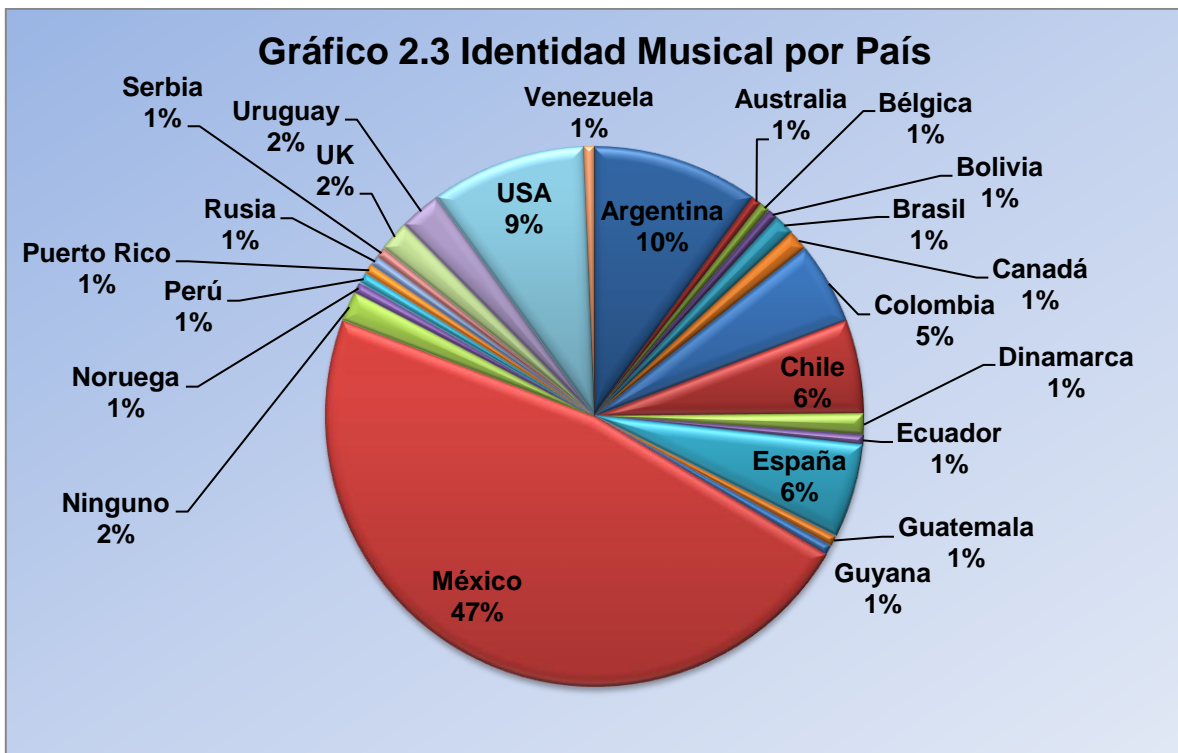
En este caso podemos hablar de los diferentes países que intervienen en el festival plasmado en figura 2.3.

Por lo tanto, la identidad musical es desde mi punto de vista el conjunto de visiones que tienen los músicos para transmitir sus melodías a través de un género musical ya establecido o tratando de integrarle otros para enriquecer sus propuestas, a partir de su nacionalidad.

De esta manera podemos comprender a partir de su nacionalidad dos cosas, por un lado se encuentran las características de la identidad musical por la región geográfica y la nacionalidad a la que pertenecen los 161 grupos que se presentaron en el Vive Latino, y por otro lado la construcción de éste tiene como

base a las bandas mexicanas con un porcentaje de 47%, casi la mitad de las presentaciones corren a cargo de estos músicos.

Luego entonces destaca la participación de Argentina con 10%, Estados Unidos con 9%, Chile y España con un 6% cada uno, Colombia con el 5%, y un 2% corre a cargo tanto para Uruguay como para Gran Bretaña. Con estos últimos datos se puede entender que ya están participando agrupaciones latinas con grupos anglosajones, por ello es que la identidad musical de este festival se ha ido ampliando con el pasar de los años.



Ahora bien, tenemos dos formas de ver la construcción de la identidad musical, por el género que desarrollan con su música o por la identidad nacional que tiene cada una de las agrupaciones, esto enriquece a la identidad del festival y por supuesto a la gente que los ve, ya que los dota de otras realidades a través de sus canciones.

Hablando de los músicos que actuaron durante tres días del festival (viernes a domingo), se encuentran las siguientes gráficas para comprender como estuvo

integrada la identidad musical dentro del Vive Latino 2014, con 129 bandas con 38 géneros musicales que se muestran en la siguiente gráfica, sobre la identidad musical por escenario y género.

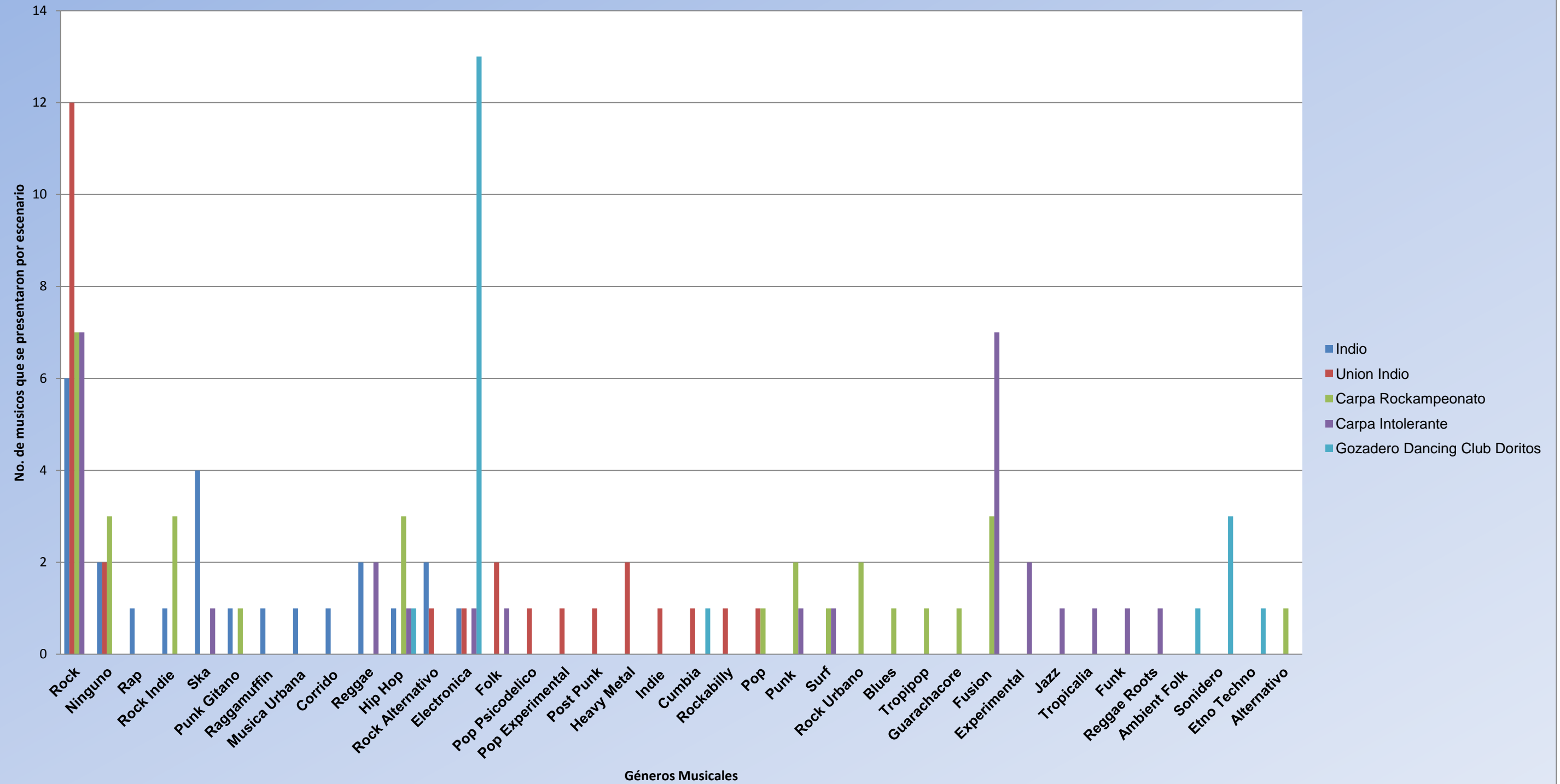
La tabla con la cual se elaboró este gráfico 2.4 por escenario y género musical se encuentra en los anexos del presente trabajo.

Al tomar en cuenta esos datos se puede dar a conocer que cada día del “Vive” existía una identidad dominante dentro de cada escenario, ya sea por el género musical o por la nacionalidad; esto es interesante de analizar porque son un conjunto de identidades (de los grupos y el escenario) que también tienen una esencia, como ya lo había dicho cuando hablé del patrocinador que ahí impera.

En el escenario “Indio” se encontró que el género imperante es el *Rock*, con 6 grupos, en el escenario “Unión Indio” también impera el *Rock* con 12 agrupaciones, igualmente en la Carpa Rockcampeonato el género que tiene más presencia es el *Rock*, para la Carpa Intolerante el *Rock* y Fusión se imponen con 7 agrupaciones cada una, y para la “Carpa Gozadero Doritos” predomina la música electrónica con 13 bandas.

Ahora me enfocaré en las agrupaciones que seleccioné del género *Rock* para esta investigación que partieron de una selección por día de presentación, escenario, nacionalidad y género musical. De un ambiente de 161 bandas de 43 géneros musicales, el análisis se limitó a tres días del evento (viernes a domingo) con 129 agrupaciones que se presentaron de 24 países, en los cuales destacan más de 30 géneros musicales, en donde solamente se tomaron en cuenta tres escenarios donde había presencia de música *rock*. Esta información se encuentra en el anexo dos de esta tesis.

Gráfica 2.4 Identidad musical por escenario y género



Por lo anterior es que los artistas observados fueron acomodados por el día y el horario, así como organizados por los tres escenarios más importantes que fueron: el escenario Indio, Unión Indio y La Carpa Rockcampeonato, esto se puede corroborar en la tabla del tercer anexo de este documento.

El día 28 de Marzo vi a *LA*, *Jumbo*, *No te va gustar*, *Love of Lesbian*, *Camila Moreno* y *Arcade Fire*. Cada uno de estos tiene una identidad propia como grupo, así como una identidad nacional partiendo del lugar geográfico de donde son originarios. Así por ejemplo, la primera agrupación, *LA*, es un grupo español, *Jumbo* es mexicano, *No te va gustar* es de Uruguay, *Love of Lesbian* son españoles, *Camila Moreno* es de Chile y *Arcade Fire* son de Canadá.

Por lo anterior podemos decir que de estas agrupaciones, solamente *LA* y *Love of Lesbian* comparten la misma nacionalidad, pero no las mismas experiencias de sus integrantes, ni la historia de la formación de su agrupación ni los ritmos que escuchan, por lo que la identidad musical de estos artistas tiene diferentes características aunque canten sobre los mismos sentimientos.

El mensaje de protesta social está impreso en la identidad musical del grupo *Camila Moreno* al hablar de lo siguiente en su presentación que quedó registrada en la observación participante con registro:

El mensaje de la banda *Camila Moreno* llevaba una carga política y étnica en cuanto dedicaron una de sus canciones a los indígenas de toda América, mencionando la historia de una indígena mapuche que el gobierno violentó inundando su cementerio donde había enterrado a sus muertos y pedían justicia. Esa fue una de sus últimas canciones para cerrar su participación²⁶.

Un pequeño discurso de protesta por las injusticias que sufren los indígenas del planeta, pero en el caso específico de los chilenos, porque geográficamente ellos pertenecen a ese país, por lo tanto, la representación de su identidad está clara de esta manera cuando hablan y dedican una canción por la resistencia de sus indígenas mapuches.

En el caso de las demás agrupaciones, como lo son *No te va gustar*, *Jumbo* y *Arcade Fire*, los dos primeros comparten la misma lengua materna que es el español, mientras que la última agrupación habla inglés, estableciendo una

²⁶ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

diferencia precisamente por la barrera del lenguaje. En este momento es donde se cumple lo que comentaba Patrick Durand en la construcción de la identidad musical dependiendo de la región geográfica, ya que no son los mismos problemas que enfrentan las diferentes regiones del planeta.

Esa construcción es precisamente la que transmiten a su público y aunque se escriban canciones en diferentes lugares del planeta, las emociones inmediatas son las que permean a la población que se identifica con esos ritmos musicales y en particular el *rock*.

El sábado 29 de marzo de 2014 observé las presentaciones de *Outernational*, *Dr. Krápula*, *El Gran Silencio* y *La Maldita Vecindad*, estos dos últimos no estaban contemplados, pero la popularidad de estas agrupaciones y la importancia que tienen en la escena nacional del *rock* me llevaron a cambiar el itinerario.

La agrupación *Outernational* es de Estados Unidos, *Dr. Krápula* es de Colombia, *El Gran Silencio* y *La Maldita Vecindad* son de México. Cada uno de ellos cumple con una identidad nacional perfectamente estipulada en donde el pronunciamiento de sus letras en sus canciones se muestra, es ahí donde la identidad musical se mezcla con argumentos como la inmigración ilegal, al mencionar que “todos somos ilegales” por parte del grupo *Outernational*, mientras que *Dr. Krápula* tocó canciones alusivas a los sentimientos, pero que también tienen una protesta social en cuanto a las condiciones de vida y la sociedad, que de manera concientizadora ponen en boga temas como la destrucción de la selva del Amazonas.

Ahora bien, las agrupaciones nacionales tienen ciertas particulares como la diferencia entre las regiones de donde nacieron, *El Gran Silencio* es originaria de Monterrey, Nuevo León y *La Maldita Vecindad* es del Distrito Federal, por lo que las diferencias entre la creación de una y la otra son considerables, ya que el nacimiento de “la maldita” (así conocida también por sus seguidores) fue en los años ochenta, mientras que *El Gran Silencio* se formó a principios de los noventa.

El Gran Silencio retoma en su presentación una introducción de la canción de *Chávela Vargas*, “Hacia la vida” que va de la siguiente manera:

No me pregunten quien soy, porque no se los digo, sólo sé que a donde voy, el amor va conmigo, y a puro valor, he cambiado mi suerte, hoy voy hacia la vida, hoy voy hacia la vida, antes iba a la muerte” y en la pantalla principal aparecía el rostro de *Chávela Vargas* en blanco y negro cantando este fragmento de su canción²⁷.

Es momento de hablar de los sentimientos inmediatos de las personas, que no se pueden palpar, pero que tienen resonancia en los corazones de quien la escucha, ya que posee una fuerza emotiva dentro de la letra que refuerza la intención musical de la costarricense y de esta manera presentar uno de sus éxitos sobre desamor.

Para reforzar la identidad musical y nacional de donde viene esta agrupación, lo recalcaron con la siguiente introducción a otras de sus canciones en la cual delimita perfectamente el lugar en donde nacieron, fue en lo siguiente: “son las 11 de la mañana, *XENL* La estación Radio Recuerdo, Música de siempre, Monterrey” y toca canciones de los años cincuentas para abrirse paso y tocar “Dormir soñando” una de los grandes éxitos de esta agrupación²⁸.

En este párrafo no solamente nos podemos dar cuenta que la agrupación es de Monterrey, sino que también tienen influencias de los años cincuentas en la música, ya que recordemos que fue a partir de ese momento que comenzó la revolución por la mezcla de varios sonidos como el *rock chicano* y ahora los diferentes géneros presentes en el mundo.

Al tomar en cuenta estos factores de la región y el tiempo de la creación de las agrupaciones, se da un panorama sobre las realidades sociales que se estaban viviendo en el país en diferentes puntos del mismo, pero que sin duda plasmaron cada agrupación en sus canciones como el descontento social, las emociones y los sentimientos.

Otra de las excepciones que hice en el presente trabajo es el Grupo *Motorama* que vino desde Rusia para presentarse en este festival, y claro, está la barrera

²⁷ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

²⁸ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada

del lenguaje y su sonido *post punk* con sus melodías apegadas a esa esencia melódica y sentimental.

El domingo 30 de marzo de 2014, las tres agrupaciones de *rock* que observé fueron *La Gusana Ciega*, *La Ley* y *Zoé*, de otro género musical *Placebo* por ser un grupo internacional y popular entre los que la gente quería ver. Entonces, *La Gusana Ciega* y *Zoé* son agrupaciones mexicanas, *La Ley* es de Chile y *Placebo* es de Reino Unido.

Las diferencias que hay entre Reino Unido y Latinoamérica son importantes, porque son diferentes contextos, así como el tiempo en el que se crearon las bandas y el transitar del tiempo sobre ellas y que están vigentes como es el caso de *La Ley*, con una amplia trayectoria.

Otra de esas diferencias es el idioma, ya que *Placebo* es una banda que canta en inglés, pero no por eso se deja de transmitir el sentimiento que se imprime en sus canciones, como su gran éxito que encantó al público del festival, registrado en lo siguiente:

Tocaron uno de sus grandes éxitos que se llama “*Song to say good bye*” y la gente continuaba cantando acompañando al vocalista que aclamaban, con gritos de emoción, alzaban los puños para seguir la melodía, entre algunos otros que coreaban la misma²⁹.

De esta manera es que me doy cuenta de que no existe barrera del lenguaje cuando la expresión de los sentimientos son los mismos. Claro que es importante el contexto de la agrupación para poder entender la identidad musical que proyectan, pero que se ve rebasada por la unión de las sensaciones porque son universales

Entonces, sigo comprobando que aunque las bandas tengan diferencias entre sus nacionalidades, el sentimiento de compartir sus canciones y trasladar su identidad musical a través de la música que crean, está acotado por las vivencias de cada una de ellas y la manera que se ha desarrollado su historia particular de cada una de estas bandas.

Por ello, la identidad musical está ligada a la identidad nacional y a las experiencias de cada uno de los integrantes para realizar la música que se

²⁹ Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014, observación citada.

comparte a otras personas. De esta manera se llega a influenciar al público por la identificación con estos artistas.

Es así que la gente aborda la identidad musical desde la perspectiva del género al cual pertenece y que ellos prefieren, como ejemplo se encuentra Roberto Anaya:

Ah bueno, a los *Chemical Brothers* son referentes de la música electrónica y a mi me gusta mucho entonces... además me llamaba el espectáculo visual que traían en ese tiempo, entonces por eso y *Blur* es como una banda emblemática de Inglaterra de toda esa onda del *Brit Pop* de los noventas. Entonces era una buena oportunidad para venir a verlos, es más que nada estar conectado con el género y descubrir a las bandas de esa manera³⁰.

Aunque hace referencia a dos grupos que estuvieron en otros “vives”, la parte central es que se reconoce al género musical como forma de identidad musical para descubrir nueva música que va enriqueciendo a las personas que les gusta ese género.

Sobre la misma línea de la identidad musical ahora se está viendo un auge en la combinación de géneros musicales para crear otros, entonces podemos hablar de una mezcla dentro de la propia identidad que se va reformando poco a poco para crear una nueva para fomentar otros sonidos poco explotados al incluirlos en las nuevas muestras de música.

De ello nos habla Fernanda, entrevistada dentro del Festival: “Yo creo que la mayoría de grupos que ahora tocan son la mezcla de muchos géneros [...]”³¹. Precisamente es cuando hablamos de una hibridación cultural, se entiende por una desterritorialización de la cultura, en cuanto a los valores y las creencias, para transformarse con esas apropiaciones, lo que sería en los géneros musicales la amplia variedad de subgéneros del *rock*. Es esa convivencia de los sonidos lo que van creando otros estilos.

Entonces la música lo aplica en el conjunto de géneros musicales que existen y se están transformando debido a las múltiples expresiones de los músicos que cada vez se encuentran experimentando con nuevos ritmos y sonidos para ofrecer a su público la renovación que se les exige.

³⁰ Entrevista Roberto Anaya, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

³¹ Entrevista Fernanda, Paola y Omar, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

De esta forma es que el Vive Latino adopta diversos géneros musicales que en sí, ya están sufriendo una hibridación, como el caso de los sonidos del *Tropipop*, *Gurachacore*, *Raggamuffin*, entre otros.

Pero no sólo es por ello, sino también por los patrones del mercado que van imponiendo ciertas maneras de mantenerse dentro del gusto del público, es por ello que la música también se encuentra en esta parte de la globalización, ya que una de las formas para que los músicos trasciendan con su música es llegar a otros países y de esta manera darse a conocer en todo el mundo.

Todo lo anterior es parte de la identidad musical que trasciende todo el mundo, pero en el Festival Iberoamericano de Cultura Musical, como su mismo nombre lo dice, ocurre una variación de sonidos que invitan a una hibridación musical, por la cantidad de agrupaciones presentadas, y además, por los géneros musicales que ahí convergen.

En este festival el género que trasciende es principalmente el *rock*, como ya lo había mencionado, pero también están ganando fuerza otros sonidos y ritmos que van enriqueciendo al “vive” de una manera en que promueve la cultura con las propuestas y su identidad. Pero no sólo eso, también es importante hablar de la identidad colectiva que tienen los asistentes y como ésta se expresa dentro del festival.

6.1.2 Identidad colectiva e identidad individual

En un principio, la identidad colectiva es un universo amplio, ya que esto engloba a toda la sociedad, como lo menciona Gilberto Giménez en la construcción de la identidad quien menciona que cinco factores determinan sus características, que son: los atributos, el estilo de vida dependiendo de los hábitos del consumo, el estilo de vida de acuerdo las relaciones personales que se tienen, los objetos invaluable que se poseen, y la historia propia con aprendizajes de cada individuo.

Entonces, la identidad colectiva se basa principalmente en los grupos de personas que comparten de cierta manera los cinco factores mencionados. Por ello es que se crean lazos entre las personas con una compatibilidad por

determinados gustos, aficiones, valores y prácticas. Esto se nota cuando en el primer día del Vive Latino 2014:

[...] cuando los jóvenes realizaban su recorrido hacia el festival me pude percatar que se estaban haciendo populares las coronas de flores ya que al aumentar la afluencia de chicas, se aumentó el número de ellas que portaban la corona. Aunque cabe señalar que había fuerte presencia de los colores negro, medias de red, playeras con el nombre de los artistas principales que tocarían en el vive portándolas sin distinción alguna entre hombres y mujeres³².

La identificación con los colores y las coronas en la cabeza dice simbólicamente que sus gustos por este tipo de artefactos es para reconocerse como parte de un colectivo juvenil que se identifica entre sí por el uso de estos artilugios, que son fomentados con el discurso del amor y la paz (en cuanto a las flores *hippies*), o bien, los colores oscuros haciendo referencia al movimiento del *heavy metal*.

No está de más decir que los grupos estelares de ese día eran *AFI* y *Nine Inch Nails*, y también se podía notar la identificación con sus fanáticos porque portaban alguna playera que los distinguía de los demás. Pero es un festival de música, donde se mezclan todos los gustos musicales y se compensan en la misma práctica cultural que define las identidades de todos los presentes: consumir.

Uno de tantos ejemplos está a continuación:

Los asistentes levantaban sus manos para acentuar partes de las canciones que iban muy melódicas a comparación de la actitud seria que tenía el vocalista de la agrupación. La gente aplaudía conforme iba la canción, otros seguían grabando video y otros se tomaban fotos para inmortalizar el evento³³.

La dinámica era la misma, pero cabe señalar que la identidad de la juventud asistente se denotaba homogénea, puesto que ya no portaban tantos distintivos como las tribus urbanas, ahora los asistentes formaban parte de la cultura juvenil, donde las prácticas están estandarizadas por y para los jóvenes.

Una de las prácticas fue mediatizar e inmortalizar el evento al que estaban asistiendo, porque al estar presentes ahí, se convierte en parte de ellos, y a su vez, al filmarlo y guardarlo como prueba de su presencia, también

³² Observación participante con Registro, 27 de Marzo 2014, observación citada.

³³ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

individualmente tiene un impacto de pertenencia, de gusto y de goce para formar parte de un festival musical masivo.

Entonces cuando se tiene un grupo de pertenecía, hecho por personas con afinidades parecidas, es que se crea el vinculo, dependiendo del lugar donde se hayan conocido, puesto que se crean afinidades musicales compartiendo los gustos por ciertos artistas o grupos, aunque también es por conocerlos en conciertos.

Una parte de la identidad del individuo se encuentra plasmada en las fotografías que se toman durante las presentaciones de los artistas, un momento en concreto registrado en la guía de observación fue que “en la oscuridad se podía ver como la gente se estaba tomando fotos entre la multitud, ya que se podían apreciar los flashazos de las cámaras o los celulares, en la constante espera de que saliera la agrupación [*La Maldita Vecindad*]³⁴.

Esos momentos en los que los individuos fortalecen sus vínculos de amistad, noviazgo y familiares los hace parte de ese grupo, aunque dentro de ellos mismos tengan algunas diferencias, por las prácticas culturales que cada sujeto lleva a cabo.

Los entrevistados coinciden en que los gustos musicales que ellos poseen fueron gracias a esas relaciones amistosas, familiares o de noviazgos, que influyeron para que conocieran otros géneros musicales, bandas o artistas diferentes cuya existencia no sabían. Como dice Morfeo en lo siguiente:

[Conocimos] muchas [bandas] porque nos las encontramos en conciertos más accesibles, o sea por ejemplo, que ofrecían tocadas gratuitas, así en diversos centros chiquitos, o sea, no muy grandes y muchas de esas bandas ahí los conocimos. Muchas de esas cosas, y pues la verdad fue muy bueno, y pues, o sea, si otras bandas por recomendaciones [sic] como por ejemplo *Placebo* que fue una recomendación de acá (mirando a Alejandro)³⁵.

Al encontrarse con los músicos en otros lugares gratuitos o con un costo menor al del Vive Latino es que comenzaron a escuchar esas propuestas, o también por las recomendaciones de sus amigos, como ya lo había mencionado el

³⁴ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

³⁵ Entrevista Morfeo, Aarón, Alejandro y Mateo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

entrevistado: venían a ver a *Placebo* porque uno de sus amigos se los había recomendado y era la oportunidad perfecta para poder apreciar su concierto.

De esta manera, es que la identidad colectiva se va formando de estas pequeñas aportaciones y prácticas que los sujetos tienen con su entorno, las apropian para formar su propia identidad, se podría decir que están hechos de piezas, cada una de ellas los dota de un sentido de pertenencia por las acciones que se llevan a cabo dentro del grupo.

Como estos jóvenes, existen otros casos parecidos que asisten a este tipo de festivales para tener un sentido de pertenencia y saber que una pieza de ellos se encuentra encajando en el un espacio-tiempo determinado, por ello es que el hábito de consumo se relaciona con su identidad a través de la manera en que compran al artista.

La percepción que se tiene como identidad colectiva de los asistentes es diferente, puesto que en un inicio había personas que pertenecían a alguna tribu urbana, y ahora ya no, como lo comenta C. Mendoza con lo siguiente: “[...] también viene otro tipo de gente, antes venía como más, como más gente más banda, por decirlo así y ahorita ya te encuentras como de todo, así chavos más fresones y todo eso³⁶.

Desde mi punto de vista se ha homogeneizado el festival, porque ya no están presentes todas las tribus urbanas, sino que ahora se ha generalizado por la cultura juvenil, la mediatización del mismo festival que lo mercantiliza para consumo popular, es por ello que no es raro ver después de quince años, familias completas asistiendo al concierto, puesto que los padres les están inculcando a sus hijos la cultura musical, por sus gustos y prácticas dentro y fuera del recinto.

Entonces es importante señalar que las prácticas que se llevan a cabo durante el festival, si bien es consumir comida y bebida, también lo es la seguridad del regreso, por ello es que las personas llevan sus autos si tienen la posibilidad de hacerlo, porque al salir en la madrugada se convierte en algo complicado trasladarse.

³⁶ Entrevista C, Mendoza y Alejandro, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Pero no sólo es el traslado, sino que tiene un propósito también el acceder al estacionamiento del lugar, ya que los que llegan más temprano pueden beber y no consumir tanto dentro, esto ha sido inculcado por amigos o familiares que introducen esa tradición en los demás como parte de la colectividad que asiste al festival.

Un ejemplo claro es el que nos da Julio Griffin:

Es que de hecho todos los que vienen al Vive Latino, los que traen carro como que siempre es beber dos horas en el estacionamiento que pasar la experiencia que te tiren la chela, y ahorita nos pasó, que te tiren la chela, pero que sigas bebiendo y que sigas disfrutando del festival, porque siempre el festival se hace para la gente; si la gente no está, pues el festival no vive. Entonces siempre el festival desde que lo conozco siempre ha sido como una experiencia bien grata en el aspecto de te la puedes pasar muy chingón sin que nadie te diga nada³⁷.

Partiendo de sus palabras, el que los jóvenes no se sientan agredidos por la fuerza pública es un punto a favor para ellos, ya que lo que impera es una parcial libertad en la que por unas doce horas se les permite (parcialmente) hacer de todo, y por qué poner en entredicho “casi todo”: por la simple razón de saltarse algunas reglas como meter mariguana y fumarse un cigarro de mota, o introducir otras bebidas embriagantes al festival, ya que esto no está permitido.

La rebeldía de la juventud pareciera que es esa parte incuestionable que busca transgredir las normas establecidas, debido a que sienten esa emoción de imponerse ante un aparato ideológico represivo que les imprime las pautas de la “buena” convivencia en un folleto que informa e invita al público a no realizar actos que “no rockean”, porque son reprobables y hasta en ciertos casos penados.

Una parte de saltar las normas es cuando se introducen bebidas alcohólicas al recinto, ya lo mencionaba uno de los entrevistados líneas arriba, en la que introducen las bebidas al estacionamiento para poder beber ahí sin que nadie les diga nada, pero también hay otra manera de realizarlo, osada y hasta descarada, la rebeldía de transgredir a la autoridad.

Kitsia nos comenta sobre las revisiones que hacían los policías el último día del Vive Latino, en el cual tuvieron esta experiencia: “nos dijeron que había una

³⁷ Entrevista Kevin y Julio, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

señora que metió un bebé y abajo traía diez pomos con hielos, nada más se cargó al bebé. En la carriola traía todo el *kit* y ella nada más se cargó al bebé en una cangurera”³⁸.

Esta es precisamente una parte de la identidad colectiva de la juventud, la rebeldía que se plasma en estas transgresiones a la ley, y permitirse introducir bebidas, que si bien son caras dentro del festival optaron por llevarlo en la carriola del bebé y así poder auto servirse dentro del recinto. Como no hay una restricción dentro del festival, al pasar por la puerta de seguridad satisfactoriamente, es difícil que impongan una sanción, porque son doce horas que los jóvenes pueden ser aparentemente libres.

Además de disfrutar el concierto de una manera colectiva, también lo hacen desde la perspectiva individual, y a continuación está la visión de uno de los entrevistados, Kevin:

Bueno yo la experiencia que más he tenido en el Vive Latino es beber en el estacionamiento, que nadie te diga nada, que lleguemos y a las primeras bandas verlos bien, porque haz de cuenta aquí la chela es un poco cara, pero que llegues al Vive Latino y que digas “pues los vi”, “los vi bien, como yo quería verlos” esa es un experiencia muy chingona³⁹.

El gozo de ver a los músicos de su predilección hizo que valga la pena llegar temprano, por el lugar que quieres ocupar, porque así se tiene el tiempo libre para poder saciar una necesidad de pertenencia colectiva, además de mantener la hidratación del cuerpo a través de la cerveza, para poder sentir la euforia de estar en el mismo lugar que el artista que tanto admira.

Con este preámbulo, es así como la identidad individual, en cuanto a la música, está formada por pequeñas piezas de gozo, recomendaciones y vivencias, entonces es pertinente hablar de la importancia que tiene la familia para inculcar la educación musical de los hijos por parte de los padres, que se muestra cuando el padre o la madre inculca los músicos de su preferencia, tal es el caso de algunos de nuestros entrevistados, en los cuales me basaré a continuación para seguir realizando el análisis de la identidad individual con casos específicos.

³⁸ Entrevista Kitsia, Gaby y Pablo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

³⁹ Entrevista Kevin y Julio, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

La familia es un factor fundamental en el desarrollo de los individuos como primera institución ideológica del Estado, por lo tanto, se dan las pautas para que los hijos crezcan con algunas bases para la convivencia en la sociedad, por ello también se enseñan los gustos musicales de los padres, y así los hijos pueden apropiarse esos gustos o no, el factor detonante es que los ritmos sean compatibles con su propia identidad.

Por ello está el caso de *Rockabilly* en el que ella misma nos explica su gusto por la música *rock* a continuación: “por mi papá que le gusta el *rock* mexicano y él tiene discos viejos de ese tipo de música y ahí los empecé a conocer y me empezaron a gustar”⁴⁰.

Su padre compartió con ella sus gustos musicales, en los cuales siempre estuvo impreso el sello de música *rock* mexicana, hasta tener los discos de vinilo que se tocaban en consolas, ésta es una parte importante de la cual ya venía hablando, pero no sólo los padres son los que muestran sus gustos musicales, sino también los demás integrantes de la familia.

De ahí cabe resaltar que los hermanos y primos mayores también tengan su respectivo gusto y lo muestren a los más pequeños, como en el caso de Claudia que en sus palabras dice: “bueno, pues yo la verdad no conocía mucho de esta música, pero mi primo él [sic] la oía mucho, entonces como yo estaba muy seguido con él, él era el que me enseñaba y me decía “oye esto” y me empezó a gustar ese género”⁴¹.

El compartir los gustos musicales entre la propia familia está ampliando los horizontes de las personas a las que llega ese nuevo conocimiento musical que es cultural, puesto que se está repartiendo la perspectiva del artista por medio de sus canciones. Esto es lo que lleva a motivar a algunas personas ha volverse sus seguidores, y que además, el compartirlo entre familia refuerza los vínculos con ella.

Otro caso de familia es precisamente Roberto Anaya, quien nos cuenta cómo fue la manera en que le compartió a su hermano sus mismos gustos en lo

⁴⁰ Entrevista *Rockabilly*, 28 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁴¹ Entrevista Claudia y Estefani, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

siguiente: “él se acercó solito de hecho. Fue lo más padre, porque yo nunca le dije “oye toma, mira, escucha esto, escucha lo otro”, jamás, él solito mostró interés, se enteró y la música está ahí”⁴².

La situación de Roberto Anaya es particular, ya que su hermano, a quien invitó a asistir a estos quince años del Vive Latino, se acercó solo a su hermano para que le compartiera sus gustos musicales, esa es la otra cara de la moneda, porque no fue la relación de imposición de escuchar lo mismo que yo escucho, sino que por convicción propia le llamaba la atención, y es por eso que se identificó con las preferencias musicales y hablaron de ello.

Como ya lo había mencionado, al hablar de música y formar un gusto por ella, se crea un lazo de pertenencia que se reafirma con las personas con las cuales se comparte, individualmente se enriquece la percepción del individuo porque amplía su conocimiento a otras áreas que no tenía contempladas.

Roberto Anaya y su hermano tienen una condición especial, ambos han buscado cada uno por su parte los gustos musicales que forman parte de su identidad, ya que la situación de sus padres es diferente a la de ellos, y Roberto lo explica en lo siguiente:

Mis papás escuchan como salsa y todo eso [...] Todo lo que he descubierto musicalmente ha sido por mí, por mis gustos, porque me gusta mucho eso. Me consideraría melómano. Siempre estoy buscando cosas y comprando discos, viniendo a conciertos. Entonces, todo lo que he descubierto en música ha sido solito. Igual y [por] amigos ya una vez que estás, pues ya clavado en eso, pues obviamente conoces a más gente, a más gente y a más amigos te pasan ese tipo de música⁴³.

Con su comentario se resaltó las relaciones sociales que se tienen, principalmente el cómo sus padres tienen otros intereses musicales opuestos a los suyos, y esto como individuo lo llevó a indagar por sí mismo sobre el conocimiento de otro tipo de música, en el cual conoció nuevos amigos que enriquecieron su campo musical-cultural y éste a su vez lo reprodujo cuando su hermano se acercó a él para comenzar el ciclo de nueva cuenta.

Cuando el individuo se identifica musicalmente con otra forma un lazo estrecho, por el estado de pertenencia a ciertas bandas y ciertos estilos musicales,

⁴² Entrevista Roberto Anaya, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁴³ Entrevista Roberto Anaya, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

entonces en un caso específico el Hermano de Roberto Anaya menciona lo siguiente dentro de este ámbito: “sí, suele pasar mucho, porque cuando compartes la música, [a] la gente le gusta y entonces se siente padre de alguna manera que le guste la música que tú escuchas desde chico y que es la que escuchas ahora también”⁴⁴.

Esa empatía que se tiene con los otros cuando se comparte algo que se veía como individual y le agrada a las demás personas, se toma como un halago que dota de un estado de bienestar, por compaginar en los gustos, a eso me refiero cuando digo que se fortalecen los lazos, debido a que la amistad se vuelve estrecha en ese ámbito.

Otro caso familiar es el de Araceli, en la que sus hermanos fueron la principal fuente de conocimiento musical, ya que ellos se encargaron de mostrarle con las canciones de sus grupos de *rock* favoritos, que era la música que a ellos les gusta. Así de generación en generación fueron pasando los clásicos del *rock mexicano* y de otras partes de Latinoamérica. Al compartirlos con ella esto es lo que recuerda:

Yo creo que fue algo descendiente, por mis hermanos [...] Más grandes que yo [...] Pues, porque en mi casa todo el día se escuchaba esa música, entonces de alguna manera a mí me fue gustando la misma música que a ellos, fue con la que fui creciendo y me gustó⁴⁵.

En ese momento se nota la importancia de tener hermanos o primos mayores, ya que ellos comparten su conocimiento musical, y como lo dice Araceli, es cuestión de descendencia, ya que al escucharlo en su casa comenzó a formar parte de su identidad, porque así lo marcaban en su familia. Esto no quiere decir que al estar reproduciendo esos hábitos musicales dentro del núcleo familiar tiene que ser de esa manera, puesto que Roberto Anaya es el claro ejemplo de quien buscó su propia identidad musical por sí mismo.

Pero no todos son como el caso de Araceli o Roberto, sino que cada uno presenta sus particularidades, como es el caso de Alejandro, un chico de aproximadamente 17 años que comenta cómo iniciaron sus gustos por la música *rock* a continuación:

⁴⁴ Entrevista Roberto Anaya, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁴⁵ Entrevista Araceli, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Yo vengo principalmente a ver a *Placebo*, porque pues ya van varios años que han venido, yo nunca los he visto en vivo y pues los conocí gracias a mi primo. Mi primo escuchaba música de todo el mundo y yo empecé a escuchar *rock* como la *Gusana Ciega* y ese tipo de cosas, y llegó un día en el que me di cuenta que estaba descubriendo música que no escuchaba antes. Fue gracias a mi primo, ahí me agarró⁴⁶.

Es otro caso familiar, la diferencia radica en que el gusto musical de su primo era sobre música de todo el mundo, por lo tanto, le comenzó a interesar, porque llegó a la etapa del descubrimiento, de hallar nuevos horizontes musicales por parte de su lazo familiar, aunque por sus amistades ya comenzara a conocer a los grupos nacionales de *rock*.

Cabe señalar que Alejandro es el responsable de haber inculcado en sus amigos el gusto por la banda inglesa *Placebo* y que todos estuvieron emocionados de ver en el escenario principal.

Mateo Proaño, amigo de Alejandro, hizo un comentario acertado en cuanto al *rock* de los ochentas y noventas con el *rock* actual, ya que desde su perspectiva, él aprendió de esa manera, por lo tanto ese modo de pensar le fue inculcado por sus padres hasta llegar al hábito musical con sus amigos, lo menciono en lo siguiente:

Pues un poco de todo, por ejemplo: Enanitos verdes, Fito Páez, los conoces por tus papás, las generaciones anteriores, y también hay otra, conoces los *hits* de la *Gusana* o de *Zoé* y pues con tus amigos te dicen “escucha esto”, y te vas adentrando con la accesibilidad de hoy en día para encontrar música, pues es más fácil conocer bandas a fondo, entonces por eso, por amigos y generaciones anteriores⁴⁷.

Con lo anterior se muestra cómo no sólo la familia comparte sus gustos musicales con sus miembros, sino que también ocurre entre los amigos y el noviazgo, porque ya he hablado sobre compartir los gustos musicales que forman una pieza dentro de la identidad del individuo para poder desarrollarse en colectivo, practicando ese conocimiento y formando hábitos de consumo del mismo.

Es por ello que la importancia de la identidad en todos los ámbitos aquí abordados forman parte de un universo musical, en el cual sus participantes

⁴⁶ Entrevista Morfeo, Aarón, Alejandro y Mateo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁴⁷ Entrevista Morfeo, Aarón, Alejandro y Mateo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

juegan un papel en la búsqueda de pertenencia en los géneros musicales, así como en los grupos sociales a los cuales quieren incluirse.

La familia como aparato ideológico es fundamental para este crecimiento, porque pone algunas bases, como el gusto de la música sin importar el género, porque está demostrado que también el sujeto es capaz de buscar su propia identidad con base en la búsqueda de conocimiento musical y con ello encontrar amigos que lo rectifiquen.

Ahora bien, la identidad de los músicos y del festival son parte esencial, porque con ello se está fomentando ya no un festival que promueve la cultura musical, sino un ente vivo que reafirma la identidad de los sujetos que asisten con las prácticas que ahí se llevan a cabo.

De esta manera, los cantos, el baile y el entretenimiento de las masas se convierte en un indicador de identidad, porque así es como se demuestra la identidad y a ello se le llama interacción.

6.2 Interacción simbólica en el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino.

Al comenzar el análisis de este apartado dedicado al interaccionismo simbólico como corriente de pensamiento sistémico, en donde el planteamiento teórico está basado tanto en la Escuela de Chicago como en la escuela de Palo Alto con las nociones de Erving Goffman, y se retomaron con la debida pertinencia conceptos de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt. Lo anterior ha sido abordado en el marco teórico de esta investigación.

Por lo tanto, al hablar de la interacción de un festival musical como lo es el Vive Latino, hay que mencionar la carga cultural que posee como toda una institución, aunque esto ya ha sido mencionado párrafos anteriores, cabe recalcarlo porque la cultura como ente simbólico dentro de una sociedad está presente dentro de las prácticas realizadas en dicho festival. No sólo musicalmente hablando, ya que dentro del festival hay diversas maneras en donde la cultura se encuentra plasmada, ya sea en la identidad propia del festival o en los asistentes que ejercen una interacción cara a cara y otra

simbólica. La primera se realiza cuando hay una relación interpersonal o intragrupal, esto quiere decir que puede tratarse de sujetos que vayan en parejas o en grupos de más de tres personas, siempre y cuando entre ellos haya un diálogo directo a través de la proxémica y la kinesia (la comunicación verbal y la no verbal).

El intecaccionismo se refiere directamente a interactuar mediante los símbolos, éstos son parte de una cultura generada para el consumo cultural (tema que se abordará más adelante) quiere decir que interactúan con los artistas por medio de sus presentaciones, en donde el público se convierte en el actor principal de la puesta en escena.

Como en algunos de los escritos de Erving Goffman, se habla de la teatralidad y que los individuos son actores que se encuentran en esa representación, es así como tomaremos al público que asiste al Vive Latino 2014, porque están en una constante representación social, meticulosamente detallada en un festival cultural, en el cual la interacción simbólica es precisamente consumir la música, el entretenimiento y la cultura que se le proporciona en el evento.

Como lo mencioné en el apartado de la identidad del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino, éste posee una identidad propia, que ha ido cambiando con el pasar de los años, pero fue precisamente en este momento en el que cumplió quince años y eso en la cultura mexicana y latinoamericana tiene un sensible trasfondo cultural, porque por tradición se presenta a las mujeres ante la sociedad cuando ellas cumplen esa edad para mostrar la transformación de la niñez a la juventud de la mujer. Sin que el festival se defina como hombre o mujer, lo retomaron por la parte cultural y de identidad de la cual forma parte.

De esta forma, la cultura y la identidad tienen un estrecho lazo con la interacción que se desarrolla en el festival de distintas maneras, debido a que son situaciones específicas previamente identificadas en este Vive Latino 2014, las cuales inician desde que se da a conocer el cartel de los artistas que formaron parte del espectáculo de cuatro días.

La interacción se logró a partir de que en la página del festival y en otros medios masivos se dio a conocer el conteo de días para dar a conocer el festival, por ello es que la expectativa de la gente creció por conocer el “gran cartel” para los quince años del Vive Latino. Esa es la situación social expuesta, porque inicia con la necesidad del público meta de conocer el festival.

Cabe señalar que la situación social no termina ahí, se va renovando con cada ocasión social, con la cual se dieron a conocer a los grupos integrantes de todo el Vive Latino 2014; la siguiente ocasión es cuando el sujeto adquiere el boleto para asistir al concierto de 4 días, en el cual están presentes momentos rituales, en las prácticas que tuvieron que realizar para poder comprarlo y así llegar al último proceso ritual que fue el día de los conciertos.

En ese orden de ideas la interacción que tiene el festival con la gente es una situación social compuesta de diversas ocasiones sociales, como puntos clave en la interacción realizada. Ahora bien, la parte de la interacción simbólica también está presente porque ya se está hablando de sentimientos y emociones que la persona tiene desde el momento en que se adquiere el boleto hasta que acaba el festival.

El simbolismo se encuentra representado físicamente en el boleto, porque fue el pasaje para poder acceder a ese consumo cultural, identitario, donde las prácticas culturales fueron llevadas a cabo dentro del Foro Sol en la Ciudad Deportiva.

Estas prácticas estuvieron basadas en el consumo de los diferentes espacios que ofreció el Vive Latino 2014, dentro de la Carpa Ambulante, por la proyección de documentales; la carpa Revívelo, donde explicaban los momentos importantes sobre la historia del festival así como los hechos en México y el mundo; los diferentes escenarios musicales y otras actividades de recreación en la zona de marcas.

Todo eso está vinculado a un pedazo de papel que funge como símbolo identitario, de consumo y de interacción dentro de una ciudad creada por cuatro días. El retomar el boleto es importante porque es parte fundamental para

comenzar la interacción con el personal del inmueble para acceder a las instalaciones.

Al llegar a la entrada de la puerta cinco del Foro Sol ya se encontraba personal autorizado que decía “pasen con boleto en mano” desde ahí se tenía que llevar el boleto en la mano para más adelante seguir mostrándola en una fila de policías y personal de boletaje del recinto. Se tenía que cruzar por unas líneas pre establecidas con unas vallas metálicas, estando al principio los policías de seguridad pública y después los chicos de boletaje⁴⁸.

Ésta es una de las maneras en las que el público pudo acceder al evento , en la que existe comunicación verbal y no verbal, así como la proxémica, determinada por la distancia del interlocutor que le habló a toda la gente para que mostrara su boleto. Este espacio de más de un metro de distancia entre público y empleado del inmueble se tradujo en que son desconocidos, no tienen ninguna relación amistosa, puesto que la única función del empleado es que mostraran el *ticket*.

El segundo personal de boletaje portaba una fachada diferente a los primeros por poseer ropa de diferente color que denotan los diferentes rangos que tienen entre sí, o que indica que pertenecen a una empresa privada que presta sus servicios para el Foro Sol.

La proxémica con los segundos fue un poco más cercana, ya que tenían que escanear el boleto, la interacción cara a cara apenas duraba unos cuantos segundos con frases como “adelante”, “pase” y su comunicación no verbal en algunos reflejaba cansancio por estar parados todo el tiempo, otros simplemente esperando a que la gente pasara sin ningún contratiempo.

Al llegar al cateo con los policías la proxémica era completamente distinta, ya que la distancia era de menos de cincuenta centímetros, tocando partes clave del cuerpo humano para saber que no se ingresaba con algo indebido. En algunos casos existía comunicación verbal para mencionar un “pásate”. La fachada que tenían y la máscara que portaban en ese momento los delataba como actuantes de la Policía Federal, con sus ropas azules, chalecos y con el nombre de la dependencia escrito en sus uniformes.

⁴⁸ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

Estas personas son estigmatizadas porque se han caracterizado por el excesivo uso de la violencia para mantener el orden, por otro lado, durante el evento puedo decir que algunos de esos elementos se comportaron con tolerancia sobre la juventud,

Pero desde la perspectiva de Kitsia, quien dice: “Yo creo que la gente no viene como a hacer desmadre, la gente viene a su pedo, a chupar, como a ver grupos y ya la gente en realidad es muy tranquila, pero sí, la seguridad es pésima”⁴⁹, los uniformados no realizaban su trabajo satisfactoriamente, puesto que permitieron el ingreso de bebidas como ya se había mencionado en el anterior apartado.

Lo que mencionó la entrevistada tiene una similitud con la situación de la cual fui testigo, en la que “[...] cabe señalar que no es igual la revisión que hacen los policías, ya que algunos solamente se enfocaban en los brazos, piernas y alguna bolsa que llevaras contigo, otros trataban de sobrepasarse con su autoridad a las personas que les tocara pasar por su lado”⁵⁰.

Desde luego, es la perspectiva de la observación y uno de los testimonios recogidos, ya que a los demás entrevistados la seguridad les pareció buena y que no presentó ningún tipo de anomalía por parte de los uniformados.

Ahora bien, hay que hablar sobre los vendedores de alimentos que se distinguieron por utilizar ropas especiales dependiendo de la mercancía que venden, porque los vendedores de comida portaban un uniforme de color azul con negro de manga corta que se podían identificar por tener una charola que trasladaban con ellos en la cabeza, esa es su fachada y su máscara dentro del festival.

El espectador al comprarle, cambia su máscara por la de comprador, es una breve interacción que apenas dura lo suficiente para poder hablar de ella, ya que al darse los intercambios de objeto por dinero la máscara del individuo cambia inmediatamente después de realizada la transacción, para seguir en su

⁴⁹ Entrevista Kitsia, Gaby y Pablo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁵⁰ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

rol. Mientras que el vendedor lo es casi todo el tiempo hasta que interactúa con sus compañeros.

El juego de los roles pasa de igual manera en los *stands*, donde la mercancía está expuesta, es el mismo juego de roles, pero si entre ellos no se conocen, no comparten la máscara de compañeros, sino de desconocidos; los cuales realizaron la teatralidad de interactuar con los posibles compradores.

Como se leyó en este apartado sobre la interacción en el festival son diversas características que competen el cuadro dentro del festival, ya que la interacción está presente desde lo general al anunciar a los músicos que estuvieron presentes en esta edición de quince años, para completar la situación social con las diversas ocasiones sociales que se desarrollaron dentro del Foro Sol y los escenarios previamente seleccionados.

6.2.1 Interacción musical

Dentro de la interacción musical se encuentran momentos clave de los músicos con el público que los vio en sus presentaciones en los días 28 al 30 de marzo de 2014 en el Foro Sol, es importante mencionar estas situaciones sociales porque forman parte fundamental dentro de la teatralidad de las representaciones, en donde cada uno de los actuantes está tomando su rol representativo, su máscara y su fachada para iniciar el espectáculo.

La identidad de los músicos está ligada con la forma de interacción que tuvieron con su público, ya que es parte de ellos el comportarse de cierta manera, no todos son iguales, en este festival de cultura se encuentra plasmada la diversidad musical dentro del *rock*, en los diferentes idiomas, donde predomina el español. Pero también hay personas de habla inglesa y otras lenguas.

El Festival es la situación social donde se da la interacción, generando las ocasiones sociales que son analizadas por medio de un cuadro etnográfico interpretativo y explicado por una descripción del evento, una lista taxonómica de los elementos de lo relatado y el análisis interpretativo.

La primera ocasión social es hablar sobre la presentación de *Jumbo* el día 28 de marzo del 2014 en el escenario Indio. La gente estuvo animada apoyando al grupo con sus cantos y bailando. En el cuadro 3.1 del Anexo 3 (pág. 280) podemos observar un momento durante la observación participante con registro de una actividad específica de esta presentación.

La lista taxonómica de la situación es coherente con la descripción de los elementos que interactúan, que son: el canto y el baile de los éxitos musicales de las agrupaciones, donde resalta la ocasión social, a saber interpretan sus éxitos e invitan a su productor para entonar la canción final del espectáculo, ésta es una de las canciones populares que la agrupación tiene, ya que en los años noventa era tocada en las estaciones de radio, y en los canales de videos era común ver el videoclip de la melodía “Fotografía”.

Para los asistentes al concierto, fue el reencuentro de los integrantes de *Jumbo*, porque se había separado varios años atrás, por ello la interacción entre el público y los asistentes parte de un recuerdo de lo que habían sido los inicios de esa relación simbólica. Cabe señalar que los asistentes conocen la vida pública de la banda, pero no así en otros roles sociales. Así mismo se muestran agradecidos con el representante, puesto en la escena como el responsable de su pasado éxito y del nuevo encuentro de la banda.

Entonces la comunicación que abrieron durante su presentación se basó en una introducción entre canciones para hablar sobre los momentos importantes que han tenido en su carrera como músicos, y eso la gente se los agradeció con gritos, otros ovacionaron y aplaudieron.

Además, los integrantes después de haber interpretado la canción “Fotografía”, interactuaron con los asistentes en una *selfie* con la cual reafirman el lazo con el público como parte de la banda al tomarse la fotografía, idea recalcada al mostrar detrás de los integrantes a gran parte de la gente que los fue a ver al Vive Latino 2014⁵¹.

Todo lo anterior con la finalidad de mantener el símbolo de su interacción con el público con base en una fotografía que también representa de manera física

⁵¹ Revisar Anexo 3, cuadro interpretativo 3.1 Interacción Musical en el Vive Latino 2014.

la relación de lo material con los sentimientos implicados en la canción con el mismo nombre.

Cada una de las presentaciones tuvieron sus similitudes, porque como lo mencioné con *Jumbo*, la interacción se da a partir de intercalar una parte introductoria antes de interpretar las canciones.

La interacción con los asistentes entre canciones depende totalmente de su relación simbólica con el público y de las características previamente señaladas en el apartado de la identidad.

La comunicación verbal que expresan los grupos de los países de habla hispana tienen sus similitudes, pero no todos lo realizan de la misma manera, porque las canciones interpretadas pueden hablar de los sentimientos o de situaciones particulares de los músicos, y es por ello que el concierto se presta para poder hablar con el espectador sobre esos temas de manera breve, haciéndolos partícipes de los hechos que inspiraron la canción.

Como en el caso de *Love of Lesbian*, agrupación española que comentó esto sobre una de sus canciones a sus seguidores y público presente:

La interacción del vocalista de la agrupación *Love of Lesbian* comenzaba como un preámbulo a cada canción que iban a interpretar, como en el caso de mencionar una dedicatoria con la canción “me amo” a la gente que “siente tener defectos, que se miren al espejo o en su habitación mírense y tóquense”, esas fueron las palabras del vocalista antes de comenzar a entonarla⁵².

El público que los vio, recibió el llamado de auto-reconocerse, aceptarse y quererse, todo esto con la interacción simbólica del uso del cuerpo en una canción que les inculca un valor cultural de respeto por sí mismos y sus semejantes. El público que los sigue puede aprobar y aceptar estas ideas en el momento que canta la melodía.

El grupo ejerce poder con su audiencia al llamarlos a que acepten estos patrones y valores que los hagan abrir los ojos sobre una industria que exige cánones de belleza que se convierten en estereotipos que van creando necesidades falsas y hasta enfermedades en las personas que no se aman.

⁵² Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

Pero además, para ejercer la ideología del grupo a través de su música, también lo hacen cuando se declaran orgullosos (el vocalista lo hace saber) por ser premiados y parafraseándolo, dijo que: “les habían dado un disco de platino esa semana y agradecían por ello, querían decir que esta semana era fabulosa” con un tema de ellos⁵³.

Esta es la forma de agradecimiento de este grupo, por medio de una interpretación y compartiendo el momento que aunque ya formaba parte del pasado, lo hizo saber para que su público se sintiera identificado y que ocurre gracias a la interacción simbólica que obtienen cada que cantan una canción, compran un disco o los escuchan en las estaciones de radio y en otros medios masivos. Este es el poder de la interacción que tiene el espectador.

Ya que estoy hablando sobre el poder, éste también está implícito en el idioma como lo venía diciendo, ya que es importante resaltarlo; el lenguaje no puede ser una barrera, al contrario, incentiva a los individuos a aprender expresiones o palabras diferentes a su lengua materna. En el caso de los artistas, ellos aprenden frases en español para crear vínculos con su público.

Menciono esto porque algunas de las bandas estelares de esta décimoquinta edición del Vive Latino se centraron en el habla inglesa, por ello me pareció interesante analizar la barrera del idioma, y la interacción que estos grupos tenían con el público que les sigue. Todo esto se encuentra en la parte de la observación participante con registro que se realizó durante la presentación de *Arcade Fire* en el escenario Indio el día 28 de marzo de 2014, del cual rescato el siguiente fragmento:

Ahora bien, las expresiones que hicieron los integrantes de *Arcade Fire* durante su presentación fueron desde agradecimiento (en español e inglés), así como algunas otras frases que iban desde: “Buenas noches”, “Vamos México”, “Thank you so much, so happy to be here in México, we loving here”, “Hola México, ¿cómo estás?”, “Are you wanna hear another song?”, “Here I come, here we go”, “¿Qué es esto?”, “Get out here”, “Thank you very much”, “Good guys” (El vocalista diciéndole buenos chicos a unas personas que tenían unas máscaras de personas en forma de botarga). Y continuaron con “Guys, thank you, you are so fucking amazing”, “Muchísimas gracias”, “Take care each other”, durante todo el concierto para finalizar con “This is the last song” y en la despedida hacia el público dijeron: “Hasta la próxima”, “Muchas, muchas gracias. Ustedes son lo

⁵³ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

mejor”, “Hasta pronto, hasta la próxima, muchísimas gracias, es un gran honor estar aquí”⁵⁴.

Los agradecimientos fueron en el transcurso de la presentación de más de hora y media. Antes de cada canción no se daba una introducción sobre la misma, se concentraron en saludar a los asistentes en su mismo idioma, notándose la dificultad de pronunciar las palabras correctamente, de esta manera fue que la gente se identificó al escucharlas, por lo que la interacción que mantuvieron cada uno de los asistentes fue de gozo. En un primer momento fue así porque era la banda estelar que cerraría el segundo día de actividades del Vive Latino, y en un segundo momento porque interactuaron en el mismo idioma creando un lazo que convirtió la máscara de sólo un músico internacional a un artista que habla el idioma materno de las personas asistentes.

Por ese lado fue que la emoción creció al escucharlo, el público conservó su fachada y máscara de público, ya identificado con el artista se logró la interacción simbólica dentro del lenguaje y el acercamiento a través de las canciones al haberlos visto y haber sido parte de ese tiempo en el que compartieron frases de aliento que incentivaron a la gente a seguir haciendo el concierto con los gritos de apoyo, los cánticos y el baile.

Las frases en inglés no fueron tanto problema porque se sobreentendían cuando los vocalistas las dijeron y el público respondió con la característica ovación, ya sea porque se mostraron agradecidos con su visita a México o porque incentivaron a la gente a que siguiera haciendo del concierto un espectáculo único, en donde las estrellas eran todos.

Parte de ese espectáculo fue el que uno de los integrantes de *Arcade Fire* mencionara lo agradecido que estaba y que los presentes eran un público increíble, además de pedirles que se cuidaran los unos con los otros. Estas frases, que originalmente las dijo en inglés, demuestran el grado de identificación con sus seguidores.

Era la ocasión social perfecta cuando salieron las botargas y se integraron como otros actantes dentro del espectáculo, cuando la teatralidad de la presentación alcanzó el punto máximo, al ser su única función la de danzar en

⁵⁴ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

el escenario cuando interpretaran una canción de la agrupación. Son elementos que se integraron para ofrecer una interacción simbólica con el público desde su fachada y máscaras delimitadas por el traje que tenían puesto, defendiendo su rol y la identidad representada por alrededor de 10 a 12 minutos.

Después de interpretar la última canción y despedirse con palabras españolas, la gente ovacionó y aplaudió con todas sus fuerzas solamente para que las luces del escenario se apagaran y se diera por terminada el segundo día de actividades.

La interacción no se detiene en el tercer día del Festival Vive Latino 2014, puesto que la primera agrupación que vi fue a *Outernational*, los cuales tenían un discurso político interesante respecto a la reforma migratoria, ya que ellos son de nacionalidad estadounidense y específicamente del estado de California, y conocen el fenómeno de los indocumentados que llegan a su país.

Por ello es que el vocalista hizo el siguiente comentario: “Todos somos ilegales”⁵⁵, con esta frase cargada de simbolismo es que muestra a todos los países del mundo, con la fachada y la máscara de la ilegalidad, que cuando viajan a otro país aprovechan para protestar en contra del maltrato a los inmigrantes que van en busca de una mejor calidad de vida. En este caso, hizo referencia a los migrantes latinoamericanos.

Esta agrupación con su disco llamado de la misma manera que la consigna citada en el párrafo anterior, muestra su máscara de activismo social y su interés por los procesos políticos de la reforma migratoria, por ello es que no les es indiferente la situación, y también utiliza la máscara de inmigrantes ilegales por ser de una diferente nacionalidad en un país vecino, donde sin ser indocumentados se ponen en el lugar de éstos, pero hay que señalar que ni el público presente ni la agrupación tienen cercanía con el mundo ilegal.

La forma de retratar la teatralidad en cuanto a los problemas sociales es lo que fomenta un cambio social en la gente, debido a que es la manera de comenzar a inculcarle y hacerle saber que su voz tiene poder para cambiar las cosas. En

⁵⁵ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada

ningún momento fueron estigmatizados por el público, al contrario, presentaron un buen espectáculo, de tal forma que la gente al verlos se sintió complacida de haber escuchado su música y haber bailado al ritmo de su interpretación.

Al terminar la presentación de *Outernational*, el clima estaba nublado y es importante recalcarlo porque en la siguiente presentación tuvo una participación la lluvia, por la cual se tuvieron que tomar medidas de seguridad para que nadie resultara herido, y por claras razones se convirtió en una ocasión social en la que el vocalista de *Dr. Krápula* lanzara unas palabras a la audiencia.

La llovizna comenzó después de unas cuantas canciones de la agrupación, la interacción seguía entre cánticos, baile y ovaciones hasta que la lluvia se convirtió en aguacero, por esta razón tuvieron que detener el concierto, para evitar que por el material eléctrico alguna persona resultara herida.

Hubo algunas personas que no lo entendieron y comenzaron a retirarse del campo de fútbol, que era el escenario Unión Indio (el segundo en importancia del festival). Otras personas al ver esa acción, gritaron a manera de cántico “puto el que se vaya” para evitar que la gente se fuera y esperara a que terminara la lluvia.

Era claro que la gente que se iba lo hacía para buscar algún resguardo, porque cayó granizo, y para las personas que iban con niños o personas adultas mayores les pudo haber hecho algún daño, aunque ya estaban vendiendo los impermeables azules y grises que identificaban su fachada al traerlos puesto.

El fragmento que rescato de la guía de observación participante con registro de ese momento es el siguiente: “Cuando ya habían pasado al menos diez minutos volvió a salir el vocalista de la agrupación para mencionar que “habían dejado de tocar porque la situación se estaba tornando peligrosa”, ya que todos los instrumentos están conectados a la energía eléctrica y por ello alguien podría sufrir una descarga o en casos más extremos alguien podría electrocutarse”⁵⁶.

⁵⁶ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada

Cuando el vocalista hizo mención sobre la situación peligrosa mantuvo su fachada y máscara de líder de la agrupación colombiana, que se está preocupando porque no ocurra algún percance y de esa manera pide paciencia, la gente lo adoptó y permanecían parcialmente tranquilos, pero una vez que se quitó la lluvia pasaron unos cuantos minutos para que la agrupación saliera de nuevo.

Con menos tiempo para presentar sus canciones, tenían que luchar contra el reloj, pero eso no les impidió conectarse con los jóvenes que ahí siguieron a pesar de la lluvia, y bailaron, armaron el *slam* y corearon las canciones.

Por parte de las interacciones el vocalista de *Dr. Krápula* le preguntó a los asistentes “¿Ya se cansaron?” y la ferviente respuesta fue un “No” rotundo que daba cuenta de la energía que ahí se estaba sintiendo, por ello el vocalista les responde “A ver, ¿qué tal está?” y comienzan a tocar otra canción llamada “La fuerza del amor”, una vez más el público los ovaciona y continúan con la presentación⁵⁷.

Este es uno de los ejemplos que se vivieron donde la agrupación mantiene el control del escenario y el público, al formular preguntas los hace parte del espectáculo, formando la interacción para que los jóvenes se sientan identificados y crear un vínculo en el que estén iguales. Cada quien con su fachada y su máscara como individuos, pero que están presentes en esa ocasión y situación social que los hace seguir en contacto.

Pero ese contacto se tornó simbólico, por las características de la canción la “Fuerza del Amor”, porque si bien la letra está enfocada en la desgracia que padecen las personas al no ser afortunadas en algún aspecto de su vida, todo se puede lograr con “la fuerza del amor”, lo que incentiva a creer en el símbolo puro del amor para afrontar cualquier adversidad.

El símbolo que alimenta esta melodía también tiene que ver con la esperanza y generalidad que cada individuo le acopla a su vida, por los problemas que puede llegar a tener en el momento que escuchó la canción, para los que son seguidores de la agrupación ya la conocían y la cantaban con ganas, precisamente porque al pronunciar esas palabras hay una identificación y una apropiación de esa canción simbólica de los problemas que padece cada uno.

⁵⁷ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada

Mientras el asistente que lo ve por primera vez se comienza a identificar, el fanático ya se ha apropiado simbólicamente de ella⁵⁸.

Con esta representación queda clara la interacción social, no es cara a cara pero como ya lo había mencionado, cada individuo lo vivió desde una perspectiva diferente y puede sentirse simbólicamente cercano a la agrupación por la letra de la canción y por interpretarla juntos. Lo que la vuelve una interacción simbólica, porque se usa como puente comunicativo a la canción para llegar a la gente que estuvo presente en el concierto, por medio de la interpretación que le da cada individuo a la melodía.

La participación de este grupo dentro del Vive Latino 2014 finalizó con las siguientes palabras:

[...] bendiciones para todos, muchas gracias... larga vida al Vive Latino, larga vida a la gente que hace del Vive Latino el mejor festival del mundo (ovación de la gente), despedámonos haciendo temblar el piso, ¿listo?- dice el vocalista de *Dr. Krápula* antes de seguir cantando su última canción de la presentación, la cual decía "*Dr. Krápula* está presente"⁵⁹.

Con esto muestran su agradecimiento, y comienza la parte final de la interacción entre el público y el artista, donde precisamente ya no se cambiaron los roles de los actuantes, sino que permanecieron intactos, aunque cabe señalar que el vocalista de la agrupación le da mayor peso a los asistentes con el comentario sobre la gente que hace posible el festival, y en respuesta, la ovación por parte de los individuos es afirmativa.

Retomó el control y la batuta de la puesta en escena el vocalista del grupo cuando le pidió a la gente que hiciera vibrar el piso con los saltos, *el slam* y el baile para dotar de mayor fuerza a la frase "*Dr. Krápula* está presente", como un reconocimiento a su presencia, como puente de la identidad compartida y así fue como se dio por terminada su presentación.

La ocasión social que se presentó en el escenario Unión Indio con *Dr. Krápula* da cuenta de algunas similitudes con las de los demás artistas, las variables

⁵⁸ Revisar anexo 3, cuadro interpretativo 3.2 Interacción Musical en el Vive Latino 2014 (pág 282).

⁵⁹ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

son el tipo de lenguaje que utilizan, ya sea dirigido a una sola persona o a toda la gente que está presente.

Por lo tanto, la influencia del lenguaje y la vestimenta impactan en la interacción que tienen los artistas con su público. Además, interviene la identidad de la propia agrupación y es parte distintiva en la manera que interactúa; las razones contemplan la nacionalidad o región de donde vienen, el idioma y las experiencias que han formado su identidad como grupo musical.

En este caso, después de ver a *Dr. Krápula*, que vinieron desde Colombia a presentarse al festival, pasamos a una agrupación nacional, *El Gran Silencio*, que es exponente de otros ritmos musicales como el *Ska*, al que ellos le llaman “*Raggamoffin*”, donde se fusionan varias corrientes musicales que forman parte de este escenario rockero.

Este grupo fue uno de los precursores en el Vive Latino debido a que se presentaron en la primera edición, por ello la importancia de regresar al escenario e interactuar con la gente que ya los estaba esperando y demostrarles el agradecimiento de toda su trayectoria.

Ok mi gente, nosotros somos El Gran Silencio y venimos desde Monterrey, Nuevo León (haciendo un movimiento de manos tocándose el pecho con la palma de la mano para después mover todo el brazo dando la impresión de lejanía); y venimos para pasarla bien chingón con todos ustedes, mi gente (ovación de la gente), aquí todos somos iguales (Cano, uno de los vocalistas de la agrupación, estaba moviendo la mano hacia él y hacia la gente), aquí no hay mamadas de *rock star* arriba del escenario ni pinches mamadas de esas mi gente (ovación del público), aquí todos somos iguales y todos vamos a bailar, ¿si o no mi gente? (ovación), nos vamos a divertir ¿si o no? (el grito de la multitud diciendo si), entonces tenemos que ver a todos bailando, todos los que están aquí en el frente bailando, todos los de allá arriba bailando, los de este lado bailando, esto que dice así⁶⁰.

La manera en la que se dirigió a su público, es la de resaltar la igualdad, de una humildad por parte de la agrupación haciendo mención de lo lejos que están de su lugar de origen, que representa parte de su identidad, así es como se vinculan con los asistentes, por el sentido de pertenencia en el baile, en las canciones que se van a interpretar haciendo de esta ocasión social la diferencia por la forma en la que se expresaron, corroborando con la interacción la construcción de un puente identitario entre el público y el artista.

⁶⁰ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

Como dije, la igualdad confirmada porque no se tienen que poner etiquetas, todos tienen una máscara y fachada similar que los diferencia solamente por el lugar en el que se tuviera colocado (frente al escenario, en las gradas o en la parte de atrás). Entonces, la interacción parte desde este momento con movimientos por parte de Cano, vocalista con el manejo de una proxémica hacia los jóvenes asistentes, con las palabras y los gestos que se vieron por las pantallas y cerca para quienes estuvieron frente al escenario.

Otro de los puntos es la enseñanza que representa el aprender de un músico las palabras o símbolos claves dentro del ambiente rockero, porque es parte de la cultura, que se apropió desde el extranjero con levantar solamente tres dedos de la mano (el pulgar, el índice y el meñique), para poder transmitir el significado de esta práctica se realizó el cuadro 3.3⁶¹ de la interacción musical en el Vive Latino 2014.

La enseñanza dentro de un festival de *rock* es parte de todo el ritual, porque la explicación se llevó a cabo por medio de la práctica, no es algo que hayan buscado en algún libro, sino que es interactiva y simbólica al mencionar el significado de esa insignia. A partir de ahora, los jóvenes que estuvieron presentes durante esa breve interacción explicativa de los símbolos de *rock* se identificaron con la seña y supieron que se debió a un músico del mismo género.

La insignia del *rock*, se ha transmitido así por generaciones, es un símbolo que ya es parte no sólo de la cultura del *Heavy metal*, sino de las expresiones rockeras que le precedieron, y ahora es empleada por gran número de personas que lo utilizan no sólo en la cotidianidad, sino que es parte de los conciertos de *rock*, entonces forma parte ya de la identidad del *rock* como imagen y ritual que no pudo faltar en esta edición del Vive Latino.

Las piezas musicales son fuente de interacción simbólica, donde se hayan los sentimientos y vivencias de quienes las escriben, y como ejemplo de tributo para la fundadora y promotora de grupos musicales, *Rita Guerrero*, que falleció por cáncer, *el Gran Silencio* le hizo un homenaje con el *cover* de *Los Ángeles*

⁶¹ Revisar anexo 3, cuadro interpretativo 3.3 Interacción Musical en el Vive Latino 2014 (pág. 284).

Negros y la canción “Déjenme si estoy llorando”, para mantener vivo el recuerdo de Rita.

Esta canción se la queremos dedicar a Doña Rita Guerrero, con mucho cariño (mientras extendía los brazos hacia los lados) y mucho amor a toda la gente que se nos ha adelantado y que nos ha dejado mucho en el corazón, esta canción es para Rita Guerrero con mucho cariño de parte de toda la gente del Vive Latino, dice así, vámonos- Tony diciendo esas palabras ya sin la camisa roja y tiene los tirantes y una playera color gris sin mangas⁶².

El reconocimiento a la muerte a través de la mención de los músicos que han fallecido, muestra la fachada de los músicos recordando a sus compañeros y amigos del medio y sale a relucir el apoyo de la gente, no sólo a la agrupación, sino también a los caídos.

Para la interpretación de esta canción, Tony, el otro vocalista de la banda, se cambió de vestuario con el que muestra una actitud relajada y menos seria de la que tuvo con la camisa, y se acopla a los estándares de los jóvenes presentes porque crece la identificación y la fachada se asemeja a su público.

Esta ocasión social tuvo como acto esencial la euforia con la que los asistentes interpretaron la canción junto a los vocalistas. El análisis etnográfico se encuentra en el cuadro 3.4⁶³ Interacción Musical en el Vive Latino 2014, en el que se muestra un fragmento de esa interacción, en donde *El Gran Silencio* expresa así su afecto a sus compañeros, mientras que la gente pudo interpretarlo diferente, ya que la letra y su significado depende de la subjetividad de cada individuo.

Entonces el proceso ritual que se llevó a cabo con la canción “Déjenme si estoy llorando”, hace alusión a la tristeza, a la pérdida de alguien y estos sentimientos son universales entre la gente, pero quedan a interpretación ya que cada situación es diferente para cada uno de los asistentes que cantaron con tanta emoción y enjundia.

Las máscaras fueron las mismas a lo largo de la presentación, se adoptaron ritmos de *ska*, *rock* y *raggamuffin* que identifican bien a la agrupación regiomontana, y es a través de estos bailes y cánticos que se demuestra la

⁶² Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

⁶³ Revisar anexo 3, cuadro interpretativo 3.4 Interacción Musical en el Vive Latino 2014 (pág. 285).

interacción artista – público. Y como ya lo venía diciendo, cada persona puede tener su interacción cara a cara con los músicos, porque la identificación con el artista (además de ser simbólica) los trasportó a un universo en donde el mensaje de las melodías también es personal.

El vínculo artista – público tiene una característica fundamental en los conciertos, ya que a través de las canciones se genera una ilusión de sentimientos compartidos, conformando una masa solidaria que siente y actúa potenciando la individualidad y la desinhibición.

Otra manera de verlo es con el final de la presentación de *El Gran Silencio* en este Vive Latino 2014, el cual contiene un aporte sustancial dentro de la interacción en lo siguiente:

-Y ahora le toca el turno a México Distrito Federal y todas sus aéreas circunvecinas mandar la buena vibra para el país y toda mi gente presente reunida esta noche en el Vive Latino 2014, ¿OK? En esta parte de la rola yo quiero ver a toda mi gente con las manos arriba y vamos a mandar la buena vibra para el país y para Monterrey, Nuevo León y para todos aquellos estados que la están pasando de la chingada mi gente. Todo el mundo con las manos arriba, todo el mundo con las manos arriba emanando para el país la pura vibra positiva. Todo el mundo con las manos arriba y a la cuenta de tres todo mundo brincando y armando un pinche desmadre en el Vive Latino mi gente, que se sientan esos quince años ¿OK? y todo mundo con las manos arriba-.

Ahora seguía Cano con: -Gracias mi gente esto fue el *Gran Silencio*, paz para todos, sígansela pasando chingón mi gente, gracias- eso fue toda la interpretación del Vive Latino, después de eso la gente no pudo esperar y fueron a comprar bebidas, algunos al baño, otros permanecieron expectantes para que viniera el siguiente grupo, ya que era *La Maldita Vecindad* y su grandioso espectáculo de paz y baile⁶⁴.

Esta ocasión social fue en la última canción titulada “Chuntaro Style” en donde el *slam* se hizo presente en algunas partes de la cancha del Foro Sol, y que la gente acató las indicaciones de los integrantes, que también acataron las personas que estaban en las gradas, las ovaciones no se hicieron esperar y de esta manera se refuerza la identidad de la banda con una melodía que ya tiene más de diez años y sigue en el gusto del público. En esta ocasión la masa se establece por el *slam* que forma la unidad entre el público – artista por medio de la música y el baile.

⁶⁴ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

La fachada y máscara de los integrantes del grupo *El Gran Silencio* siguió siendo la misma, pero ahora con un propósito en específico y éste tuvo que ver con la solidaridad en todo el territorio nacional, porque de esa manera simbólica se demandó la unión que hay con los sitios en desgracia. Además, uno de los emblemas de esta agrupación es la de llamarle a su público “familia”, eso estrecha más los lazos de identificación y la interacción es más cercana, porque aunque no se conozcan y no tengan lazos de sangre la unión simbólica es por el canto y el baile.

Por ello los jóvenes asistentes realizaron su escándalo, agitándose, bailando el *slam*, otros tratando de moverse al ritmo y la letra de una canción peculiar, creación de una tradición *chola* por la cercanía de Estados Unidos a través de la frontera.

El moverse y el transmitir esa “buena vibra” a todo el país fue la manera de celebrar los quince años *del Gran Silencio* en el escenario principal del Vive Latino. Cuando Cano menciona unas cuantas palabras para despedirse y finalizar su interacción con el público, parte de éste fue a realizar otras actividades, aunque la gran mayoría estuvo a la expectativa de la presencia de *La Maldita Vecindad*.

La particularidad que tiene esta agrupación fue que hacía una introducción a cada una de sus canciones con palabras dedicadas a cada sector de la sociedad, se podría hacer un análisis solamente de este evento, pero tomé los fragmentos cumbre que hicieron de esta presentación una interacción diferente con el público.

Desde el comienzo, el discurso de *Rocko Pachucote* es la de realzar los valores y la cultura popular, lo remarca en lo siguiente:

-Eso, ya se va sintiendo el calorcito directamente aquí en el Vive Latino, ¿cómo está la gente? (ovacionando es como reacciona el público). Para toda la cultura callejera, para toda la cultura popular, para la cultura que nace, crece en los barrios, en las comunidades, para toda la alegría y creatividad de nuestra gente en las calles, esto va para todos los comerciantes que andan por ahí en las calles anunciando sus productos y para toda la banda que con imaginación genera su propio alimento. Un gran circo es esta ciudad, banda-⁶⁵.

⁶⁵ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

La aprobación de la gente, como sus seguidores, estuvo presente de nueva cuenta en la ocasión social donde la multitudinaria ovación que recibieron fue pertinente para la interacción, haciendo un llamado a toda las personas que laboran de manera autónoma, formando parte de un discurso, pero a la vez siendo actores principales al ser mencionados.

La identidad de cada canción simbólicamente se encontró en su introducción, con esa breve descripción detalla que esta ciudad es un gran circo por la cantidad de diversidad cultural, en cuanto a los productos que se comercializan. Entonces, la fachada y la máscara de la canción evoca a la de los comerciantes que con alegría, creatividad e ingenio realizan productos novedosos. Musicalmente hablando esa es la parte simbólica en donde se realiza la interacción, porque las personas así lo aprobaron al ovacionar y continuar cantando.

Ya he mencionado que el lenguaje es importante a la hora de interactuar, ya que de esta manera se denota la identidad de los músicos, porque tienen una forma peculiar de llamar a sus seguidores, en este caso de *La Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio* es llamarlos “banda”, y así ha sido en los treinta años que tiene el grupo.

Partiendo del término “banda”, hubo un acercamiento al considerarlos amigos, imponiéndoles esa fachada, la máscara siguió siendo la misma porque para la agrupación, ellos se presentaron para un festival musical donde todos son espectadores, amigos de “toquines” que los han seguido en otros espectáculos.

Al continuar con su presentación, se habla de la trayectoria de la agrupación, de la cual *Rocko Pachucote* dice lo siguiente a su público presente en la quinceava edición del Festival Iberoamericano de Cultura Musical:

–Treinta años de grandes círculos de paz y baile, treinta años del tiempo viviendo en la memoria de la música mexicana como raíz esencial de nuestro trabajo, treinta años diciendo que un mundo donde quepan muchos mundos es lo que queremos, que no pensamos que nadie, ningún ser humano es ilegal, que queremos un mundo donde las fronteras no se construyan [con] muros para dividirnos, sino puentes para cruzarlos de ida y vuelta, en pocas palabras,

queremos un mundo donde todos los pata de perro podamos dar el *roll* sin ningún problema, raza, bienvenido en las peticiones⁶⁶.

Al hablarles de su historia como banda hay una identificación del público que los ha seguido por tantos años que ya se saben esos momentos importantes de la banda, puesto que los han acompañado; lo que funciona como información en la cual se puede comprender los treinta años de paz y baile, que no han sido fáciles por los vetos a la música *rock* y por ende a sus expresiones.

Hay que resaltar la importancia de esta banda para la música mexicana, como lo dijo *Rocko*, que es parte de las raíces de la música rockera con un sello característico por su fachada y su máscara de pachucos, que han empuñado por la libertad del pensamiento y el fomento a las culturas sin criminalizarlas al cruzar las fronteras. De nueva cuenta, es parte de una introducción a la melodía llamada “Pata de perro” con la que la gente emocionada ovacionaba y se reunía en círculos de baile para realizar los respectivos pasos del *slam*. En las gradas la interacción que se tenía era con la misma gente que estaba a los lados.

Todo esto parte de un proceso ritual en el se que implica a los actuantes como protagonistas en la escena, que no es el grupo, sino la gente que está realizando el concierto, por ello el espectáculo continúa lleno de energía, y en esos círculos de baile la juventud es parte de una interacción cara a cara, en la cual no se dice ninguna palabra, queda a interpretación por la proxémica y kinesia.

Al continuar con este proceso, es momento de hablar de uno particular, como es el recuerdo de los ancestros, parte fundamental de la identidad mexicana que recalca ciertos valores, para ello se realizó el cuadro 3.5⁶⁷ de la interacción Musical en el Festival Vive Latino 2014.

De esta introducción, se hace mención al ritual por el levantamiento de las manos como parte interactiva del discurso, en la cual se alejan las “malas vibras” y al estar “libres”, simbólicamente hablando, de la carga que cada

⁶⁶ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

⁶⁷ Revisar anexo 3, cuadro interpretativo 3.5 Interacción Musical en el Vive Latino 2014. (pág. 286).

individuo fue despojando, los hace relacionarse con su entorno, con una identificación por ser parte de esa práctica.

Luego entonces, la ocasión social continuó en la presentación, ya que existieron elementos que formaron una diferencia con las demás, y es precisamente que *La Maldita Vecindad* tiene en su historia la fachada de una cultura prehispánica, por ello es que se muestran identificados con ello y lo practicaron durante todo el concierto, interactuando con los jóvenes asistentes, invitándolos a ser parte de este proceso ritual, donde los actuantes principales siguieron siendo los asistentes.

Además, al haber estado presentes durante los movimientos sociales de los años noventa, no les puede ser indiferente el Zapatismo y las situaciones que han ido surgiendo últimamente, como las autodefensas, es por ello que interactuó *Rocko Pachucote* con el público diciendo estas palabras:

-Canción dedicada especialmente a todos los movimientos indígenas de México, al zapatismo, los compañeros purépechas de Cherán, a las fuerzas y guardias comunitarias, a todos los que están transformando este mundo y diciendo claramente contra toda manipulación mediática: no más violencia, no más sangre, no más injusticia, no más impunidad, que no se derrame ni siquiera una sola gota de sangre más- *Rocko* antes de comenzar la melodía y continúa –a ver quién salta más alto- y hay gente que lo sigue saltando, otros bailan a su manera.

Se hacen escuchar las palmas, ya que también *Rocko* hace la mímica de estar aplaudiendo, para después decir que “no más violencia en el mundo y un ya basta”, continúan con la canción motivando a la gente y pidiendo un aplauso para el Sax, quien es el encargado del saxofón⁶⁸.

En la interacción simbólica se están refiriendo a todos estos movimientos, por la importancia que tienen para la historia contemporánea de nuestro país, ya que manejan un discurso donde se marca la resistencia al poder, aunque no queda completamente claro, porque no pueden ser totalmente explícitos debido a los intereses de la empresa *OCESA* y de los realizadores. Pero lo que trataron de hacer es utilizar un poco el micrófono para que los jóvenes se mantuvieran atentos a la manipulación de los medios sobre la información.

Me parece interesante comentar este apartado, puesto que el festival se compuso en un principio por una idea contracultural, como ya lo había

⁶⁸ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

mencionado, pero al pasar los años, los intereses fueron modificando esa contracultura hasta volverla una cultura de masas, de la cual el festival está repleto.

Por lo tanto, la exigencia de no más violencia cayó en un reclamo social como actuantes, que implanta la semilla para generar cambios que tienen que trascender. La aceptación del público de este discurso es con ovaciones y aplausos y siguiendo las instrucciones de saltar para hacer vibrar el Foro Sol.

Rocko Pachucote sabe de la importancia que tiene la palabra y del uso que se le puede dar, lo demostró con cada una de sus intervenciones, tratando de generar conciencia social en los presentes, y lo siguió haciendo con las siguientes palabras que se analizaron en el cuadro 3.6 de Interacción musical del Festival Vive Latino 2014⁶⁹.

La continuidad de los movimientos sociales y el impacto de éstos en una parte de las artes, se refleja en la poesía de Javier Sicilia. *Rocko Pachucote* menciona a los actores sociales vislumbrando de nueva cuenta una pequeña posición política, en la que no se muestra ni a favor ni en contra, pero que encaja en el proceso ritual de la resistencia en un concierto masivo. También forma parte de él la fachada y la máscara, que son de un cantante de música que estuvo como creador de conciencias, compartiendo un poco de la situación social del país, aunque lamentablemente, fue por espacios cortos de tiempo, a manera de introducción para continuar el espectáculo.

-Muchísimas gracias al amor que todo lo abarca, por estos treinta años de música de pasión, de círculos de paz y baile. Muchísimas gracias a todos los corazones que durante estos treinta años nos han acompañado, han disfrutado nuestra música, nos han dado su cariño, su baile, muchísimas gracias a todas nuestras familias, a nuestras parejas, a nuestros hijos, a todos los que amamos que siempre nos han apoyado y están con nosotros aquí en esta celebración⁷⁰.

Esto fue el final de la presentación, ya que dedicaron las palabras al público que estuvo expectante de la última canción y que por alguna razón se intuía que sería “Kumbala”. Los agradecimientos a la gente que seguía en esa ocasión social especial y emblemática por demostrar sus sentimientos de

⁶⁹ Revisar anexo 3, cuadro interpretativo 3.6 interacción musical del Festival Vive Latino 2014. (pág. 288).

⁷⁰ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

apoyo y solidaridad, no sólo de sus allegados, sino de público que los ha acompañado.

Esa muestra interactiva de cariño la sintieron los asistentes, por eso se llenó de aplausos y algarabías en apoyo a *La Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio*. Sin estigmas y con un gran poder es que culminó la participación de esta histórica banda de la música *rock* en México.

Ahora nos adentramos al cuarto día del festival con la interacción de *La Gusana Ciega*, la cual está completamente marcada por los quince años del festival, es por ello que se tomó el siguiente fragmento en el cuadro 3.7⁷¹ de Interacción musical del Vive Latino 2014.

De esta manera, el grupo *La Gusana Ciega* es uno de los exponentes que comenzaron la travesía del Vive Latino, el relato de la trayectoria del mismo, así como de la propia banda, es la que se apodera en una constante interacción con el público, ya que es gracias a ellos que siga el festival.

La interacción social ha sido la misma desde hace quince años, en donde los actores se presentan a la obra y como antes, mantienen la misma fachada y máscara, y aunque sean los mismos roles de convivencia, no son las mismas personas, porque éstas han crecido y le han transmitido su música a las nuevas generaciones, por ello tienen una mayor aceptación de los asistentes.

Además, como el mismo vocalista lo dijo, se habían presentado en un escenario menor que ahora, por lo que se nota el crecimiento del festival. En cuanto al escenario y la interacción con un público mayor, se encuentran los seguidores de antaño y los nuevos en un mismo recinto.

Algo parecido sucede con el reencuentro de *La Ley*, ya que vuelve a los escenarios después de una larga ausencia, para interactuar con sus seguidores y los que no lo son, es por ello que está presente la diversidad

⁷¹ Revisar anexo 3, cuadro interpretativo 3.7 Interacción musical del Vive Latino 2014. (pág. 290).

musical, la cual ya se había abordado en el apartado de la identidad musical y la identidad nacional (Cuadro 3.8)⁷².

La interacción musical trasciende fronteras cuando el espectador está frente al escenario, donde se encuentra el artista, porque la interacción entre los actuantes no muestra relevancia por la nacionalidad, sino en la composición musical de las canciones e interpretaciones del músico, por ello se convierte en una interacción simbólica durante el concierto.

La identidad nacional es importante cuando los grupos hablan un idioma diferente y cuando es esencial para el proceso de comunión de la identidad ilusoria compartida que pasa por el discurso nacionalista o, como en el caso de *Placebo*, que trata de hacerse entender con algunas palabras en español, que son “malas palabras” o groserías que el público recibe con cariño, porque de esa manera al interactuar se crea el vínculo con una cultura e idioma diferente como lo es el inglés de los británicos al español del público.

Uno de esos ejemplos estuvo presente en lo siguiente:

-Gracias- dice Brian Molko en español, la gente se emociona y gritan aún más fuerte. El vocalista continuó diciendo –Y buenas tardes- se ve como jóvenes se estremecen y lo ovacionan de nuevo, mientras Brian siguió diciendo –Amigos y amigas; muchachos, muchachas; pendejos y pendejas, mi nombre es Brian y el nombre de mi grupo de *rock* es *Placebo* (haciendo énfasis con su dedo índice)- hubo una ovación que no paraba al escucharlo decir aquellas palabras en español...-Estamos todos esta noche fuerte como el amor- antes de que comience la siguiente canción⁷³.

La manera en que el vocalista de *Placebo* se apropió de algunas palabras españolas, fue lo que formó el puente de la interacción simbólica para una identificación con el público, ya que la cercanía que se estableció con las “malas palabras” es un punto de camaradería que los reconoce a todos como amigos.

La identificación e interacción simbólica estuvo presente en el significado de las palabras que utilizó el vocalista de *Placebo*, por ello se ganó la aceptación del público, no sólo por su trayectoria musical, sino por la importancia de crear lazos con cada uno de los asistentes, porque les dota un lugar preferencial

⁷² Revisar anexo 3, cuadro interpretativo 3.8 Identidad musical e identidad nacional en el Vive Latino 2014. (pág. 292).

⁷³ Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014, observación citada.

volviéndose una interacción cara a cara que cada joven presente adopta como propia.

La barrera del lenguaje no existe, porque los músicos del grupo *Placebo* se esforzaron en pronunciar esas oraciones en un pobre español, carente de reglas, pero que se entendió y que simbólicamente logró su cometido: hacer que los jóvenes pasaran un poco de su tiempo libre disfrutando de sus canciones, estrechando vínculos como actúantes en el concierto.

Esto es parte de la crítica que se le hace al Vive Latino: el incluir agrupaciones anglosajonas, que si bien carecen del dominio del español, se les invita para “enriquecer “ al festival de nuevas perspectivas musicales dentro del *rock*, pero que dejan de lado la identidad de un festival que ha sido catalogado desde el inicio como iberoamericano.

El párrafo anterior no quiere decir que no se pueda aprovechar la inclusión de nuevas expresiones musicales, sino que la interacción y la identidad se han visto modificadas por un negocio que debe crecer para poder sobrevivir, ya que los artistas de otras regiones del mundo que no pertenecen al universo iberoamericano, se limitan en ciertos aspectos, como en saludar, agradecer y decir alguna otra palabra que fomenta el consumo de los asistentes por esa identificación, pero que abandonó sus raíces.

El último grupo del domingo 30 de marzo de 2014 fue *Zoé* y con ellos se dio una parte de la interacción que ya he venido mencionando, porque poseen una máscara y una fachada que los identifica como mexicanos, no sólo por el *Poncho* que tiene puesto *León Larregui*, sino también por el lenguaje que utiliza.

De esta forma, la interacción entre todos los actúantes es cantar las canciones con las cuales se identifica el público, en la ovación y el apoyo de todos sus fanáticos ahí presentes que gritan cuando se hacen espacios de silencio.

El reconocimiento de los músicos hacia sus fanáticos se pudo ver en las siguientes palabras:

-Muchísimas gracias, querido México, muchísimas gracias.... Y ahora les voy a tocar una canción, bueno digo, les voy a tocar porque voy a empezar yo solo. Es

una canción que llevamos rato y que la teníamos ya como en el baúl, pero gracias a la insistencia de ustedes, de los fans, aquí está- Era la llamada “Paula” que tocaron en acústico⁷⁴.

Cuando *León Larregui* se dirigió a la gente lo hizo integrando a todas las personas, sin ninguna distinción, por la parte nacionalista y en agradecimiento por el apoyo brindado. La agrupación interpretó una canción simbólica para los asistentes y para la propia banda, ya que fue parte de sus primeros éxitos.

Ésta fue la forma en que la agrupación Zoé se acercó a su público, con la que produjo identidad a través de sus éxitos musicales, y en la que los jóvenes asistentes representaron parte de su identidad, pero al entonarlas con el vocalista se vuelve de nueva cuenta una interacción simbólica que trascendió el símbolo del engaño para interpretarlo en una interacción cara a cara con León.

Otro de los puntos clave de este concierto fue cuando el vocalista dio un discurso social, antes de una canción romántica llamada “Love”:

-Buenas noches, con esta canción nos pasamos a despedir, muchísimas gracias, por todo ese cariño, todo ese amor. Nunca se olviden de luchar, de seguir soñando. México es un gran país, es un gran pueblo, por favor, la esperanza es lo único que tenemos ya, y hay que luchar por eso, nos vemos pronto- La última canción era Love⁷⁵.

Con este llamado a los jóvenes trató de generar una identificación, a partir de un discurso nacionalista, para tratar de modificar el curso de este país, porque como actuante con un poder sobre las masas que lo escucharon pudo, insertar la semilla del cambio y dejar atrás la indiferencia, por ello llamó a no dejar de luchar y no perder las esperanzas.

La canción “Love” pertenece a uno de sus primeros discos que tuvo un gran éxito entre los jóvenes. Hacer ese tipo de declaraciones antes de una canción así, no sólo permea a la juventud que lo escucha, sino por la interacción del discurso, también a un público más amplio a través de la gente que lo escuchó de primera fuente.

Ésta es otra de las críticas al festival, porque el discurso político no fue tan enfático como en otras ocasiones, la situación social del mismo era

⁷⁴ Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014, observación citada.

⁷⁵ Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014, observación citada.

simplemente celebrar los quince años de un entretenimiento que algo aporta a la cultura popular, pero que debido a los patrocinadores, desecha otro tipo de discursos. Fue tan carente del discurso político, que lo único que se pudo escuchar sobre el tema fue la toma de protesta de Gustavo Díaz Ordaz, que carga con el estigma de represor de la juventud y de todas sus expresiones, culturales, deportivas y sociales. A continuación el fragmento:

“Tras la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de las leyes que de ella demanden, y desempeñar leal y patrióticamente el cargo de Presidente de la República que el pueblo me ha conferido, mirando en todos por el bien y la prosperidad de la Unión, y si así no lo hiciera que la nación me lo demande [...]” Al terminar las palabras de Díaz Ordaz, Cano dijo lo siguiente: -Ahora si mi gente, a chingar a su madre los pinches políticos mentirosos (ovación del público)- “Corrupción ska”⁷⁶.

Es importante mencionar al expresidente porque dentro de la historia de México fue el primer gobernante en prohibir el *rock* como expresión cultural, que después siguió sufriendo atropellos en las posteriores administraciones. Pero estas palabras nos recuerdan que la resistencia es una parte fundamental de la juventud, no del festival, porque éste lo ha agotado tanto, que no hubo expresiones de ese tipo en otro momento.

Las palabras del vocalista del *Gran Silencio* mostraron el rechazo y el vínculo entre público y artista en contra de los políticos y su doble moral, lo que revive a ritmo de *ska* con la canción “Corrupción ska”.

Por otra parte, dentro de la interacción individual pude encontrar algunos momentos en los que los jóvenes eran parte de un trance en sus bailes, en la manera que entonaban las canciones con las cuales se identificaron o simplemente con expresiones de los músicos

Desde la presentación de *Arcade Fire* es marcada la forma de interactuar de una joven, eso se encuentra desglosado en el cuadro 3.9⁷⁷.

Con las características señaladas en el cuadro anterior, es importante mencionar que cada persona vive su propio festival de una manera diferente, aunque haya similitudes, las diferentes experiencias no son iguales para todos ellos, porque cada uno se comporta de acuerdo a su personalidad e identidad.

⁷⁶ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

⁷⁷ Revisar anexo 3, cuadro interpretativo 3.9 interacción individual. (pág. 294).

Por lo tanto, la interacción de cada una de las personas que se observaron durante los tres días de asistencia al Vive Latino, tienen una manera diferente de convivir, ya que unos se expresan con el baile, otros simplemente mirando y cantando; los demás sentados en las gradas, realizando una actividad en particular como comer, beber o tomar lo que queda de su tiempo libre en fotografías y pláticas. Luego entonces, el ejemplo está en el cuadro 3.10⁷⁸

Después de revisar el ejemplo, puedo decir que no solamente su comportamiento era no verbal, sino que traspasó al nivel oral cuando dirigió unas palabras al vocalista de *La Gusana Ciega* desde su lugar con frases como “hazme un hijo”. Desde luego el grito de esta persona no pudo ser escuchado por el vocalista de la agrupación, porque la distancia era enorme comparada con la que el vocalista tenía con todas las personas a través del micrófono.

Este tipo de situaciones nos da a entender que en algunos casos no es reciproca la interacción entre el espectador y el artista, porque desde el individuo la distancia se encuentra marcada por la lejanía que hay entre los dos, por ello no se puede hablar de una interacción cara a cara, sino por parte de uno de sus seguidores, que en forma incluso íntima, realiza un grito simbólico que busca y desea esa cercanía, por el sentido del carisma.

La masificación de estos festivales tiene consigo problemas como la lejanía con el público, porque se crea una barrera, la cual no existió en los *hoyos funkys* o en las peñas, tampoco en *Rokcotitlán*. Estos eventos se caracterizaron por tener un acercamiento con la juventud que ahora no es posible porque se realizan en espacios como deportivos donde la distancia esta mediada por la cantidad de asistentes.

De esta manera lo comenta Araceli, una de las entrevistadas: “No es que sean en foros, tal vez se hacen como en deportivos o cosas más pequeñas, son eventos pequeños”⁷⁹, es ahí donde la interacción cobra mayor importancia, porque además, los lazos de una identidad grupal se fomentan y crecen.

⁷⁸ Revisar anexo3, cuadro interpretativo 3.10interacción individual. (pág. 295).

⁷⁹ Entrevista Araceli, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Pero, al Vive Latino se va a consumir e interactuar, y la manera de hacerlo es por parte del baile y la música como lo pude constatar en la observación participante con registro del día 28 de marzo de 2014:

[...] la gente se encontraba cantando la letra de la canción a la par que el vocalista, bailaban a un ritmo más lento, tal es el caso de una chica de verde sin mangas que estaba al frente de mí, movía su torso de lado a lado de una manera lenta, otra chica de cabello afro y de playera blanca cantaba la canción con sentimiento. Otros sólo estaban parados observando al artista⁸⁰.

Al contonearse están interactuando con el artista de una manera no verbal, pero que demuestra que las palabras del músico les inspiran y dotan de emociones y sentimientos. La lejanía es simbólica, así como las letras de las canciones, porque mientras esas chicas bailaban se apropian del símbolo de la canción que los representa por alrededor de tres a cuatro minutos, por lo que se vuelven cercanos y al finalizar, las distancias vuelven a cobrar sus dimensiones.

Y ya que estamos con las distancias, cabe señalar un acontecimiento que sucedió en las gradas, que está asentado en el cuadro 3.11⁸¹ de la Interacción Individual.

Como se puede ver en el cuadro, la interacción meramente con los demás asistentes al Festival Vive Latino hizo que estas personas cerrarán su núcleo, porque estaban apartando sus lugares para poder contemplar las presentaciones a gusto sin tener que estar disgregados por todo el foro. De esta manera la individualidad se contrapone a la masa.

Otras maneras de interactuar con los asistentes fue el de las peleas que se han visto en otras ediciones del mismo festival, como lo comenta nuestro entrevistado en lo siguiente “Hace como dos años nos tocó ver dos, tres madrizas, pero sí se controlan rápido”⁸².

La interacción que se lleva a cabo dentro del Festival Vive Latino tiene sus particularidades y generalidades musicales, grupales e individuales, pero

⁸⁰ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

⁸¹ Revisar anexo 3, cuadro interpretativo 3.11 interacción individual. (pág. 297).

⁸² Entrevista C. Mendoza y Alejandro, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

independientemente de ellas, la interacción está ampliamente ligada a la identidad del festival y de los individuos que asisten.

Por lo tanto, es de llamar la atención el proceso de interacción que se llevó a cabo durante las presentaciones, ya que ese vaivén de simbolismos dentro de las interpretaciones y el lenguaje hicieron que la comunicación entre los asistentes y el músico o el mismo festival les mandara el mensaje de consumir.

6.3 Consumo del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino 2014

El consumo como tal del Festival Vive Latino tiene un proceso que inicia con la necesidad de querer asistir a él, por múltiples razones, desde el gusto por la música *rock* y por los grupos, porque es ya es un punto de referencia en cuanto a festivales de música o porque está de moda, entre otras razones.

Al abordar el consumo cabe señalar que éste puede ser motivado por una necesidad falsa, creada por una ideología que se basa en el aprovechamiento del tiempo libre y por ende, en el entretenimiento de un sector de la población, en este caso los jóvenes.

Cuando se habla de la juventud es importante resaltar que esta es una etapa que no está definida de forma física, como lo es la adolescencia, sino es una edad social (como lo menciona Piña, 2004), determinada por la cultura a la cual se pertenece, por ello es que ser joven implica prácticas, hábitos y creencias, las cuales están presentes en el consumo.

Este concepto según Néstor García Canclini se define de la siguiente manera: “[...] el consumo sirve para pensar [...] cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad, en la que combinamos lo pragmático y lo disfrutable” (García, 1995:19).

Al tomar en cuenta lo anterior, la juventud comienza a tener un perfil de hábitos de consumo, en el cual se hacen estudios de mercado para poder acceder a los gustos de cada sector de la población joven y crear esas necesidades falsas que los atrapen en un vórtice de consumo interminable.

Las falsas necesidades “[...] son aquellas que intereses sociales particulares interponen al individuo para su represión: las necesidades que perpetúan el esfuerzo, la agresividad, la miseria y la injusticia” (Marcuse, 1993:35).

Por ello, el Festival Vive Latino tiene las características para ser un artículo expresamente dirigido a los jóvenes que desde sus inicios se vendió con la idea contracultural de lo que fue el *rock* nacional en los años setentas y ochentas, con las leyendas de las bandas emblemáticas y con los pocos talentos que surgieron después de ellos, y por la inexistencia de otro festival musical desde Avándaro en 1971.

Ahora que han pasado quince años desde la creación del festival, éste ha sufrido cambios, en los días en que antes se llevaba a cabo, la comida que vendían, el precio del boletaje, los escenarios, etc., y la gente sigue acudiendo, porque es una necesidad que quieren cubrir y las ganas de asistir se disparan, ya que en la actualidad la identidad se vincula al consumo, es decir, que los jóvenes son lo que consumen.

Pero no sólo eso, la industria de consumo que se ha hecho presente dentro del Vive Latino es enorme, ya que año con año se van renovando y tienen nuevas ideas para vender satisfacciones que la gente consume, ya sea en la oferta de los alimentos y las bebidas o en los *souvenirs* que pertenecen al festival.

De esta manera es que los asistentes al festival conforman a una identidad desechable que inicia con la necesidad de asistir al evento y culmina al salir del concierto, en este caso el Foro Sol. La identidad desechable se va diluyendo conforme pasa el tiempo y el individuo se aleja del espacio temporal que fue asistir al Vive Latino.

Esta identidad desechable tiene un tiempo estimado de duración que se enfrenta a las prácticas identitarias constructivas, ya que éstas forman parte del proceso identitario de la juventud.

Retomando el precio del boleto para acceder al festival, cabe señalar que han sido varias las opiniones que se encontraron a través de las entrevistas realizadas, porque las prácticas de algunos de los jóvenes fue la de revender el boleto, como fue el caso de lo que observé fuera de la Ciudad Deportiva:

Me pude percatar que el joven al hacer esto llamó la atención de una pareja de jóvenes que le preguntaron sobre cuánto quería, el vendedor se les acercó y les dijo que quería 350 y los posibles compradores desecharon la posibilidad de adquirirlo⁸³.

La reventa de los boletos es una práctica ya consolidada en muchos eventos masivos, penalizada por la ley, ya que se abusa y se sobrevalora el evento y el precio sube exponencialmente.

Sin embargo, en la observación se llegó a constatar el caso de la devaluación del precio al vender el boleto del día en \$350 cuando el boleto en las taquillas llegó a oscilar entre los \$700 pesos sin cargos extras por *Ticketmaster*. Por ello me encargué de realizar las gráficas comparativas del precio del boleto cuando el evento fue lanzado en preventa entre el 11 y 12 de diciembre del 2013 para los usuarios de *Banamex*, y a pocos días de realizarse el concierto los precios son otros.

Hay que tomar en cuenta que el 18 de febrero se llevó a cabo la promoción de 2x1, y aplicaba para todos los boletos, la cual duró aproximadamente dos horas y media. Esto marcó un antecedente en el costo del boleto, porque entre más cerca estuvo la fecha del festival 2014, más se iba sobrevalorando el costo del boleto.

Cabe señalar que el salario mínimo durante el 2014 en el área "A" fue de \$67.29 y para el área "B" fue de \$63.77 pesos. El Distrito Federal se encuentra en la primera zona, así como las ciudades de mayor índice poblacional como turístico (Consami, 2014). En la tabla de la siguiente página se pueden ver los gastos que implicó asistir al Vive Latino.

A partir de ella, podemos darnos cuenta de que no es nada barato asistir al Festival Iberoamericano de Cultura Musical, ya que los costos fueron más altos conforme pasaba el tiempo, cabe señalar que después de la promoción, los precios que se encuentran en la tabla no cuentan con los cargos extras que impone el servicio de *Ticketmaster*. Ahora, regresando al chico que intentó vender su boleto, lo rebajó más de \$150 y no pudo lograr su venta debido a que fue detenido por policías que se encontraban en el lugar, para evitar la

⁸³ Observación participante con Registro, 27 de Marzo 2014, observación citada.

reventa. Cabe señalar que los revendedores que encarecían el precio del boleto, los ofrecieron todos los días impunemente.

Tipo de boleto	Precio normal
Boleto Individual General por 1 Día	\$580
Boleto Individual Platino por 1 Día	\$950
Abono General 3 Días (a escoger 3 de los 4)	\$1,500
Abono General 4 Días	\$1,800
Promoción 18 de Febrero 2x1	Todos los boletos a 2x1
Boleto Individual General por 1 Día (viernes y domingo)	\$700
Boleto Individual General por 1 Día (sábado)	\$800
Boleto Individual Platino por 1 Día	\$950
Abono General 3 Días (a escoger 3 de los 4)	\$1700
Abono General 4 Días	\$2000

Pero la pregunta esencial es: ¿cuál es la percepción del precio del boleto para los asistentes de este Vive Latino 2014? Como el consumo abarca desde la compra del boleto, éstas son algunas de las opiniones que me dieron las personas entrevistadas dentro del festival:

La primera de ellas es de Julio Griffin:

Bueno, en mi caso compré el abono de cuatro días y gracias a la promoción que tuvo el Vive Latino de comprar el día Vive Latino, compre los boletos de cuatro días que me salió al precio de dos días entonces dije “yo iba por el boleto de abono de tres días pero el jueves, por ejemplo, el jueves con *Odiseo*, con *Mooi*, o sea muchas bandas que dices “no las voy a ver en un instante”, pero ya las estás viendo y dices “gracias” entonces yo sí fui por el abono de tres días, pero sí compre como que el abono de cuatro días gracias a la promoción del Vive Latino [sic]⁸⁴.

⁸⁴ Entrevista Kevin y Julio, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

Desde su perspectiva del consumo del festival por el boleto, le pareció bien la promoción, ya que él iba a comprar otro tipo de boleto más barato que el que terminó adquiriendo, de esta forma se siente agradecido porque así puede disfrutar de otros artistas que, de no ser por la promoción, no hubiera podido ver, pero aquí es donde nace la pregunta: ¿esto es parte de un proceso mercantilista para que la gente crea que está pagando menos para ver más? La respuesta es que sí, porque tomando la perspectiva del capitalismo, el flujo del dinero tiene que continuar y ofrecer servicios para la gente, en este caso el aprovechamiento de su tiempo libre a través del pago de un evento que les proporcionará entretenimiento.

Lamentablemente, estas estrategias de consumo logran su objetivo, ya que el público cree estar pagando menos de lo que recibió en cuanto a la música que fue a escuchar, es un engaño como cualquier otra promoción de un supermercado, pero esto no se analiza, porque la perspectiva de la gente es que tendrá más de lo que está pagando.

Entonces, al continuar con la entrevista a Julio Griffin, él comenta sobre el precio del boleto:

Bueno siento que es un precio accesible a pesar de que, bueno, para mucha gente les hace caro, siento que por ejemplo ver a bandas como *Arcade Fire* ayer, que lo ves a \$900 en un Palacio de los Deportes, pero aquí a \$700 y a parte ves a bandas que te gustan y que vas a echar lo que es [sic]⁸⁵.

Esta persona realiza un balance entre ver a un solo grupo o ver a varios por el precio más bajo, que es precisamente una estrategia de mercadotecnia, porque los asistentes le están dando un valor de uso y un valor de cambio diferente al que realmente tiene, y con la idea de asistir al festival se olvidan que están pagando más que en otras ocasiones y agradecen por el costo.

Esto lo comento porque están manejando la música como un bien de consumo masivo, sin considerar la calidad de las melodías, sino únicamente la cantidad que pudieron escuchar los asistentes, y esto justamente un aspecto que puedo criticar del Vive Latino 2014, porque se encuentra ofreciendo una cantidad de músicos, pero deja de lado la calidad y eso resulta en un festival desgastado que ha perdido su identidad con el pasar de los años.

⁸⁵ Entrevista Kevin y Julio, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

Pero los nuevos asistentes defienden el concepto de pagar por ver a muchos artistas, la unidad de grupo es extraña, ya que no se refiere a las canciones, ni a la preferencia de las composiciones, sólo a cuántos grupos puedes ver y anteponen lo cuantitativo a lo cualitativo al hablar de arte, lo que parece una contradicción, como comenta Claudia en lo siguiente:

No se me hace tan manchado, porque a fin de cuentas siendo un festival de todo el día y ver a grupos en uno mismo creo que lo vale, porque hay veces un solo grupo [sic]... si a veces el boleto viene saliendo de 300 a 500 pesos y vienes aquí en los 500 y pico que es en taquilla, pues yo creo que si son buenos grupos⁸⁶.

Comparte la misma postura de Julio Griffin, quien también prefiere pagar un poco más por el festival, en el que se ha creado la creencia de que estás pagando menos de lo que costaría realmente porque la oferta de grupos musicales es mayor. Y el que la gente esté aceptado pagar ese tipo de precios fomenta el círculo de consumo, porque responde a la demanda y esconden un trasfondo meramente mercantilista.

El gusto por la música lleva a esta gente a consumir el festival sin darse cuenta que no están ofreciendo diversidad y novedad musical, sino los mismos refritos de siempre, y algunas otras bandas que la gente está gustosa de ver como lo dice el entrevistado Roberto Anaya a continuación:

Yo creo que está bien para la cantidad de bandas que hay para los días que son, creo que está bastante accesible. Creo que si bien se ha ido incrementando como en los últimos años, creo que aún está entre las posibilidades de lo que la gente gana y poder venirse a divertir⁸⁷.

Tiene conciencia sobre el incremento del precio del boleto y que es una forma de entretenimiento y pasar el tiempo libre, aprovechando la oferta musical con las múltiples bandas que se presentan. Pero volviendo al meollo del asunto, el consumo es uno de los brazos del capitalismo y gracias a éste es como se creó el festival, porque desde un inicio fue un negocio en el que no existían otras ofertas musicales y apenas habían pasando unos diez años de haberse levantado el veto a la música *rock*.

⁸⁶ Entrevista Claudia y Estefani, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁸⁷ Entrevista Roberto Anaya, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

La identidad del festival, así como la interacción a través del tiempo han ido cambiando, y en cuestiones de consumo lo ha hecho desde el precio del boleto, por lo que es de llamar la atención el comentario de Alejandro en lo siguiente:

[...] están mucho mas caros los festivales, pues el precio de este festival no se me hizo tan caro en realidad porque cuando vienes a ver a *Nine Inch Nails* que ha venido en ocasiones anteriores solos, los cobran más caro, incluso si quieres estar hasta delante sale más caro el boleto. Igual *Arcade Fire*, ha venido en ocasiones anteriores igual sale [sic], sale más caro, no se me hace tan mal. Estuvo aceptable⁸⁸.

La realidad es que no se están consumiendo a los músicos iberoamericanos, sino que la juventud está asistiendo al Vive Latino 2014 porque querían ver a los artistas estelares que en su mayoría eran anglosajones. Esto es realmente lamentable, puesto que ahí una vez más queda clara la pérdida de identidad del festival y el desgaste que esto le genera, respecto a su público inicial, ya que responde ahora a otro público con un poder adquisitivo mayor y gustos musicales de corte comercial.

Así repentinamente, el festival ya no es en su totalidad Iberoamericano, sino que ahora explota otros terrenos musicales, que se pueden apreciar como cultura general, pero que dañan la identidad del festival, tal como lo mostré en la gráfica 2.2 Identidad Musical Vive Latino 2014 (pág. 161).

El contraste de las opiniones se da a notar con el comentario de Morfeo, porque:

Yo considero que el precio fue como dice “el bueno” para las bandas, pero como que lo considero muy elevado, por ejemplo: para la gente que regularmente viene al Vive. O sea que por ejemplo, otros años más barato y o sea como que eso sí no me [sic]... como que me pareció muy elevado el precio⁸⁹.

De esta manera es que Morfeo pone en boga a la estratificación social, ya que no es tan fácil para todas las clases sociales poder acceder a la compra de un boleto que les repercute en sus gastos personales, familiares u de otra índole. Es por ello que al ponerse a reflexionar sobre la gente que tiene escasos recursos, el precio del festival representa un abuso.

⁸⁸ Entrevista Morfeo, Aarón, Alejandro y Mateo 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁸⁹ Entrevista Morfeo, Aarón, Alejandro y Mateo 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Las bandas estelares son las más beneficiadas en cuanto a los costos de los boletos, porque representan el mayor gasto para los organizadores, sin dejar de lado la producción. Pero lo realmente alarmante es, como afirmé antes, que con este tipo de aumento de costos, el público al cual se dirigía el Vive Latino se ha modificado y las personas que antes podían pagar el boleto ahora lo encuentran caro. Como es el caso de Raúl que dice lo siguiente:

Lo sentí un poco elevado, porque hoy que estuve checando ya está en 960 por un solo día y pues como que no se me hace muy justo⁹⁰.

O como lo dice Araceli:

Creo que ha aumentado, significativamente han elevado mucho los precios a comparación de años pasados. Sí está más caro⁹¹.

De esta manera se comprueba que el festival ya no está dirigido al mismo público, el cual pagaba una cantidad módica para poder divertirse. Aunque hay que señalar que los costos de producción de un festival son caros, no lo son tanto como para abusar de la necesidad falsa de entretenimiento masivo que se les inculca a los jóvenes hoy en día, la necesidad de ver más, contra la de construir y recrear la identidad musical.

Ahora bien, cuando hablamos de las necesidades según la pirámide de Maslow, las necesidades básicas son las primeras que se deben cubrir para que las personas tengan un buen desempeño, porque son esenciales para el cuerpo humano y su funcionamiento.

Es por ello que la necesidad verdadera de alimentarse y mantenerse hidratado es algo con lo que se tuvo que lidiar durante el festival. Sacar el hambre y la sed son los principales objetivos que la gente quiso cubrir, por ello el negocio de los alimentos dentro del Vive Latino no se hizo esperar, porque tuvieron otras ofertas de las que ya se conocían. Los datos de la siguiente tabla los recabé en la observación participante con registro en la que se muestra información sobre el precio de algunos alimentos que se vendieron en sus quince años del festival Iberoamericano de Cultura Musical:

⁹⁰ Entrevista Raúl, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁹¹ Entrevista Araceli 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Comida y bebida	Precio
Agua embotellada de 500 ml	\$35
Cerveza de barril (1 vaso)	\$90
Cerveza Normal (1 vaso)	\$80
Donas Glaseadas	s/p
Doritos Nachos (Sabritas, bolsa mediana)	\$45
Hamburguesa doble	arriba de \$100
Hamburguesa sencilla	\$55
Hot dog	\$45
Mezcal enmascarado	s/p
Nieve de limón	\$30 aproximadamente
Paletas de hielo	\$25
Pizza individual de Domino's pizza	\$60
Refresco de lata 350 ml	\$35
Sopas Maruchan	\$30

Al tomar en cuenta los precios de la comida y bebida antes señalados, se muestra que el alimentarse y mantenerse hidratado es cuestión de llevar dinero, porque los costos son elevados. Todo depende de un negocio, y la forma de tener ganancias es sobrevalorando los productos, y al no permitir el acceso de alimentos ajenos al inmueble, la gente tiene que consumir para satisfacer su necesidad primaria.

Lamentablemente, de esta forma es como se nota el abuso al asistente, porque simplemente están casi cuadruplicando el valor de una botella de agua que en las tiendas está a menos de \$10.

Es una situación similar lo que pasa con los demás productos alimenticios, se les dota de un valor simbólico para que la gente los adquiera no para saciar su

necesidad, sino con la idea principal de consumir siempre queriendo más y debiendo comprarlo.

Esta es una de las razones por las cuales, los vendedores de todas las marcas de comestibles no dejaban de recorrer el inmueble durante todo el festival, haya o no artistas cantando en el escenario, ya que siempre había alguien que pudiera ofrecer algún tipo de alimento, ya sea pasando a tu lugar o que uno fuera a los lugares establecidos debajo de las escaleras del Foro Sol o al exterior del mismo para llegar a una parte del Autódromo Hermanos Rodríguez.

La experiencia que deja es que sin importar dónde uno se encontrara, siempre había un vendedor como en el caso relatado en la observación participante con registro:

Hubo personas que decidieron irse a otro lugar o cambiar de escenario, los vendedores recorrían los espacios que había entre el público, entre palomitas, cerveza, mezcal, sopas instantáneas y muchas cosas más, algunos detenían a los vendedores y les compraban, otros sólo estaban atentos a la música que estaban escuchando⁹².

Las acciones antes relatadas cuentan de una interacción en el consumo de parte de los asistentes y los vendedores, que se van promocionando con sus gritos característicos de los alimentos que venden, los asistentes hacen lo propio comprando a través del intercambio del dinero por un producto o ignorándolos y prestando mayor atención al espectáculo.

Precisamente, los vendedores llegaban a todos los puntos donde hubiera el mínimo número de gente, incluso mostrando habilidad para pasar entre las personas que estuvieron sentadas en las gradas, una habilidad que menciono a continuación:

Mientras en las gradas, cabe señalar que me encontraba en la segunda escalera de las mismas en el lado izquierdo, por otro lado había gente que se iba, otros llegaban y los vendedores de *pizza* hacían su aparición, ahí fue cuando por primera vez vi al vendedor de donas glaseadas cubiertas por un plástico transparente y que con la habilidad de sostener la bandeja alargada de unas aproximadamente 12 donas en ese recipiente las iluminaba con una lamparita mientras las anunciaba y se movía con facilidad entre los escalones y asientos de las gradas⁹³.

⁹² Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

⁹³ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

Todos los vendedores buscan una interacción sobre el consumo entre el cliente y ellos, que por supuesto no hacía falta, porque hubo mucha gente interesada en adquirir sus productos sentados en las gradas, tomando en cuenta la parcial comodidad de no estar parados y así comer a gusto.

En el caso del vendedor de donas glaseadas hay que destacar su labor de interacción con la gente a la hora de concretar una venta, porque mientras iba caminando e intercalándose por las gradas mostraba su linterna, y como lo mencioné en la cita de arriba, sostiene su bandeja mostrando su producto a los posibles compradores.

La crítica que se le hace al festival, en cuanto a la logística de los alimentos que se venden, es que el producto se encuentra encarecido y su precio es elevado, ocasionando que definitivamente no sea para todo el público, como lo mencionó una de las informantes entrevistadas con el siguiente comentario sobre la comida: “También están muy elevadas... un espagueti en 70 pesos, creo que sí estaba exagerado. Unos nachos en 40 igual”⁹⁴.

Se estuvo anteponiendo el negocio al consumo de la expresión artística, incluso soslayando la capacidad del consumidor para comprar los alimentos que saciarían sus necesidades. De esta manera, los realizadores del festival se mostraron nuevamente a favor del negocio redondo que representa la industria de los alimentos en la cual no se respetó una capacidad adquisitiva incluyente, sino segregada a algunas clases sociales que pudieron darse el lujo de pagarlo.

A todo esto hay que mencionar lo que piensan los jóvenes entrevistados sobre los precios de la comida, comenzando por Alejandro quien dice que “ya vienes mentalizado que vas a tener que comer, a tener que comprar algo para comer aquí adentro entonces”⁹⁵.

Entonces tomando en cuenta lo que dice Alejandro, si los jóvenes se tienen que mentalizar para consumir poco o mucho y catalogarlo dentro de sus

⁹⁴ Entrevista Flor, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁹⁵ Entrevista C. Mendoza y Alejandro 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

gastos, esto representa algo que requiere una planeación dentro de sus gastos y si realmente se cumplieron sus expectativas en cuanto a las compras.

C. Mendoza, amigo de Alejandro, comenta que “mínimo gastarte 100 varos en una hamburguesa o en unos tacos de canasta”⁹⁶, eso en cuanto a la comida, por lo que si piensan degustar los alimentos que ofrece el festival hay que tener la previsión de llevar más dinero de lo planeado.

Ahora bien, la bebida es importante porque la mayoría de las personas piensa en estar hidratados, ya que al cantar se necesita líquido para mantener la garganta fresca, y qué mejor que hacerlo con cerveza, que obviamente presenta una inflación con respecto a su precio normal en las tiendas, porque mientras en esos lugares se encuentra a no más de \$35 contando el importe, en el festival la vendieron al doble de ese precio en vasos de cartón, mientras que la cerveza de barril tenía un precio más elevado debido el vaso plastificado con la imagen del festival.

C. Mendoza menciona algo precisamente relacionado con el sobre el consumo de cerveza fuera y dentro del Vive Latino: “Sí, el precio es más accesible [afuera], ya llegabas aquí y te tomabas una y ya estabas hasta la madre, la verdad... ya no gastabas 500 pesos pa [sic] ponerte hasta la madre”⁹⁷.

En anteriores Vives Latinos se permitía beber en las inmediaciones de la Ciudad Deportiva, pero después se cancelaron esos giros y como lo dijo C. Mendoza, el gasto era menor, porque el precio de las cervezas era menor que adentro, eso implicaba que si la gente ya había consumido bebidas fuera no comprarían las que vendieran dentro, ya que una de las fuentes de ingresos para el festival es la venta de cerveza. Al cerrar estos lugares sólo quedan espacios que la propia juventud se apropió como el estacionamiento del Foro Sol, pero a éste sólo se puede acceder si se lleva automóvil, por ello no todas las personas pueden ingerir bebidas ahí.

El uso del estacionamiento como espacio para los jóvenes es algo que ya se ha discutido en el apartado de la identidad, pero que entra a colación por los

⁹⁶ Entrevista C. Mendoza y Alejandro 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁹⁷ Entrevista C. Mendoza y Alejandro 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

hábitos de consumo de la juventud, que precisamente utiliza estos espacios en donde forma lazos estrechos con sus acompañantes en la medida que interactúan, porque estuvieron creando un recuerdo en común.

La práctica de beber dentro del festival es algo normal, ya que además de satisfacer la necesidad de quitar la sed, es parte de un proceso ritual de interacción y de consumo de los jóvenes asistentes, y ahora también le agregan un sentido simbólico al consumir la cerveza en los vasos de edición especial, como nos comenta Gaby y sus amigos en la entrevista realizada dentro del Vive Latino:

Depende en día, por ejemplo: un día 1,800 [pesos] y otros 100 pesos, depende con quién vengas y depende cuánto vayas a tomar, si traes coche o no traes coche. O sea, ayer nos gastamos fácil entre cuatro personas, fácil 3,000 pesos, 4,000 pesos y hoy 100 pesos, es lo que te digo, depende⁹⁸.

Con estas cantidades de dinero que se gastaron entre Gaby y sus amigos, cabe señalar que el consumo por persona en cuestión de números sería de mil pesos aproximadamente para satisfacer sus necesidades, ya sean falsas o verdaderas, ejerciendo el poder del consumo e interactuando con los objetos adquiridos, por lo tanto, cosificaron su consumo a través de la adquisición de bienes.

Kitsia agregó en la entrevista lo siguiente: “Pero en promedio te gastas como 1.500 [pesos]”⁹⁹, de esta forma se nota completamente que el festival Vive Latino es una industria cultural completamente establecida, por que mantuvo una oferta de objetos espectacular en comparación a otros años.

Basta ver la cantidad exorbitante de marcas y patrocinios con los que contó durante el 2014, para saber que la importancia del festival es venderse. Cuando hablamos de la identidad del festival, éste tenía inicialmente una bandera contracultural, que solamente fue una pantalla de humo para atraer a la juventud en resistencia de aquellos años, y que poco a poco se ha ido esfumando para consolidarse como una ciudad miniatura de consumo para todo aquel que entró a celebrar sus quince años.

⁹⁸ Entrevista Kitsia, Gaby y Pablo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

⁹⁹ Entrevista Kitsia, Gaby y Pablo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Los patrocinios fueron por parte de tenis *vans*, *telcel*, cerveza *indio*, *food trucks*, librería *Gandhi*, y hasta marcas personales de los propios artistas, entre muchos otros, satisfaciendo las necesidades falsas de una comunidad que se hizo consumista por el grado de su poder adquisitivo.

Los productos que se ofertan al público para mantener el recuerdo y la identificación de haber estado presente en la quinceava edición del festival son variadas, pero no todos los bolsillos los pueden adquirir ya que los precios oficiales de las mercancías son exorbitantes.

A continuación se muestra una tabla de los precios con los artículos oficiales del Vive Latino 2014 que hay que resaltar:

Recuerdos o <i>Suvenir</i> Oficiales del Vive Latino 2014	Precio
Bolsa	\$150
Bolsa agua	\$50
Caratula Iphone	\$200
Cilindros	\$250
Chamarra	\$490
Encendedor	\$200
Gorra	\$250
Llaveros	\$80
Playeras	\$300
Pulseras	\$20
Set de botones	\$160

La tabla anterior señala que los recuerdos o *souvenirs* son parte importante del consumo de los asistentes, puesto que es la forma en que se afianza el vínculo de haber pertenecido a un momento histórico dentro del festival Vive Latino 2014, que los dota de identidad como individuos pero que también comparten entre sí.

Esto determina la importancia de adquirir los productos, y mejor si son los oficiales, pero de nueva cuenta entra la clase social, ya que no todos pudieron pagar esos precios, de esta manera es como algunos de los asistentes se mostraron reacios a comprarlos dentro, ya que afuera de la Ciudad Deportiva estuvieron presentes los vendedores ambulantes que tienen los mismos productos pero con precios accesibles.

Aun así, hay jóvenes que no pueden adquirir las mercancías y tienen que tomar la decisión de comer o adquirir algún recuerdo, porque ocurre como menciona Claudia, informante dentro del festival Vive Latino 2014, en lo siguiente:

Efectivamente son muy elevados, la verdad es que se manchan porque es la verdad [sic] muy ojetes los precios, y como no dejan pasar nada, pues es obligatorio que consumas aquí, pero la verdad es que son manchadísimos [...] Igual, no puedo creer que una botella que en la tienda está a cinco pesos la de 500 ml aquí te la den en 30 pesos [...] Es que es eso, o comes o te compras algo o te hidratas¹⁰⁰.

Esta es la cruel realidad del Vive Latino, un festival que pasó de propuesta musical hacia finales de los años noventa a una industria de consumo desmedido que no le interesa el contenido que estuvo ofreciendo para su quinceava edición, sino la idea que prevaleció fue la necesidad de construir un evento con miras mercantilistas que se apoderó de las necesidades básicas de los jóvenes asistentes.

Sobre los precios exorbitantes del festival, resulta un abuso para el público que hizo sus esfuerzos para asistir al mismo y que al ver los altos precios de las cosas, tiene que poner en una balanza las prioridades de lo que consumirá. Esta situación es por demás elitista porque deja fuera otro tipo de necesidades y divide al público entre el grupo de los que se llevan un recuerdo de su presencia en la quinceava edición del Festival Vive Latino y los que no.

Precisamente los *souvenirs* forman parte de este festival para legitimar la presencia de los jóvenes que asistieron, porque no es el hecho de haberlo adquirido o el objeto en sí mismo, sino por recordar que se fue parte de los quince años del Vive Latino.

¹⁰⁰ Entrevista Claudia y Estefani, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

Cabe señalar que dependiendo de la frecuencia a la que se ha asistido al festival es el consumo de los mismos recuerdos, un ejemplo lo da C. Mendoza al decir: “Pero yo pienso que la gente como que, bueno al principio como que sí venías y comprabas muchas cosas, pero como fueron pasando los años ya no compras tazas o así [sic]. Ya nada más lo necesario”¹⁰¹.

Con lo anterior podemos darnos cuenta de dos cosas, la primera es que los jóvenes que han asistido al festival Vive Latino en varias ocasiones tienen menor interés en adquirir los *souvenirs*, frente al grupo que es su primera vez en el festival o cuya asistencia no es recurrente y aún compra cualquier objeto que le agrade. Y en segundo lugar se encuentra la estratificación social la cual tiene que ver con el poder adquisitivo de los asistentes, ya que si éstos no tienen el dinero para poder comprar una playera o algún otro objeto que haga recordar su presencia en el festival, vuelve a él con las ganas de adquirir algo o sin deseos de adquirirlas. En contraposición están los que tienen el dinero para comprar y lo hacen.

Pero mas allá de quedarnos con los fetiches que adquieren los jóvenes para legitimar su presencia en un festival musical, está el consumo cultural que tienen frente a los artistas que les gustan, desde luego en las canciones, pero también en *posters*, discos, playeras, y claro, en su presentación durante el festival.

Abordar el consumo cultural de los jóvenes que asistieron a ver a sus artistas, y que seleccionaron previamente a su presentación, quiere decir que existen procesos de identificación de los asistentes con los músicos que van a ver, por lo tanto, hay una interacción simbólica que comienza desde la adquisición de alguno de sus discos o canciones por cualquier medio hasta que los ven en sus presentaciones.

Simbólicamente, escuchar la canción mediante un reproductor de mp3 forma un vínculo de identificación basado en experiencias y valores que trasciende si es del gusto de quien lo escucha, de esta manera se tiene una relación de músico-individuo por medio de las canciones.

¹⁰¹ Entrevista C. Mendoza y Alejandro 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Ahora bien, al llegar a la presentación dentro del Vive Latino, el lazo se vuelve más estrecho, porque la interacción se vuelve cara a cara, en donde el artista le está hablando a un Foro Sol lleno, tornando individual la interacción con las personas presentes, es por ello que la respuesta del público retumba, porque son miles de voces que aclaman al mismo tiempo a un artista con el cual tienen una identificación simbólica.

Pero para que exista esta identificación, el artista se tiene que hacer difusión y la manera de lograrlo es por medio de la publicidad, la cual nunca faltó en el Vive Latino, ya que en las pantallas de los escenarios aparecían *spots* publicitando bandas que tendrían otras presentaciones después del Vive Latino en otros foros. Un ejemplo es el siguiente:

Las pantallas del escenario Unión Indio hacían promoción de espectáculos posteriores que se realizarían en otros recintos operados por la empresa OCESA, mostrando la cartelera de conciertos, además de dedicar un espacio para pasar opiniones de diferentes personas sobre los quince años del festival [...] La misma dinámica ocurrió después de que terminaron su espectáculo la banda de LA, continuaron con las dos pantallas gigantes pasando las presentaciones de otros escenarios del festival¹⁰².

Esta es sólo una de las maneras en que el festival publicita a los artistas a los cuales les abrió los escenarios dentro del Vive Latino 2014, pero también busca que los jóvenes los sigan en otros conciertos y así poder seguir colaborando con la industria mercantilista de la música y los espectáculos.

Ahora bien, el consumo cultural se mediatiza dentro del propio festival con la cantidad de pantallas que están reproduciendo las distintas presentaciones en los diferentes puntos del Foro Sol, como en el escenario Indio que no sólo cuenta dos pantallas gigantes en el escenario, sino también con otras más en el *pich*: “[...] me encontré con otras tres pantallas que estaban colocadas en el *pich* del Foro Sol, en las cuales se podía ver tres de los escenarios simultáneamente, estos eran: el escenario Unión Indio, la Carpa Rockcampeonato y la Carpa Intolerante. El único escenario que no se podía vislumbrar desde ahí era la Carpa Gozadero Doritos”¹⁰³.

¹⁰² Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

¹⁰³ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

Otra de las formas en las que los artistas se promocionan, es que lo hagan ellos mismos durante su presentación en los escenarios, como el ejemplo de *No te va gustar*:

-¡Muchas gracias!, buenas noches vamos a tocar la última canción, nos vemos en octubre, el 4 en el Metropolitán, somos No Te Va Gustar venimos desde la república oriental del Uruguay, muchísimas gracias por hacernos sentir como siempre cada vez que venimos a México como en casa, buena noche, gracias por el cariño, por el respeto, la gente que no nos conocía, bienvenidos, muchas gracias”¹⁰⁴ .

Cuando el vocalista de la agrupación mencionó la siguiente presentación fuera del festival, realizó una labor de promoción con los seguidores que tienen y los que probablemente los comenzaron a escuchar a partir de esa presentación, porque los integró dándoles la bienvenida. Esta acción forma una vía para llegar a un nuevo público que los ve.

Ahora bien, no es sólo que se publicitaron en el festival, sino que se transformaron en mercancía, en objeto de deseo interactivo para sus seguidores y a los individuos que los escucharon por primera vez. De esta manera es como se transforman en un símbolo de consumo cultural, por ser un fetiche que la gente quiere comprar, con la cual se identifica, por las letras de sus canciones en las cuales imprimen sus valores, creencias y experiencias.

En los inicios del Vive Latino se mostraba una contracultura a las imposiciones de la hegemonía e ideología de la industria cultural que satanizó en un principio la música *rock*, y luego por ende, los festivales dedicados a ese género musical.

La transición de quince años del festival ha hecho que se “renueve” y lo menciono entre comillas porque esa evolución dentro de su estructura como es la oferta musical cultural que ofrece, poco a poco fue adoptada por la industria cultural, de esta manera fue que el Vive Latino se incorporó a la cultura hegemónica dotando de una identidad de “buen gusto” a los asistentes, porque así lo legitima el propio festival.

Por ello es que el festival ahora se encuentra adoptando nuevas formas de consumo cultural y una de esas transiciones ha sido la de agregar música

¹⁰⁴ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

anglosajona, que por ser un festival de cultura musical podría aceptarse, ya que sería parte de una demostración de otras formas de expresión, pero se deja de lado la parte iberoamericana generando un problema de identidad que parte de una problemática de consumo cultural.

La gente asiste a ver a los grupos anglosajones, porque son agrupaciones de gran prestigio internacional, y por esta razón es que *Arcade Fire* tuvo el éxito tan esperado el 28 de marzo al cierre del segundo día, el claro ejemplo de la aceptación de la gente es lo que se menciona a continuación:

Durante la presentación de *Love of Lesbian* me pude percatar de que tanto las gradas como el escenario se iban llenando paulatinamente de gente que llegaba de otras presentaciones o de otras partes del foro. La gente iba acomodándose en las gradas para tener un buen lugar y una buena vista para no moverse y así quedarse para la presentación de *Arcade fire*¹⁰⁵.

La gente al llegar antes de la presentación del grupo estelar que es *Arcade Fire*, comenzó a consumir a otros artistas para apartarse un lugar, y en esa transición de espera puede identificarse con el nuevo artista que está presenciando o ha llegado ahí esperando verlo y seguir con el próximo grupo que fue el encargado del cierre.

De esta manera se comprueba la disposición de los asistentes a consumir otras agrupaciones para esperar a las que realmente fueron a ver. Y eso obliga a las agrupaciones a venderse como objetos de consumo a través de sus canciones, presentaciones, vestimentas u otros artículos a los que imprimen valor simbólico, ya que los jóvenes los asocian con sus artistas formando vínculos, porque hay una identificación y poco importa el valor de uso que se le de a lo adquirido, sino lo que representa para el individuo que le imprime su propia razón de ser.

Los artistas se promocionan al subir al escenario del Vive Latino 2014, cantan sus canciones que contienen su propia ideología y su manera de ver el mundo, pero cuando hay colaboraciones musicales no sólo se está dedicando tiempo y espacio a estas agrupaciones, sino a otros cantantes o músicos generando una doble promoción, porque para quienes no los conocen tienen la facilidad de escuchar a dos artistas en uno.

¹⁰⁵ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

Esto se vuelve como una promoción de dos por uno, ya que con las colaboraciones se invitó a otros músicos a participar en las presentaciones. Este tipo de consumo cultural forma una hibridación, por fusionarse en una presentación, y no es por las letras de las canciones interpretadas, sino por el choque cultural que esa colaboración refiere, uno de esos ejemplos es *Outernational*:

Con una actitud dinámica, el vocalista de la agrupación hacía vibrar a los asistentes, así como poco a poco fueron llegando más personas a ver su presentación. Contaron con la presencia de *Ceci Bastida* del grupo mexicano *Tijuana No* para cantar una de sus canciones, mientras que el vocalista tomó uno de los instrumentos musicales para también acompañar a la batería, la trompeta, la guitarra y el bajo¹⁰⁶.

Con el ejemplo anterior se puede entender que la venta de esos músicos se dio en una sola canción, donde su ideología estaba presente y la comparten, por el hecho de que *Ceci Bastida* es de Baja California, México, y la agrupación *Outernational* son de Estados Unidos, lo cual hay que mencionar porque la hibridación cultural se encuentra precisamente en la fusión de ambas formas de pensamiento y eso es lo que están vendiendo, además de tomar el apoyo y fuerza que significa invitar a una de las artistas representativas del *rock* en México y de la escena del *Vive latino*. Esto sería como darles la “patadita” de la buena suerte y legitimarlos como buen gusto por haber contado con su presencia.

El ser uno de los grupos que abrió el escenario Unión Indio el tercer día del festival, quiere decir que no son conocidos en la escena musical en México, y aparecer en el *Vive Latino* les abre las puertas para un mercado de consumo no solo nacional, sino que con ello y la amplia difusión por los medios presentes, pueden llegar a otras partes de Latinoamérica, de ahí otra de la importancia del festival: que se usa como catapulta de nuevos talentos.

Pero, ¿para quién son nuevos talentos? Para gente que los consume y asimila como otra propuesta musical más o que el festival los está legitimando como objeto de consumo cultural meramente mercantilista, de quienes se aprovechan sacando de ellos las ventas que generen en el futuro si son bien recibidos por el público.

¹⁰⁶ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

Lamentablemente, el Vive Latino hace mucho que dejó de ser una propuesta contracultural, limitándose actualmente a ser un negocio con fachada de festival musical, y ya ni siquiera menciono que sea iberoamericano, porque ha dejado de serlo como señalé en el apartado de la identidad del festival. Este evento de cuatro días se ha deformado pasando desde una propuesta alternativa a la industria cultural que va heredando a las siguientes generaciones, en donde los padres han asistido y llevan a sus hijos a mostrarles la música que a ellos les gusta.

Un ejemplo de ello es lo siguiente:

Ahora era el turno de *Dr. Krápula*, la cancha de futbol ya contaba con más espectadores que esperaban la llegada de este grupo musical y poder corear sus canciones, otros al ver un poco de demora optaban por irse hacia otro lado o cambiar de posición. Cabe señalar que había niños de al menos siete u ocho años esperando la presentación de estos músicos colombianos¹⁰⁷.

El consumo cultural no es sólo de jóvenes que asisten a un evento contracultural que tiene quince años, sino también, vienen a ver a algunas agrupaciones que forman parte de un movimiento de resistencia, con el que se identifican porque relatan historias de la vida cotidiana, de pobreza, de hambre y de poder pero en donde, sobre esas cosas, está la esperanza y el amor.

Vaya que son discursos que la gente ovaciona, ya que como cualquier objeto de consumo, los sentimientos como el amor o el desamor venden y se deja de lado la resistencia hacia los Estados opresores o hacia el cuidado de la naturaleza. Una de esas canciones que interpretó *Dr. Krápula* fue la llamada “Amazonas” donde pretenden crear conciencia sobre esa área geográfica de América del Sur y que no quede solamente como eso, sino que se haga algo por procurar su conservación en una sola canción.

Hay que mencionar que la lluvia interrumpió su presentación y por esta razón no tuvieron el tiempo programado para deleitar al público que los vio en el escenario Unión Indio, y:

Se despidieron entre aplausos, gritos y ovaciones y el cantante principal de la agrupación dice “hasta siempre, gracias gente, por la lluvia, por todo” para después seguir su camino detrás del escenario. La gente pidió más de su

¹⁰⁷ Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014, observación citada.

presentación pero no pudo ser, ya que se debió seguir con los horarios pactados previamente con los organizadores¹⁰⁸.

El carisma del vocalista de *Dr. Krápula*, así como el de la agrupación, hizo que la gente los siguiera aclamando porque después de la interrupción de la lluvia fueron pocas las canciones que interpretaron, esto dejó con un vacío a la gente que fue a verlos, dejándolos insatisfechos, no con el artista sino con el propio festival al no darles más tiempo para tocar.

De nueva cuenta, el tiempo se mercantiliza y se dejan de lado las cualidades que llevan a disfrutar del tiempo de la música, porque importa el tiempo cronológico (nuevamente cuantitativo) por arriba de las cualidades y el disfrute artístico.

La resistencia del público al aclamarlos es una muestra del cariño que les tienen y no sólo eso, sino que el público aclamaba seguir consumiendo al grupo a través de su presentación y seguir identificándose con las canciones que tenían para cantar, lamentablemente esto no fue posible y así fue como se diluyó la asistencia en el escenario Unión Indio.

Ahora bien, retomando el discurso de la resistencia y las ideas con las cuales inició el Vive Latino hace quince años, se presentó en el escenario principal "Indio" *El Gran Silencio* y, como era de esperarse, hicieron hincapié en las atrocidades que el gobierno ha realizado hacia los jóvenes.

Vale la pena resaltar este momento porque *El Gran Silencio* ha tenido una fuerte presencia en el *rock mexicano* desde 1993 y es por ello que son fundamentales para la realización de esta investigación, ya que fue uno de los escenarios que estuvieron abarrotados en la antesala de *La Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio*.

Entonces, el discurso del *rock* fue contracultural desde que nació y ha sido fuente de resistencia hacia el poder hegemónico y de su ideología, pero también existe otra pregunta, quizá incómoda: ¿en qué momento el discurso de resistencia del *rock* se convirtió en objeto de consumo cultural? La respuesta es clara y el momento fue cuando la industria cultural lo apropió como objeto,

¹⁰⁸ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

porque se dieron cuenta que la ideología de resistencia era vendible a los jóvenes a través de productos a los que se les atribuye un valor simbólico y de identidad que los individuos adoptan para sentirse parte de la “rebeldía”.

Hechos indignantes como la matanza de estudiantes el 2 de octubre de 1968 en la plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco, ha sido estandarte de la juventud mexicana y fuente de resistencia hacia los gobiernos opresores, por ello la gente se manifiesta y aunque haya pasado casi medio siglo, aún esta presente el repudio hacia Gustavo Díaz Ordaz. En este Vive Latino 2014 se reprodujo un fragmento de la toma de protesta de la Presidencia de la República:

Todo este discurso donde salía su imagen y la de los estudiantes caídos en la matanza estudiantil de 1968 tenía unas grandes letras en donde se podía leer “alto a las mentiras”, “ya basta”, “no más mentiras”, cuando el público escuchó estas palabras hubo un repudio total, gritos en contra, silbidos y mentadas de madre hacia lo que estaban escuchando¹⁰⁹.

El repudio al Estado opresor estuvo presente en el Vive Latino 2014 y claro que esto genera una resistencia a ese poder represivo que se ejerce sobre los jóvenes desde hace muchos años hasta nuestros días, pero hay que resaltar que la resistencia también vende y está dentro de un sistema capitalista que sí lo reprime, pero que mercantiliza la ideología de resistencia para apoyarla y luego entonces desvirtuarla por la hegemonía.

El convertir la resistencia en objeto de consumo cultural de los jóvenes es legitimar su existencia de ambas partes mediante la saturación del mercado con productos que así lo muestren para que lleguen a la juventud consumidora, porque la industria cultural se apropia de cada nueva expresión contracultural y la masifica dotándola de un simbolismo identitario.

Eso es precisamente lo que pasa con músicos como *El Gran Silencio* que nacieron de un desgaste social influenciados por otras agrupaciones que en su momento fueron contraculturales, pero que con el paso del tiempo perdieron sus rasgos de resistencia por la apropiación de la industria.

Esta agrupación, al presentarse en el Vive Latino 2014, fue como regresar quince años atrás y presenciar como el negocio de los festivales musicales son

¹⁰⁹ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

rentables si se comienza a vender la resistencia que se transformó en legitimidad de buen gusto dentro del consumo cultural.

Para seguir con esta tónica, un caso similar es el de *La Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio* que cumplieron treinta años como agrupación y lo celebraron en el Vive Latino 2014, una manera peculiar de comenzar su actuación fue con las palabras de *Rocko Pachucote*, vocalista de la agrupación:

-Saludos de paz y respeto a todos los corazones reunidos aquí, esta noche, (palabra en náhuatl) México Tenochtitlán, este es nuestro homenaje a nuestros ancestros que alababan la vida con el canto y la flor, que la alababan con la palabra, con la música, con la danza y con la gráfica. Bienvenidos todos a esta gran celebración de paz y de baile raza-¹¹⁰.

Esta agrupación llegó a venderse a través de una mística prehispánica, que toma rasgos de los aztecas en su manera de hablar y adjuntando palabras y vestimentas de los pachucos. Fue una de las presentaciones más esperadas durante el Vive Latino 2014 y al apropiarse del escenario principal la interacción con el público fue inmediata, ya que los asistentes sabían todas sus canciones, y los acompañaban con su canto y baile, como se estipula en lo siguiente:

Todos saltando y ovacionando la canción. Algunos aventando los vasos de cerveza vacíos o con algún líquido, los condones volando inflados como si fueran pelotas, toda la juventud conviviendo como una sola con el artista que menciona sobre jugar en el barrio y anotar goles de un amigo para finalizar la canción¹¹¹.

Cada uno de los asistentes dotó a la presentación de *La Maldita Vecindad* de un simbolismo por su propia identidad, de sus historias de vida y sobre todo de sus prácticas, porque ahí es donde fue evidente el consumo cultural, con ello me refiero a los pasos de baile, el *slam*, el cántico de las letras y las ovaciones que le hicieron a la banda.

En conjunto, el artista se vende a un público que lo compra y esta agrupación lo hizo y ha seguido haciéndolo desde hace treinta años atrás, comenzando cuando el *rock* en México partía de una resistencia y no como ahora que es un producto cultural más en los anaqueles de las tiendas de discos o en descargas de portales en internet.

¹¹⁰ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

¹¹¹ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

Ahora bien, es importante recalcar el consumo de discos compactos porque este rubro ya no es tan importante como las descargas de música en internet y el consumo cultural está trascendiendo fronteras gracias a las nuevas tecnologías de la información, por lo que es más sencillo descargar sólo las canciones que a los jóvenes les gustan.

Entonces el consumo cultural de los jóvenes sobre las canciones radica precisamente en los éxitos del artista que incita a la juventud volverse a su imagen y semejanza simbólicamente al interpretarla, porque de nueva cuenta cada individuo le da un significado diferente al mensaje de la canción, pero que hace referencia a un mismo sentimiento. Un ejemplo de ello es lo siguiente:

Durante la actuación de la *Gusana Ciega* algunas personas saltaban y cantaban, otras sólo se limitaban a cantar y otras nada más a ver. En el caso de uno de sus grandes éxitos “No puedo verte” la gente aclamaba y coreaba la canción, además de aplaudir en las estrofas de la canción, en el coro levantaban todos el puño derecho y hacían énfasis en el “no”¹¹².

La forma en que los grupos se venden es por los éxitos que tienen en las altas listas de popularidad y aunque hayan pasado años, esos éxitos quedan impregnados en la memoria colectiva. El Vive Latino se ha convertido en un espectáculo de todas las edades, por esta razón es que los asistentes que conocen los éxitos de las agrupaciones los corean y realizan la misma mímica que su artista, por una conexión, de un consumo cultural donde el artista deja su carácter de sujeto y se convierte en objeto de deseo de la masa presente en el festival.

De acuerdo a lo anterior y según Gilberto Giménez, la identidad colectiva puede “[...] definir sus límites, situarse en el interior de un campo, y mantener en un tiempo esa diferencia, todo ello a través de sujetos que los representan o administran invocando una real o supuesta delegación de poder” (Giménez, 2007:4 – 5).

Otro ejemplo emblemático es la presentación de *La Ley* a dueto con *Ely Guerra* el domingo 30 de marzo. Era algo esperado por los espectadores, pero se tuvo incertidumbre por no saber si sucedería y esto fue lo que ocurrió en la interpretación de la canción “El Duelo”:

¹¹² Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014, observación citada.

Estremece al público escuchar la introducción de la misma, hay gritos y ovaciones tan solo de reconocer la melodía y comenzaron a cantar con *Beto* en el momento en que comenzaba la primera estrofa, pero sin duda el clímax de esta presentación se lo llevó el momento de ver entrar al escenario a la cantante *Ely Guerra*, ya que estaban cantando a dueto con *Beto Cuevas* la canción llamada *El Duelo*. Fue al inicio en acústico y ahí *Beto* presentó a *Ely* con el público extasiado¹¹³.

Ese estremecimiento del público se debió a lo que se suponía que podría pasar y ocurrió. Este consumo cultural de la canción se remonta a una presentación del Canal *Mtv* conocido como *Unplugged*, donde se llevó a cabo este primer dueto, que encantó a los consumidores, por ende, el presenciar de nuevo un momento como ese en el *Vive Latino* fue espectacular para los asistentes que la siguen consumiendo.

Ahora bien, dejando de lado las interpretaciones de los artistas hay que mencionar la importancia del consumo cultural en la zona de marcas del *Vive Latino 2014*, porque también es importante los fetiches que adquirió la gente en esa edición del festival.

Hay que dividir la zona de marcas en dos secciones diferentes; una dedicada al Tianguis Cultural del Chopo, y otra a la zona de marcas de artistas y comerciales reconocidas internacionalmente. En el caso del Tianguis Cultural del Chopo:

Después de pasar la Carpa Intolerante vi una pequeña fila de puestos que pertenecían al Tianguis Cultural del Chopo, en el que estaban vendiendo ropa, mochilas, zapatos de hule, discos, sombreros, pulseras, entre otros artículos varios. La gente se acercaba a ver los productos, preguntar precios y si les convenían cerraban el trato¹¹⁴.

Todos estos fetiches que se ofertaron durante el *Vive Latino* en la zona del Chopo son los mismos artículos que se pueden encontrar cada sábado en el mismo tianguis, con precios más accesibles, Estefani lo comenta en lo siguiente: “Creo que igual los precios son un poquito altos, igual y si vas al Chopo un día normal te lo dan como a la mitad, sólo porque es aquí pues yo creo que sí le tienen que ganar, pero que tampoco se manchen”¹¹⁵.

¹¹³ Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014, observación citada.

¹¹⁴ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

¹¹⁵ Entrevista Claudia y Estefani, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

Entonces, cuando se llevó a cabo el Vive Latino 2014, los precios de los objetos fueron más caros considerando que se pueden adquirir en otro momento en otro lugar, pero con base en la pirámide de Maslow se tienen que cubrir otro tipo de necesidades, ya no las de primer orden, sino las que están dedicadas a alimentar la estima por medio del reconocimiento y del estatus social.

Cubrir la necesidad de estima entonces se convierte en un motivo de consumo para los jóvenes que al comprar la mercancía están buscando un reconocimiento social por adquirir los productos del Chopo, no por el objeto en sí, sino por el lugar que representa un tianguis cultural de trascendencia histórica dentro del movimiento de *rock* en México, con el añadido de estar en el Vive Latino.

La necesidad de estima está ligada a la necesidad de pertenencia y afección, porque es el momento de reconocer el lugar, en este caso el Chopo, como parte importante del festival y si se adquiere algún objeto, por ende las personas tienen una pertenencia hacia el tianguis Cultural y con el Vive Latino.

Los precios de los fetiches estuvieron por encima de su valor de uso y de cambio, por ende no todas las personas lo pudieron adquirir siendo factible conseguirlos fuera del Foro Sol a la salida del Vive Latino 2014 o asistiendo directamente al Tianguis Cultural del Chopo.

Algo similar ocurre en la zona de marcas, pero los jóvenes se apropiaron de la marca del artista a través de la adquisición de los objetos que los músicos promocionan y el ejemplo es el siguiente:

Seguí mi camino hasta llegar de nueva cuenta hasta la zona de marcas de los artistas en donde se presentaba la misma mecánica ya antes mencionada de los consumidores con los vendedores. Algunos de ellos ya tenían bolsas y se podía ver que habían comprado alguna mochila, o almohada de peluche con forma de estrella o muñeco¹¹⁶.

Los individuos que compraron objetos en la zona de marcas dedicada a los artistas cumplieron con la necesidad de estima, de pertenencia y con una tercera que se refiere a la autorrealización, de esta forma alcanzaron la cúspide

¹¹⁶ Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014, observación citada.

de la pirámide de Maslow, porque cumplieron con satisfacer una necesidad falsa de obtener un fetiche de su artista favorito.

Visto desde la perspectiva de Gilberto Giménez la identidad individual se define “[...] como un proceso subjetivo [...] por el que los sujetos sociales definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante auto asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo” (Giménez, 2007:4). Estos atributos son las representaciones en el festival, ya que los individuos que asistieron dotan a los artistas de un valor simbólico durante el espectáculo.

De esta manera me permito hablar de la industria del Vive Latino como un ente vivo lleno de consumo y necesidades falsas que comparten con la juventud alienada por el evento que vende la resistencia y la rebeldía en un festival que ha perdido su identidad, pero que satisface a su audiencia presentando artistas como objetos que vendieron su identidad a la multitud que los aclamaba.

Vale la pena mencionar que “[...] la alienación de la música con respecto al sujeto y al mismo tiempo su referencia a las sensaciones corporales tiene su analogía patológica en las alucinaciones corporales de quienes perciben el propio cuerpo como algo ajeno” (Adorno, 2003:153), por lo tanto, los sujetos que asisten al Vive Latino sufren una despersonalización, ya que adquieren una identidad desechable que compran al asistir a este evento. La forma de manifestarlo es mediante el consumo de la resistencia.

Por ello, la industria cultural que se presentó durante el Vive Latino 2014 estuvo construida sobre las bases de la resistencia, que perdió identidad desde el momento en que se creó el festival y me parece por demás grave que el consumo que se ejerce de él, haya derivado en darle una falsa ideología a la juventud, porque el Vive Latino se ha institucionalizado como un agente legitimador del buen gusto sobre lo que se llama resistencia y contracultura.

El consumo que ejercen los jóvenes sobre el Vive Latino ya no deriva del gusto por la música y la identidad que crea y recrea desde lo latino-alternativo, ahora asistir es ser parte de algo, y lo muestro en lo siguiente: “Bueno los dos años que he venido ella me invitó (mirando a su amiga), el primer año que vine mis

papás para deshacerse de mi me lo compraron”¹¹⁷. El comentario de Estefani deja claro que no sólo juegan un papel importante los amigos, sino la familia que apoya la asistencia de sus integrantes a este festival.

Pero el precio no sólo es desmedido en la adquisición del boleto, sino que también es importante para abordar el consumo cultural que tuvieron los asistentes al festival, lo que apoya la idea que les han vendido los artistas emergentes que se presentaron en el Vive Latino 2014, y por ello mencionan lo siguiente: “Es como un apoyo para las nuevas bandas que se están dando a conocer. Es un buen golpe para las bandas que apenas sacan su *EP* y todo eso, pues chido”¹¹⁸.

Pero la pregunta resalta: ¿realmente se les está apoyando a las bandas emergentes con presentaciones en el Vive Latino 2014? Y la respuesta puede ser afirmativa si lo dejamos por encima, y con ello me refiero que les permiten tocar en un escenario en un tiempo delimitado que no pasa de los treinta a cuarenta minutos o que se les haga publicidad en otros escenarios. Pero realmente quienes ganaron son los organizadores, porque son ellos los que obtienen las ganancias de las bandas emergentes, mientras que éstas solamente se quedan con la satisfacción de haber tocado en un Vive Latino.

Puede ser que ese reconocimiento les abra un nuevo horizonte dentro de la industria musical, pero que les proporcionará una cantidad de cláusulas en las cuales ni ellos como artistas ganan ni los consumidores obtienen un sonido de calidad.

Ahora bien, al traer bandas de otras partes del mundo se enriquece un festival de cultura musical, pero deja de lado la parte iberoamericana, de esta manera hay una pérdida de identidad del festival que cada año que pasa se ha hecho más profunda. Aunque el público lo agradece y me parece pertinente agregar lo que dice Julio Griffin en las siguientes líneas:

-Yo por ejemplo vengo a ver hoy a *Motorama* que casi nadie los conoce y ahorita está vacío (el campo del escenario Unión Indio), pero siento que *Motorama* es una de las bandas que mas rifan. Son de Rusia y que traigan a alguien, una banda de Rusia para acá, sí es como de agradecer, sí es como decir gracias

¹¹⁷ Entrevista Claudia y Estefani, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

¹¹⁸ Entrevista Kevin y Julio, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

Vive Latino, gracias los que los trajeron. Por traer bandas como *Motorama*, como *Tame Impala*, no se, bandas muy, muy chingonas¹¹⁹.

Las palabras de Julio imprimieron su agradecimiento desmedido, que resalta su compromiso con los grupos que mencionó y con el mismo festival, porque gracias a ellos puede cubrir su necesidad de autorrealización y de consumo cultural y por los cuales se gastó parte de la beca que le fue otorgada por sus logros académicos.

Pero Julio Griffin no fue el único que asistió a ver a la Banda Rusa, agrego el caso de Roberto Anaya el cual comenta lo siguiente: “[...] *Motorama*, es la única que nos llama del día de hoy, pero o sea, sí no tengo nada en contra del festival. Igual y voy a dar una vuelta más al ratito y ver cómo las bandas y así, pero en sí sólo vine por ellos”¹²⁰. Lo que cabe resaltar de lo dicho por Roberto no es que sólo que fuera a ver a *Motorama*, sino que el rol que desempeña como joven dentro del Vive Latino 2014 es el de consumir otras bandas.

Por esa parte el Vive Latino triunfó en cuanto al consumo de los artistas, porque así como Roberto Anaya fue a ver a uno que otro grupo después de la presentación de los músicos rusos, otras personas asistieron para consumir a otras agrupaciones no conocidas y que se impulsaron en ese festival, pero que carecen del tiempo suficiente para llegar a un público más amplio.

Roberto Anaya hizo el siguiente comentario sobre *Motorama*:

Vinieron al *Caradura*, un bar de la Condesa muy chiquito, como con cien personas y es una banda muy energética en vivo, entonces yo creo que lamentablemente tienen como cuarenta y cinco minutos creo de *setlist*, pero tienen dos discos, entonces yo creo que van a tocar las canciones más emblemáticas, por ahí unos *tracks* nuevos. Yo creo que va a estar muy divertido¹²¹.

La apropiación musical que mostró Roberto con la agrupación rusa habla de una identificación con la banda desde que asistió a verlos en vivo, por esta razón creó un vínculo como un fanático de su música y por ende existe un consumo cultural, independientemente de que la barrera del idioma fue un reto, porque la manera de comunicarse con la gente es a través de las sensaciones e interpretaciones que le dan a la música y a las letras que cantan.

¹¹⁹ Entrevista Kevin y Julio, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

¹²⁰ Entrevista Roberto Anaya, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

¹²¹ Entrevista Roberto Anaya, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

Esto nos lleva a llamar al Vive Latino como un festival *híbrido* culturalmente hablando, porque con las agrupaciones que presentó y los orígenes de éstas se convierte en una mezcla de sonidos tanto iberoamericanos como de otras regiones del mundo, que en cada cambio de agrupación hay una desterritorialización porque los siguientes músicos en tocar se tienen que apropiarse del espacio para reconquistarlo y así poder trascender hacia el público que los esperó para verlos tocar.

Mientras parte del público asistente entró contento con la aparición de bandas ajenas a la escena iberoamericana, otros asistentes reconocen que no son propias del festival como lo dice Mateo Proaño: “[...] hay días, por ejemplo: el jueves como que no estuvo tan intenso, por ejemplo *AFI*, *Nine Inch Nails* son buenas bandas, pero no siento que sean público para Vive Latino. O sea, entonces por eso como que faltó el jueves [...]”¹²².

Con lo mencionado por Mateo se recupera la idea de que las bandas anglosajonas no deberían formar parte de un festival como el Vive Latino, pero que se hacen presentes por el hecho de la mercantilización de su música, porque atrae a otro tipo de público juvenil y de esta manera es como los asistentes compraron boleto no para ver las propuestas musicales, sino que en su gran mayoría lo hicieron para poder ver a agrupaciones con reconocimiento y trayectoria internacional aprobadas por la industria cultural.

Con el tiempo libre que les queda a los jóvenes asistentes, aprovecharon para conocer otras propuestas musicales, antes de ver a los artistas internacionales, por los cuales la mayoría fue. Una de las observaciones que hizo Aarón fue la importancia que tuvo el escenario Carpa Rockcampeonato en el Vive Latino 2014 porque: “[...] trae buenas bandas nuevas, por ejemplo: *Reyno* que hace días sacó su disco, *Torreblanca* que es muy buena, pero la verdad sólo conocía sus *hits* y, o sea, la Carpa Rockcampeonato y carpas como esa hacen que gente que quiera descubrir nuevas bandas les encante la idea de lo que están escuchando”¹²³.

¹²² Entrevista Morfeo, Aarón, Alejandro y Mateo, 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

¹²³ Entrevista Morfeo, Aarón, Alejandro y Mateo 30 de Marzo 2014, entrevista citada.

Por estas palabras hay que señalar la importancia que tienen los escenarios pequeños frente a los más importantes, porque las carpas están diseñadas para atraer un menor número de personas y el contacto es un poco más cercano, pero los artistas no dejan de ser objetos de consumo por los jóvenes, así como lo mencionó Aarón al hablar sobre los *hits* que conocía de *Torreblanca* y que lo invitó a conocer más sobre esta agrupación.

Y por otro lado se encuentran las personas que asistieron al Vive Latino 2014 solamente porque lo tenían que hacer, tal como lo dice Ingrid: “Más que nada los vemos como en televisión, *Youtube* o cosas así. No somos súper *fans* de las bandas que venimos a ver, sólo venimos al Vive Latino porque nunca hemos venido a un Vive Latino. Es tiempo”¹²⁴. Con lo anterior se puede entender que son consumidoras de los medios masivos de comunicación y lo que les impone la industria cultural, lo acatan.

Ahora bien, con el empleo de las nuevas tecnologías de la comunicación y las redes sociales, es fundamental el uso de páginas de videos como *Youtube* que ayudan a los usuarios a conocer propuestas musicales, pero algunas de ellas son autorizadas y legitimadas por la propia industria.

Es lamentable que el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino se haya transformado en un aliado de la industria cultural y que fomente la enajenación de los sujetos a través de productos basura, que no tienen buen sonido y son productos enlatados, en donde proliferó la cantidad de bandas para celebrar un quinceavo aniversario que lejos estuvo de serlo y que por mera costumbre adquieren los productos que ahí se promocionan.

¹²⁴ Entrevista Ingrid y Citlalli, 29 de Marzo 2014, entrevista citada.

7.- Conclusiones

Los comentarios finales de esta tesis se dividieron por apartados para centrarse en la transformación del Vive Latino desde sus orígenes hasta la quinceava edición, en la cual se realizó esta investigación. De esta manera, las conclusiones sobre la identidad están construidas, al igual que en el análisis de resultados, de acuerdo a las diferentes categorías.

La identidad, la interacción y el consumo conforman un solo eje de análisis, ya que cada una de estas categorías se complementa una con la otra, como una tríada de análisis, porque el festival es un hecho social donde se manifestaron estos conceptos en conjunción.

Parte de la identidad se encuentra ligada al consumo y la interacción de los sujetos, así como la interacción de los individuos en el festival se encuentra marcada por la ocasión social, la fachada y la máscara que tuvo el público, pero también por la importancia de la estratificación social al momento de adquirir alimentos o bebidas y, desde el consumo cultural, el valor simbólico en la interacción del público – artista que contribuye a fomentar los lazos identitarios a través de las canciones. Por esta razón se hizo la división de apartados para comprender los comentarios finales de esta tesis.

Transformación del Vive Latino

Al inicio, el Vive Latino fue totalmente diferente a lo que se conoce ahora, la industria del consumo no contaba con la presencia que tiene en la actualidad, había mesas de debate, discusiones que durante su primera etapa se fueron renovando y ahora han desaparecido. En esos cambios se integraron otras expresiones culturales como la adición de la *Fabrica de Artes y Oficios de Oriente* que presentan artes escénicas, y ahora cuentan con un foro exclusivo para sus producciones durante el festival.

El Vive Latino perdió su identidad contracultural, ya que en un principio llamó la atención por fusionar los espacios de conciertos masivos de los deportivos, salones de fiesta y explanadas para poder conjuntarlos en un único un festival de música. Esto fue el comienzo de la legitimación del evento al atraer a las

culturas juveniles con las bandas que se presentaban en aquellos lugares, pero ahora concentradas en el Foro Sol.

La trascendencia del festival llama la atención sin lugar a dudas por los grupos que presenta, y sobre todo, que con el pasar de las ediciones se ha institucionalizado como una oferta cultural, pero que ha perdido parte de su nombre (iberoamericano) al incluir músicos que son anglosajones. Esto sin duda representa un cambio también dentro del propio evento en su búsqueda por captar más público.

El Vive Latino, desde la primera edición al día de hoy, ha sufrido incontables cambios en su estructura general, los escenarios que ocupa y las fechas en que se realiza, todo esto con el afán de consagrarse, lo que ha logrado con quince años de trayectoria. En los primeros años no pretendía ser redituable como ahora, que cuenta con gran cantidad de patrocinadores y marcas exclusivas de los propios artistas que están dentro del festival.

Por otro lado, la parte *underground* es la que se ve afectada por estos cambios, porque año con año se han ido perdiendo espacios dedicados a la contracultura, como al Tianguis Cultural del Chopo, en donde la mayoría de los artículos ahí comercializados eran contraculturales a la propuesta que tienen otras marcas de renombre. Aún así, el Chopo conserva un lugar dentro del festival, aunque ya no tiene la misma fuerza y peso entre los asistentes como lo era antes, en parte debido a que tienen que aumentar los precios de los productos para poder pagar el lugar que están ocupando.

De esta manera, la trascendencia del Vive Latino ha tenido repercusiones para los espacios del *rock*, porque se ha institucionalizado como parte de la cultura popular donde retomó las prácticas culturales del barrio para apropiarlas y venderlas a la gente de clases medias o altas, pero en la medida que se incluyen estas prácticas se comienza a popularizar algo que identificaba a un cierto sector social, debido a la mercantilización de ese estilo de vida.

El Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino ha sido la apertura hacia nuevas réplicas de festivales musicales, ya que es el principal festival de música para el país. Lamentablemente, el festival tenía que renovarse para

poder continuar siendo un negocio redituable, porque de no haber sido de esa manera hubiera desaparecido como algunos otros festivales.

Hace falta la apertura de nuevos espacios para el *rock*, donde se le de la oportunidad a músicos que sean propuestas musicales contraculturales reales, no grupos que las industria musical pueda explotar con discos o piezas musicales comercializadas por *iTunes*.

El discurso político, de resistencia y de denuncia fue muy pobre, porque el Vive Latino se convirtió en una institución que si bien da entretenimiento, ha perdido el discurso crítico que era rescatable. Al inicio era una puerta para la resistencia y la contracultura de las tribus urbanas que a él asistían como una alternativa.

La mercantilización de la cultura musical fomenta este tipo de consumo cultural institucionalizado por parte de los asistentes, así como la homogeneización de la cultura juvenil, ya que la oferta se abre para que nuevos públicos se integren y consuman a los músicos de renombre internacional. De esta manera es que llegamos al primer apartado.

Identidad del festival

La identidad del festival fue cambiando desde el momento en el que las perspectivas de consumo cultural se fueron volviendo cada vez más grandes, porque antes era un espacio para jóvenes, en el que las culturas juveniles se diferenciaban completamente a partir de la presencia de los grupos con los que se identificaban y los artículos que los caracterizaron. Ahora, en estos quince años la diferencia parece ser sólo por la brecha generacional, ya que se pueden ver desde niños hasta ancianos.

La identidad que ha adquirido el Vive Latino ahora, es la de un ambiente familiar, donde se ve a los hermanos mayores con sus hermanos pequeños, padres de familia con sus hijos en brazos o carriolas, y hasta abuelos que asisten para ver los diferentes escenarios con las diferentes propuestas musicales.

Con respecto a la identidad musical, puedo concluir que es parte fundamental de la diversidad de propuestas, tanto en el género musical como en la nacionalidad de los artistas. Es por ello que retomo la idea de que el Vive Latino dejó de ser iberoamericano para convertirse en un festival de diversidad musical internacional.

La oferta cultural institucional se ve restringida por artistas y grupos comerciales que han triunfado en el extranjero, dando poca oportunidad para presentarse a grupos y artistas emergentes. Esa identidad fortalece a la industria de masas que genera réplicas musicales para la oferta y demanda del mercado, en este caso la juventud.

Durante las presentaciones fue visible la inclusión de los músicos con su público, creando un vínculo de identidad colectiva a través de las canciones que fueron sus éxitos y que, por lo tanto, los hace conocidos para la gente, esto estrecha un lazo de familiaridad con sus seguidores porque los hace recordar y añorar el pasado cuando escucharon por primera vez esas melodías. Todo esto corresponde a un proceso identitario.

Pero qué pasa cuando la identidad está ligada a la interacción de estos grupos con su público por medio de sus canciones. Si bien hay un proceso identitario, éste se refuerza con la falsa ilusión de pertenencia a una masa que presencia el concierto compartiendo grupalmente el mismo sentimiento, aunque lo que se está reproduciendo es la individualidad de cada persona.

Ahora bien, si a este proceso de identidad – interacción agrego el consumo, la respuesta es una tríada, en la cual la masa está respondiendo a un consumo cultural partiendo de símbolos o emociones generales que la masa demanda, porque son situaciones comunes, con las cuales el consumidor juvenil adquiere significados para sus vivencias y experiencias.

También como proceso identitario se encuentra la familia, cuando a través de ellos se conocen grupos formándose un vínculo con la persona que nos muestra esa música, comenzando a su vez, la identificación con el artista. Los jóvenes que asisten a ver a los músicos de *rock* tienen una identidad similar y esperan que canten ciertas canciones que los motivan, además de que son

artistas que se comparten entre sus mismos amigos, esto forma grupos de pertenencia con una identidad colectiva.

Esta identidad colectiva se encuentra en la manera que los jóvenes se expresan en el concierto, ya sea saltando, gritando, cantando, subiéndose a la gran manta para que “vuelen”, mostrando partes del cuerpo porque la colectividad así lo demanda, la lluvia de vasos, y sobre todo, mediante una comunión de saberse presentes.

Lógica comercial

Cuando se expone el cartel del siguiente Vive Latino y sale el nombre de por lo menos una banda de las que son muy populares, los sujetos quieren asistir para interactuar y consumir en un festival que, según algunos de los entrevistados, tiene un precio accesible, si se considera que el boleto sólo para el grupo estelar sería de un precio igual o más elevado.

Es precisamente el acto de consumir lo que dota a la gente de esa identidad, porque los hace pertenecer a un grupo determinado en el universo del Vive Latino, es por ello que la clase social marca diferentes realidades de consumo al delimitar ese universo por los precios que manejan y la gente que los puede adquirir. Todo lo anterior en cuanto a los alimentos y bebidas, así como los *souvenirs* que ahí venden. Esto parte de un negocio que fue creciendo poco a poco, recaudando más ingresos cada año, hasta llegar a ser una maquinaria de consumo impresionante con la venta de libros y bebidas alcohólicas como cerveza normal o de barril, mezcal y pulque.

La diversidad de alimentos es mucha si se compara a otras ediciones, y los precios son estratosféricos, lo que lleva a algunos consumidores a decidir si comerán o beberán, otros lo pueden pagar, pero aun así no deja de ser un golpe para el bolsillo de quien asiste.

Ahora, si hablamos de los *souvenirs*, éstos también representan un gasto importante para los asistentes, es por ello que el Vive Latino se convirtió en una industria de consumo cultural en su totalidad, al ofrecer bienes culturales de toda índole para capturar a su público, ya sea la primera ocasión que van o si son fanáticos asiduos.

Así fue que el Vive Latino pasó de ser una comunidad que demandaba a los organizadores un evento de calidad, a ser un festival masificado que perdió su esencia, y por esta razón se diluyó la comunidad de subculturas que asistían homogeneizando al público que asiste actualmente.

Con esta medida se apremia la difusión cultural de grupos réplica que no están ofreciendo nuevas propuestas musicales, sino que cantan sobre los mismos temas generales que los precursores del género *rock*. Hay un estancamiento dentro de la industria musical que está reproduciendo en masa artistas que suenan igual.

El Vive Latino ha perdido su esencia y el negocio es visible, ya que el boleto es más caro cada año que pasa y los grupos estelares han dejado de ser iberoamericanos para cambiarlos por anglosajones, por esta razón han abierto las directrices de su público meta y han homogeneizado a los asistentes.

Por ello el consumo se aboca en ofrecer más objetos para tener una diversidad de satisfacciones hacia los gustos de la gente que asiste y en ser un concierto masivo en el que se tiene que recuperar la inversión hecha, tanto de los realizadores como de los patrocinadores que le están dedicando tiempo y espacio publicitario.

Desde la decisión de asistir hasta que finaliza el último concierto del festival es que termina el círculo de consumo cultural. En una primera instancia convirtiendo la asistencia al evento en una necesidad falsa (como diría Adorno), después comprando el primer fetiche que serían los boletos que implican un gasto, para pasar al siguiente momento clave que son los días del evento.

Durante el festival se tiene en cuenta que es fundamental cumplir con las necesidades, como están mencionadas en la tabla de Maslow, que satisfacen el hambre y la sed, la seguridad y la pertenencia, todas ellas fundamentadas en la industria del consumo para poder adquirirlas.

Como ya lo había mencionado antes, la estratificación social es un factor importante a considerar, ya que el poder adquisitivo tiene que ver con la cantidad de gastos que se pueden hacer dentro del festival, porque los precios

de las cosas están por encima de la media, en este momento cabe señalar la importancia del negocio que representa para los patrocinadores, debido a la cantidad de marcas que se pueden ver por todas partes.

Este círculo se logra gracias al consumo de la gente que asiste, ya que de una u otra forma las necesidades tienen que ser cubiertas, ya sean verdaderas o falsas, si son las primeras, se tienen que satisfacer por el simple hecho de que el cuerpo humano las requiere para seguir funcionando, y las necesidades falsas no se satisfacen con el hecho de obtener un objeto, sino por el simple acto de comprar.

Lo que queda es una maquinaria de consumo cultural, porque no sólo se trata del entretenimiento que brindan los conciertos, sino también de la parafernalia de incluir documentales, y ahora se les une la librería *Gandhi* para promover el consumo de libros y de la lectura, siendo entonces cuando uno se da cuenta que el Vive Latino es un ente vivo que se va agrandando cada vez más, ofreciendo en cada edición más contenidos para quien los pueda comprar.

No niego que este festival comenzó siendo un negocio dirigido a una parte de la población ignorada por el Estado, que no les ofrecía otras propuestas de entretenimiento ni cultura, y precisamente nació con la bandera de la contracultura, apoyando a las tribus urbanas y a los músicos que los representaban, pero ahora la identidad está basada en la compra y el consumo cultural de los fetiches que se comercializan. Entonces cabe señalar que el Vive Latino se encarga de venderles a los jóvenes una identidad para ser parte del festival.

Se ha convertido en una ciudad del consumo, en donde los *hippies* con su buena onda ahora visten bien y se acercan a la gente para venderles pulseras que tienen una finalidad y compromiso con el ambiente, pero están mandados por los propios organizadores del evento para parecer socialmente responsables. Ha sido un negocio desde el inicio que ha ido cambiando la manera de dirigirse al público juvenil de esta nueva época, en donde la mayor importancia debería de ser la cultura y la juventud, pero que se ve empañada por el consumo cultural y el negocio de la industria.

Interacción

También nos están vendiendo el espectáculo de los artistas que ahí se presentan, con un tiempo delimitado en cinco escenarios (antes eran menos y han ido variando al pasar del tiempo), en los cuales se tiene que tocar las canciones representativas que conoce su público y atrapar a la gente que los ve por primera vez, además de hacerse publicidad mencionando en dónde se presentaran próximamente, si tienen un nuevo disco o qué es lo que le depara al grupo para que sus seguidores los sigan apoyando.

Los artistas y grupos de *rock* saben aprovechar la influencia que tienen sobre su público, insertando pocos mensajes de resistencia hacia el poder, la política y la sociedad misma. Claro está que en los diferentes años que se ha hecho el festival ha variado la intensidad del discurso político, ya que depende de las circunstancias que se vivan en el país.

Además, la interacción que existe entre el público y el artista es efímera, una ocasión social de una hora aproximadamente, si se juntan las frases en los descansos y las canciones que entonan. Los individuos son parte de ese momento mientras corean las melodías y expresan su euforia a través de gritos, aplausos y ovaciones.

Al final de estas presentaciones lo que queda es el recuerdo de pertenencia, algo no palpable, pero con gran significado. Esto también tiene importancia para el artista que se siente apoyado por sus seguidores mientras genera nuevos *fans* que los escuchan por primera vez.

Las canciones son parte fundamental de la interacción porque el público se siente identificado con ellas y es la mayor nota de interacción, debido a que esa melodía está dotada de un valor simbólico que se traduce en el consumo cultural de las emociones. De esta manera es como los sentimientos, emociones, valores culturales y creencias son expresados en las canciones que son fuente de seguidores, porque utilizan un lenguaje universal.

Cabe señalar que el Vive Latino como propuesta de festival cultural-musical ha sido revasado, por lo tanto, el reto es la creación de posteriores festivales

musicales que fortalezcan los valores y prácticas contraculturales, así como a los artistas emergentes y a las culturas juveniles.

Para finalizar, puedo afirmar que el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino es en la actualidad una institución dentro de la industria cultural, ya que los preceptos con los que inició han sido desechados y apremia el consumo cultural hegemónico que antes rechazaba.

8. Bibliografía

Adorno, Theodor W. (2003) Filosofía de la nueva música, Obra completa AKAL de bolsillo, Madrid, España

B. Jutoran Sara (2012, 2 Mayo) El proceso de las ideas sistémico-ciberneticas. <http://www.click.vi.it/sistemieculture/Jutoran.html>

Bastías, Luis Eduardo (2012, 2 de Mayo) La Revolución Cibernética <http://lebastias.wordpress.com/2007/09/27/la-revolucion-cibernetica/>

Bourdieu, Pierre. (Traducción) Ruiz de Elvira Ma. del Carmen (1998) La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Taurus. España

Bruce Johnson, M. (1979). El comportamiento del consumidor: consumo, renta y riqueza, Alianza editorial, Madrid

Contreras Soto, R. (2008, Enero): *Análisis Crítico de la Cultura. Prácticas culturales*, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, www.eumed.net/rev/cccss/0712/rcs4.htm

Cook, T. D y Reichard, T. D. (2000). Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa, cuarta reimpresión, Editorial Morata, Madrid, España.

Durand, Patrick (2010). La música en la construcción de la identidad política. *Dialéctica Revista de Investigación / Revisiones Temáticas*.

Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales, (2010) CONACULTA http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/

Feixa, Carles. (1998). *De las culturas juveniles al estilo. El reloj de arena. Culturas juveniles en México*. México: SEP-Causa Joven (JOVENes, 4).

Feixa, Carles (1996). Antropología de las edades. En: Pratt, J y A. Martínez (editores). *Ensayos de Antropología Cultural*. Ed. Ariel. pp 319-334.

Feixa, Carles (1998). *Las culturas juveniles en México* en El reloj de arena, Culturas Juveniles en México, México: SEP-Causa Joven (JOVENes, 4).

García Canclini, Néstor (2005) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, 18ava reimpresión, México

García Canclini, Néstor (1997, Junio) *Culturas híbridas y estrategias comunicacionales* en Estudios sobre las culturas contemporáneas, Época II, Vol. III, No. 5, Colima México

García Canclini, Néstor (1997) *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México

García Muñoz, Tomás. (2003) *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*, Almendralejo

Geertz, Clifford en Giménez, Gilberto (2005) "*La concepción simbólica de la cultura*", en Teoría y análisis de la cultura, volumen uno, México, CONACULTA

Giménez, Gilberto (2005) "*La concepción simbólica de la cultura*", en Teoría y análisis de la cultura, volumen uno, México, CONACULTA

Giménez, Gilberto (2004) *Culturas e identidades*, Revista Mexicana de Sociología, UNAM.

Giménez, Gilberto (2000, diciembre) *La investigación cultural en México. Una aproximación*, Perfiles Latinoamericanos, núm. 15, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Distrito Federal, México.

Giménez, Gilberto (2007) *Capítulo II Cultura e identidades* en Estudio sobre las culturas y las identidades sociales, CONACULTA/ITESO, México

Goffman, Erving, (2006) *Estigma*, Amorrortu Editores, decima reimpresión, Madrid, España

Goffman, Ken (2005) *La contracultura a través de los tiempos: de Abraham al Acid-house*, Editorial Anagrama, Madrid, España.

Hernández, Smpieri Roberto; Fernández, Collado Carlos y Baptista, Lucio Pilar (2006) *Metodología de la investigación* Mc Graw Hill cuarta edición, México.

Horkheimer, Max y Adorno Theodor W (2006) “La industria cultural, ilustración como engaño de masas” en Dialéctica de la Ilustración, Trotta Madrid, España

López, Pérez J. (1989) Estratificación social: fundamentos, teorías e indicadores, Revista de Psicología General y Aplicada, Tomo 42, Universidad Autónoma de Madrid, España

Marcuse, Herbert (1993) El hombre unidimensional, Editorial Planeta, España

Marx, Karl (1946) El capital: Crítica de la economía política, Vol. 1 Fondo de Cultura Económica, México

Marx, Karl (1971) El manifiesto comunista, Editorial de Ciencias Sociales, Instituto Cubano del Libro, La Habana, Cuba

Ortiz Pinchetti, José Agustín (2001) La contracultura en México, Grijalbo Mondadori, México.

Piña, Mendoza Cupatitzio (2004) Cuerpos posibles... cuerpos modificados: Tatuajes y perforaciones en jóvenes urbanos, Instituto Mexicano de la Juventud, Colección Joven 15, México

Rizo, Martha. (2004) “el camino hacia la “nueva comunicación” breve apunte sobre las aportaciones de la Escuela de Palo Alto en Razón y Palabra, Agosto Septiembre

Sunkel, Guillermo (Coord.) García Canclini, Néstor, (2006) “*El consumo cultural: una propuesta teórica*” en: El consumo cultural en América Latina, Convenio Andrés Bello, Colección Agenda Iberoamericana, Bogotá, Colombia

Taylor, Steve, J y Robert Bodgan (1990), La entrevista a profundidad” Taylor, Steve.J. y Robert Bodgan, Introducción a los métodos cualitativos de investigación, Ed. Paidós, Col. Paidós Básica, núm. 37, Buenos Aires,

Y. Covarrubias, Karla (2013) Hacer etnografía: una estrategia metodológica y práctica para construir sentido a la realidad social observada en

8.1 Bibliografía Marco Histórico

Agustín, José (2001) *La contracultura en México*, Grijalbo Mondadori, México.

Agustín, José (2013) *Tragicomedia mexicana 2: La vida en México de 1970 a 1982*, Random House, Mondadori, México.

Arana, Federico (1992) *Guaraches de ante azul*, Ed. Posada, México

Althusser, Louis. (Enero-Abril 1969) *Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado* Freud y Lacan.

Anderson, Stacey (2011, 5 de diciembre) *Week in Rock History: Altamont ends in tragedy*, Rolling Stone. Consultado en línea <http://www.rollingstone.com/music/news/week-in-rock-history-altamont-ends-in-tragedy-20111205> el 15 de enero 2015.

Caballero, Jorge (2000, 13 de noviembre) *La banda se cimbró con magistral interpretación de El Gran Silencio*, Sección de Espectáculos, La Jornada

Café Tacuba, "Flores de color mentira", Juntos por Chiapas. Music Grinder y The Enterprise, Los Ángeles, Estados Unidos, septiembre 1996

Centro de Documentación sobre Zapatismo, CENDOZ (2015) *Juntos por Chiapas*, Consultado en línea <http://www.cedoz.org/site/content.php?cat=69>

Chava Rock (2003, 7 de mayo) *Cuatro escenarios para mas de 50 músicos en el Vive Latino 2003* [versión electrónica], La Jornada

Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, Consami (2015) *Salarios mínimos vigentes a partir del 1º de enero de 2014*, consultado en línea http://www.conasami.gob.mx/pdf/tabla_salarios_minimos/2014/01_01_2014.pdf

Cruz, Bárcenas (2007, 6 de mayo) *Toman 50 mil jóvenes el primer día del Festival Vive Latino*, Sección de Espectáculos, La Jornada

De la redacción (2006, 14 de mayo) Intensa jornada de rock en el Vive Latino 2006, Sección de Espectáculos, La Jornada

Diarioup (2014, 24 de febrero) Presentando el nuevo talento emergente: Carpa Intolerante. Consultado en línea <http://diarioup.com/noticias/presentando-el-nuevo-talento-emergente-carpa-intolerante/>

Estrada, Teresa (2000) Sirenas al ataque: historia de las mujeres rockeras mexicanas 1956-2000, IMJUVE, México, D.F.

Figuras de la canción: "La noche de Avándaro". (1971) Revista musical. México en Castro, Rubén (2011, 15 de septiembre) "A cuarenta años, las otras anécdotas de Avándaro", *Rock and blog*, El Universal. México.

González, Ruiz Edgar (2013, 12 de mayo) Memorias de la censura o Uruchurtu, el Regente de Hierro [versión electrónica], Contralínea

Grupo Sanborns (2015) Formatos de negocio, consultado en línea en <http://www.gsanborns.com.mx/MixUp.html>

Hernández Miguel, El rock no tiene la culpa [documental] producido por Hernández Miguel, México 2011 (47 Minutos) son. Col.

History Channel (2015, 21 de Marzo) Se realiza el primer concierto de rock en la historia. <http://mx.tuhistory.com/hoy-en-la-historia/se-realiza-el-primer-concierto-de-rock-de-la-historia>

Jiménez, Arturo (2005, 17 de abril) Cientos de jóvenes dieron *portazo* en el Vive Latino, Sección de Espectáculos, La Jornada.

La jornada en línea (2014. 27 de Marzo) Las 173 Bandas que participaran en el Vive Latino. La jornada <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2014/03/27/se-presentaran-173-grupos-de-20-paises-en-el-vive-latino-6345.html>

Lifeboxset (2014, 7 de febrero) Música con pasamontañas #2: "Una bolsa de arroz y un Zapata". <http://www.lifeboxset.com/2014/musica-con-pasamontanas-2-una-bolsa-de-arroz-y-un-zapata/>

Mendoza, García Jorge. (Marzo 2009) “El transcurrir de la memoria colectiva: La identidad” en Casa del Tiempo, vol. II, época IV, núm. 17

Molina, Ramírez Tania (2006, 15 de mayo) Para asistentesal Vive Latino, nada de política, sólo sano reventón, Sección de Espectáculos, La Jornada.

Molina, Ramírez Tania (2008, 25 de mayo) Furioso rito rocanrolero de 50 mil asistentes en el Vive Latino, Sección de Espectáculos, La Jornada.

Olivares, Juan José (2000, 13 de noviembre) Los Cadillacs prendieron el ánimo *cachondo*, Sección de Espectáculos, La Jornada.

Olivares, Juan José (2003, 12 de mayo) Panteón Rococó se llevó la primera mitad de la jornada del Vive Latino, Sección de Espectáculos, La Jornada.

Olivares, Juan José y Israde, Yanireth (2000, 12 de noviembre) Vive Latino, encuentro musical de libertad, libertinaje y fuga, Sección de Espectáculos, La Jornada.

Olivares, Juan José y Peñaloza, Patricia (2004, 10 de mayo) Julieta, Ely y El Haragán se llevan la primera parte del Vive Latino, Sección de Espectáculos, La Jornada.

Unión Puebla, Oliveros, Orlando (2015, 24 de noviembre) El día que Freddie Mercury recibió zapatazos en Puebla <http://www.unionpuebla.mx/articulo/2015/04/30/espectaculos/el-dia-que-freddie-mercury-recibio-zapatazos-en-puebla>

Peñaloza, Patricia (2001, 25 de noviembre) Vive Latino 2001, sin la fuerza energética de años anteriores, Sección de Espectáculos, La Jornada

Peñaloza, Patricia (2007) Revuelo de jóvenes con la multitud de ritmos en el festival Vive Latino, Sección de Espectáculos, La Jornada.

Roberts, Glenys (2007, 11 de mayo) An English girl's summer of love, Daily mail. Consultado en línea <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-454271/An-english-girls-summer-love.html> el 15 de Enero 2015

Nunca digas que no, 3 décadas de *rock mexicano* Vol. 1 [documental]
Producido por Portillo, Sebastián y Fainchtein, Lynn, Estados Unidos, Noticias
Mtv 1996, (27 Minutos) son. Col.

Nunca digas que no, 3 décadas de *rock mexicano* Vol. 2 [documental]
Producido por Portillo, Sebastián y Fainchtein, Lynn, Estados Unidos, Noticias
Mtv 1996, (27 Minutos) son. Col.

Ruiz Ajá, Luis. (2007) *La contracultura, ¿Qué fue?, ¿qué queda?* Mandala
ediciones, Madrid, España

Seven ages of rock: My generation [documental] Producido por Naylor
William y Poole Michael, Reino Unido, VH1 Classic 2007, (48 minutos), son.
Col.

Seven ages of rock: Art rock; White light, White heat [documental]
Producido por Naylor William y Poole Michael, Reino Unido, VH1 Classic 2007,
(50 minutos), son. Col.

Seven ages of rock: Punk Rock Blank Generation [documental] Producido
por Naylor William y Poole Michael, Reino Unido, VH1 Classic 2007, (48
minutos), son. Col.

Seven ages of rock: *Heavy metal*, Never say day [documental] Producido
por Naylor William y Poole Michael, Reino Unido, VH1 Classic 2007, (50
minutos), son. Col.

Seven ages of rock: Stadium rock, We are the champions [documental]
Producido por Naylor William y Poole Michael, Reino Unido, VH1 Classic 2007,
(50 minutos), son. Col.

Seven ages of rock: Alternative Rock Left to the dial [documental]
Producido por Naylor William y Poole Michael, Reino Unido, VH1 Classic 2007,
(50 minutos), son. Col.

Seven ages of rock: Brit Rock [documental] Producido por Naylor William
y Poole Michael, Reino Unido, VH1 Classic 2007, (50 minutos), son. Col.

The Who. "My Generation", The Who sings my generation. Brunswick, 1965

Trujillo Cedillo, José Manuel (2001) Para documentar el rock: un análisis cronológico y musical de los géneros rockeros, Editorial Elsa, México

Urteaga, Castro-Pozo Maritza (1998) Por los territorios del rock: identidades juveniles y *rock mexicano*, Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, Causa Joven, CONACULTA: Dirección General de Cultura Popular, México.

Vive latino la permanecía de un sonido, (18 de abril 2013), <http://www.vivelatino.com.mx/>

8.2 Bibliografía Estado del Arte

Género musical: Rock

Gómez Vargas, Héctor. (junio 2006) Figuras del pensar. Los estudios sobre el consumo cultural en América Latina y la organización de campo académico de la comunicación en México, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* Época II. Vol. XII. Núm. 23, Colima, pp. 9-43

Garibaldo Valdéz, Ramón; Bahena Urióstegui, Mario (2015) El ruido y la nación: cómo el rock iberoamericano redimió el sentido de comunidad en Latinoamérica, *Diálogos revista Electrónica de Historia*, Universidad de Costa Rica, San Pedro de Montes, Costa Rica, Vol. 1, enero – junio, pp. 191 - 214

Herrera-Usagre, Manuel (2011) El consumo cultural en España. Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas, *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*. N." 22, julio-diciembre, pp. 141-172.

Huertas Hurtado, Carlos Alberto, Caro Cadavid, Davidson, Vásquez Sánchez, Ana María y Juan Sebastián Vélez Porras. Consumo cultural y uso del tiempo libre en estudiantes lasallistas, *Revista Lasallista de Investigación* - vol. 5 no. 2, pp. 36-47

Mato, Daniel. (2007) Todas las industrias son culturales: crítica de la idea de “industrias culturales” y nuevas posibilidades de investigación, Nueva época, núm. 8, julio-diciembre, pp. 131-153.

Mora Bautista, Edgar Adrian. (2000) De la marginalidad a la comercialización: el *rock mexicano* en los noventa, tesis para obtener el grado de licenciado en ciencias de la comunicación, FCPyS, UNAM, asesorado por Hortensia Manuela Moreno Esparza.

Ortiz Gómez, Octavio. (2007) El surgimiento del rock y su asentamiento internacional como producto cultural de masas, 1950 – 1973: tradición e innovación en el desarrollo de una música popular juvenil transnacional y sus nexos con la consolidación de la cultura de masas y la industria cultural en el mundo, para obtener el grado de Maestro en comunicación, FCPyS, UNAM, asesorado por Dr. Silvano Héctor Rosales Ayala

Festivales musicales

Devesa Fernández, María, Herrero Prieto, Luis César y Sanz Lara, José Ángel. (2009) Análisis económico de la demanda de un festival cultural. Estudios de economía aplicada vol. 27-1, Universidad de Valladolid, págs.137-158.

Dr. Fouce, Héctor. (2009) Un largo verano de festivales. Categorías de experiencia y culturas productivas en la industria musical española, RLCS, Revista Latina de Comunicación Social 64, año 12º, 3ª época, España, pp. 410-415

García Canclini, Néstor, (1991) Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la Ciudad de México, UAM DDF, México

Ortiz Cruz, Iván Jesús (Noviembre del 2011) Vive Latino: principal foro para la diversidad musical en México, para obtener el grado de Licenciado en comunicación y periodismo por el FES Aragón, asesorado por en Mtro. Rubén Darío Vázquez Romero.

Juventud

Garcés Montoya, Ángela. (Enero-junio de 2009) Emergencia de la juventud en las ciudades contemporáneas. Anagramas, Volumen 7, N° 14. pp. 105-114

Mendoza Enríquez, Hipólito. (2011) Los estudios sobre la juventud en México. Espiral, vol. XVIII, núm. 52. Septiembre- Diciembre, pp.193-224

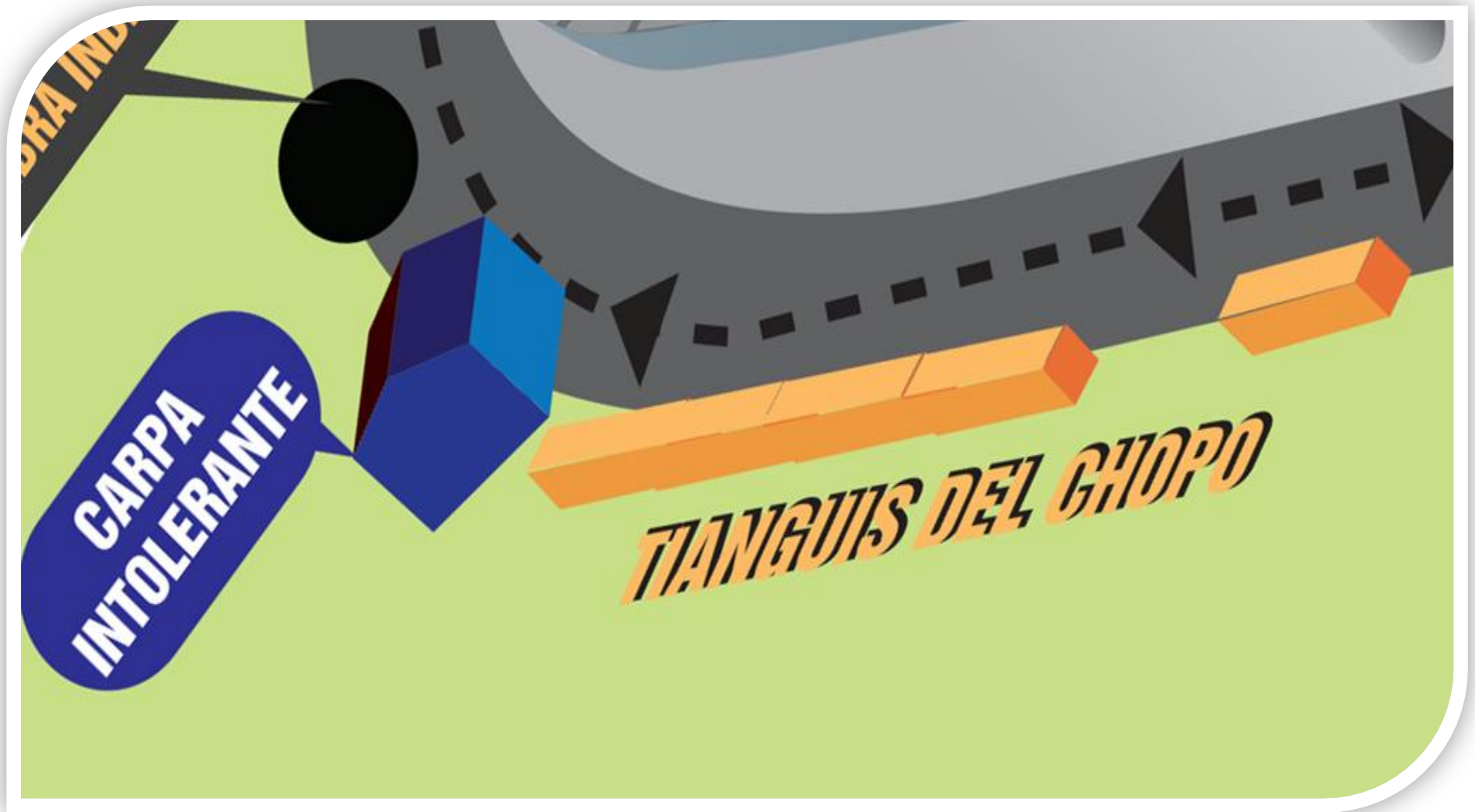
Pérez López, Ruth y Barragán Rodríguez, Lucía. (Enero-Junio 2012) Construcción social de un espacio público en la ciudad de México: La Plaza Zarco y sus jóvenes, Nueva Antropología: Revista de Ciencias Sociales, Número76, pp. 13- 32

Anexo 1 Imágenes del Foro Sol









Anexo 2: Resultados cuantitativos del Cuestionario

Identidad del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino 2014

País	
Argentina	16
Australia	1
Bélgica	1
Bolivia	1
Brasil	2
Canadá	2
Colombia	8
Chile	9
Dinamarca	2
Ecuador	1
España	9
Guatemala	1
Guyana	1
México	76
Ninguno	3
Noruega	1
Perú	1
Puerto Rico	1
Rusia	1
Serbia	1
UK	3
Uruguay	4
USA	15
Venezuela	1
Total	161

Latino	123
No latino	35
Ninguno	3
Total	161

Identidad Musical dentro del Festival Iberoamericano de
Cultura Musical: Vive latino 2014

Género	
Alternativo	2
Ambient Folk	1
Blues	1
Corrido	1
Cumbia	2
Dark Soul	1
Electrocumbia	1
Electronica	21
Etno Techno	1
Experimental	2
Folk	3
Funk	1
Fusión	13
Garage	4
Guarachacore	1
Heavy Metal	2
Hip Hop	7
Indie	1
Jazz	1
Música Urbana	1
Ninguno	11
Pop	3
Pop Experimental	1
Pop Psicodelico	1
Post punk	1
Punk	3
Punk Gitano	2
Raggamuffin	1
Rap	1
Reggae	4
Reggae Roots	1
Rock	41
Rock alternativo	3
Rock Indie	4
Rock Industrial	1
Rock Psicodelico	1
Rock Urbano	2
Rockabilly	1
Ska	5
Sonidero	3
Surf	2
Tropicalia	1
Tropipop	1
Total	161

Cruce de datos de los países y géneros musicales que se presentaron en el Festival Vive Latino 2014

Género	País																						Total		
	México	USA	Chile	España	Australia	Canadá	Argentina	Serbia	Puerto Rico	Colombia	UK	Bélgica	Brazil	Uruguay	Ninguno	Rusia	Dinamarca	Noruega	Venezuela	Guatemala	Perú	Guyana		Ecuador	Bolivia
Garage	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Alternativo	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Rock	22	1	3	5	0	1	4	0	0	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	41
Rock Industrial	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Ninguno	5	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	11
Rap	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Rock Indie	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	4
Ska	3	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Punk Gitano	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
Raggamuffin	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Música Urbana	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Corrido	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Reggae	1	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Hip Hop	5	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
Rock alternativo	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Electronica	6	4	1	0	0	1	2	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	21
Fusión	8	1	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
Folk	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Pop Psicodelico	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Pop Experimental	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Post punk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Heavy Metal	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Indie	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Cumbia	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Rockabilly	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Pop	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Electrocumbia	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Rock Psicodelico	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Punk	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
Surf	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2
Rock Urbano	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Blues	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Tropipop	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Guarachacore	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Dark Soul	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Experimental	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Jazz	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Tropicalia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Funk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Reggae Roots	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Ambient Folk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Sonidero	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Etno Techno	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total	76	15	9	9	1	2	16	1	1	1	8	3	1	2	4	3	1	2	1	1	1	1	1	1	161

Escenario y Género musical de los tres días de asistencia (28 al 30 de Marzo) al Festival Vive Latino 2014

Escenario / Género	Indio	Union Indio	Carpa Rockcampeonato	Carpa Intolerante	Gozadero Dancing Club Doritos	Total
Alternativo	0	0	1	0	0	1
Ambient Folk	0	0	0	0	1	1
Blues	0	0	1	0	0	1
Corrido	1	0	0	0	0	1
Cumbia	0	1	0	0	1	2
Electronica	1	1	0	1	13	16
Etno Techno	0	0	0	0	1	1
Experimental	0	0	0	2	0	2
Folk	0	2	0	1	0	3
Funk	0	0	0	1	0	1
Fusion	0	0	3	7	0	10
Guarachacore	0	0	1	0	0	1
Heavy Metal	0	2	0	0	0	2
Hip Hop	1	0	3	1	1	6
Indie	0	1	0	0	0	1
Jazz	0	0	0	1	0	1
Musica Urbana	1	0	0	0	0	1
Ninguno	2	2	3	0	0	7
Pop	0	1	1	0	0	2
Pop Experimental	0	1	0	0	0	1
Pop Psicodelico	0	1	0	0	0	1
Post Punk	0	1	0	0	0	1
Punk	0	0	2	1	0	3
Punk Gitano	1	0	1	0	0	2
Raggamuffin	1	0	0	0	0	1
Rap	1	0	0	0	0	1
Reggae	2	0	0	2	0	4
Reggae Roots	0	0	0	1	0	1
Rock	6	12	7	7	0	32
Rock Alternativo	2	1	0	0	0	3
Rock Indie	1	0	3	0	0	4
Rock Urbano	0	0	2	0	0	2
Rockabilly	0	1	0	0	0	1
Ska	4	0	0	1	0	5
Sonidero	0	0	0	0	3	3
Surf	0	0	1	1	0	2
Tropicalia	0	0	0	1	0	1
Tropipop	0	0	1	0	0	1
Total	24	27	30	28	20	129



Cruce de datos por Escenario y Días (del 28 al 30 de Marzo) en el Festival Vive Latino 2014

Escenario Indio				
Género/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Corrido	0	1	0	1
Electronica	0	0	1	1
Hip Hop	0	0	1	1
Música Urbana	0	1	0	1
Ninguno	1	1	0	2
Punk Gitano	0	1	0	1
Raggamuffin	0	1	0	1
Rap	1	0	0	1
Reggae	0	0	2	2
Rock	3	0	3	6
Rock Alternativo	1	0	1	2
Rock Indie	1	0	0	1
Ska	1	3	0	4
Total	8	8	8	24

Escenario Union Indio				
Género/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Cumbia	0	0	1	1
Electronica	0	0	1	1
Folk	2	0	0	2
Heavy Metal	0	2	0	2
Indie	0	0	1	1
Ninguno	0	1	1	2
Pop	0	0	1	1
Pop Experimental	0	1	0	1
Pop Psicodelico	1	0	0	1
Post Punk	0	1	0	1
Rock	6	3	3	12
Rock Alternativo	0	1	0	1
Rockabilly	0	0	1	1
Total	9	9	9	27

Carpa Rockcampeonato				
Género/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Alternativo	1	0	0	1
Blues	0	1	0	1
Fusión	0	0	3	3
Guarachacore	0	0	1	1
Hip Hop	3	0	0	3
Ninguno	0	1	2	3
Pop	0	1	0	1
Punk	1	1	0	2
Punk Gitano	0	0	1	1
Rock	2	4	1	7
Rock Indie	0	1	2	3
Rock Urbano	2	0	0	2
Surf	1	0	0	1
Tropipop	0	1	0	1
Total	10	10	10	30

Carpa Intolerante				
Género/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Electronica	1	0	0	1
Experimental	2	0	0	2
Folk	1	0	0	1
Funk	0	1	0	1
Fusión	1	0	6	7
Hip Hop	1	0	0	1
Jazz	1	0	0	1
Punk	0	1	0	1
Reggae	0	0	2	2
Reggae Roots	0	0	1	1
Rock	1	6	0	7
Ska	0	0	1	1
Surf	0	1	0	1
Tropicalia	1	0	0	1
Total	9	9	10	28

Gozadero Dancing Club Doritos				
Género/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Ambient Folk	1	0	0	1
Cumbia	0	0	1	1
Electronica	6	4	3	13
Etno Techno	0	0	1	1
Hip Hop	0	1	0	1
Sonidero	0	2	1	3
Total	7	7	6	20

Cruce de datos por País y Día (del 28 al 30 Marzo) en los diferentes escenarios del Festival Vive Latino 2014

Escenario Indio				
País/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Argentina	0	2	1	3
Australia	1	0	0	1
Bélgica	0	0	1	1
Canadá	1	0	0	1
Colombia	0	0	1	1
Chile	2	0	1	3
España	1	0	0	1
México	1	4	3	8
Puerto Rico	0	1	0	1
Serbia	0	1	0	1
UK	0	0	1	1
USA	2	0	0	2
Total	8	8	8	24

Escenario Union Indio				
País/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
USA	1	1	1	3
Argentina	0	0	2	2
Brasil	1	0	0	1
Colombia	0	1	0	1
Chile	2	0	0	2
España	1	0	2	3
México	3	3	3	9
Ninguno	0	3	0	3
Rusia	0	1	0	1
Uruguay	1	0	1	2
Total	9	9	9	27

Carpa Rockcampeonato				
Pais/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Argentina	0	2	0	2
Colombia	0	0	1	1
Dinamarca	0	0	1	1
España	1	3	1	5
México	9	4	5	18
Noruega	0	0	1	1
USA	0	1	0	1
Venezuela	0	0	1	1
Total	10	10	10	30

Carpa Intolerante				
Pais/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Argentina	1	1	3	5
Colombia	0	2	1	3
Chile	1	0	1	2
Guatemala	0	1	0	1
México	5	4	5	14
Perú	0	1	0	1
Uruguay	1	0	0	1
USA	1	0	0	1
Total	9	9	10	28

Gozadero Dancing Club Doritos				
País/Día	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Alemania	0	1	0	1
Argentina	0	2	0	2
Bolivia	0	1	0	1
Brasil	1	0	0	1
Canadá	1	0	0	1
Colombia	1	0	0	1
Chile	1	0	0	1
Ecuador	1	0	0	1
México	1	2	3	6
UK	1	1	0	2
Uruguay	0	0	1	1
USA	0	0	2	2
Total	7	7	6	20

Cruce de datos por día (28 al 30 Marzo), género rock y nacionalidad en el Festival Vive Latino 2014

Viernes Indio				
Género / País	México	España	Canadá	Total
Rock	1	1	1	3

Domingo Indio			
Género/ País	México	Chile	Total
Rock	2	1	3

Viernes Union Indio						
Género/ País	México	España	Brasil	Uruguay	Chile	Total
Rock	2	1	1	1	1	6

Sábado Union Indio				
Género/ País	USA	Colombia	México	Total
Rock	1	1	1	3

Domingo Union Indio			
Género/ País	Argentina	Uruguay	Total
Rock	2	1	3

Viernes Rockcampeonato			
Género/ País	México	Argentina	Total
Rock	1	1	2

Sábado Rockcampeonato			
Género/ País	España	México	Total
Rock	1	3	4

Domingo Rockcampeonato		
Género/ País	México	Total
Rock	1	1

Viernes Intolerante		
Género/ País	México	Total
Rock	1	1

Sábado Intolerante				
Género/ País	Perú	México	Argentina	Total
Rock	1	4	1	6

Horarios por día de las Bandas de rock que se presentaron durante el Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino 2014

Horarios / Escenario Viernes	Indio	Union Indio	Rockampeonato	Intolerante
14:00:00 - 14:25:00		Elis Paprika		
14:40:00 - 15:10:00		LA		
14:50:00 - 15:15:00			Machinguen	
15:30:00 - 15:55:00			Tako	
16:55:00 - 17:45:00	Jumbo			
17:10:00 - 17:55:00		Autoramas		
18:15:00 - 19:00:00		No Te Va A Gustar		
19:40:00 - 20:40:00	Love of lesbian			
20:20:00 - 21:00:00				URSS Bajo el Arbol
20:30:00 - 21:20:00		Ely guerra		
21:40:00 - 22:45:00		Los Tres		
22:40:00 - 00:10:00	Arcade Fire			

Horarios / Escenario Sábado	Union Indio	Rockampeonato	Intolerante
15:40:00 - 16:15:00	Outernational		
16:20:00 - 16:50:00		Aurora	
16:35:00 - 17:15:00			Gaia
16:35:00 - 17:20:00	Dr. Krapúla		
17:10:00 - 17:40:00		Reyno	
17:30:00 - 18:10:00			Cecy Bastida
18:25:00 -19:05:00			Carlos Mencez
18:45:00 - 19:45:00	Yokozuna		
18:50:00 - 19:35:00		Technicolor Fabric	
19:20:00 -20:00:00			Los Facinantes
20:15:00 -22:55:00			Los Marty
21:10:00 - 21:50:00			Carmen Acosta
22:25:00 -23:25:00		Torreblanca	

Nota aclaratoria: Después de ver a *Dr. Krápula*, vi a las bandas del *Gran Silencio* y *Maldita Vecindad* y *los Hijos del Quinto Patio*, porque son parte importante en la escena de *rock* en México, así como la importancia que la gente le dio a su presentación.

Horarios / Escenario Domingo	Indio	Union Indio	Rockampeonato
14:00:00 - 14:25:00			Clubz
17:10:00 - 18:00:00	La Gusana Ciega		
17:25:00 - 18:05:00		La Vela Puerca	
20:00:00 - 21:15:00	La Ley		
21:00:00 - 22:00:00		Fito Paez	
21:45:00 - 22:55:00	Zoé		
22:25:00 - 23:25:00		Enanitos Verdes	

Anexo 3: Cuadros de etnografía interpretativa.

Cuadro 3.1 Interacción musical en el Vive Latino 2014.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva Escenario: Indio Tiempo: 10 min, 28 de Marzo 2014 Actores: Integrantes de Jumbo, Productor de la banda y el	<p>Al llegar ahí ya había comenzado la presentación de <i>Jumbo</i>, varios jóvenes estaban coreando las canciones, que fueron éxitos de la banda por los años noventas como son: "Aquí", "Fotografía", "Siento que". La gente los recibió de una manera sin igual en especial la canción de fotografía. Los músicos invitaron a su productor argentino para que tocara con ellos esa canción.</p> <p>Todo el público estaba coreando la canción con entusiasmo y para finalizarla el vocalista de la agrupación mencionó lo siguiente: "es un momento estático de unos cuantos segundos, por ello tomaremos una fotografía de todos ustedes" y acto seguido tomaron una fotografía del público presente a manera de recuerdo personal de la banda. En otras canciones como la titulada "Aquí", hubo</p>	<p>La gente se encontró entusiasmada, cantando las melodías que conocía desde hace más de diez años. Los éxitos musicales se los sabían de memoria.</p> <p>Estas canciones manejan un lenguaje de amor y amistad con la cual la gente se siente identificada, por esta razón interactúan, no sólo tarareando la misma, sino que es parte de una interacción simbólica a través de las representaciones de amistad y amor que están implícitas en las melodías.</p> <p>La fachada y la máscara se dividen en tres, los actores no tienen el mismo rol, entonces los integrantes de la agrupación <i>Jumbo</i> son el primer grupo, el segundo es cuando es invitado al escenario el productor argentino de</p>	<p>Público</p> <p>Cántico</p> <p>Lenguaje del amor y la amistad</p> <p>Fachada y máscara de los asistentes como de la agrupación</p> <p>Selfie</p> <p>Identidad</p>

público

jóvenes que no dejaron de moverse, saltaban de un lado a otro cantando a pulmón. (Observación participante con Registro, 2014).

la banda y que por un lapso de 4 minutos se volvió colectiva integrante de la agrupación por interactuar con ellos en la interpretación de la canción Fotografía.

La fachada y máscara del público es esa, en la que están siendo parte del espectáculo interactuando en esta ocasión social con los cánticos y bailes que los hace recordar sus propios momentos con esas canciones antes mencionadas.

La ocasión social de la *selfie* se sucedió después de que el vocalista llamó a la fotografía como “momento estático” y al unificar a su público en una imagen los hizo parte de la agrupación, dotando a los asistentes de la identidad de la banda, por tanto hay un reconocimiento y aporta a la gente una nueva fachada y máscara, porque ya no se encuentra la línea entre público y artista, sino una masa que se denominó *Jumbo*.

Aunque la gente no se vea en la imagen, sabe que fue parte de esa interacción que le generó una nueva identidad, ya que formó parte de ese momento estático.

Cuadro 3.2 interacción musical en el Vive Latino 2014.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva Escenario: Unión Indio Tiempo: 1 a 2 min, 29 de Marzo 2014 Actores: Vocalista de <i>Dr. Krápula</i>	<p>Luego el grupo sigue tocando pero es el turno del público, cantar solos, ya que el vocalista le pasa la estafeta a los asistentes que están en comunión con ellos disfrutando del espectáculo y van con la estrofa del coro así “se que en tu vida hay dolor, que la cosa va de mal en peor...”</p> <p>-¡Que nos escuche el planeta!- dice el vocalista mientras el público sigue cantando</p> <p>-Se que en tu vida hay dolor, que la cosa va de mal en peor-</p> <p>-Lo que te hace mejor es luchar con la fuerza del amor- continúan cantando</p> <p>Y el guitarrista y vocalista menciona “Así es, Así es un amor para todo el planeta” y continúa la melodía</p>	<p>La interacción comienza desde que la canción está siendo interpretada, pero llega a su punto máximo cuando se crea la ocasión social para integrar al público a cantar en el lugar del vocalista, mismo que los va guiando con pequeñas frases que incentivan a la multitud a seguir.</p> <p>El canto es parte fundamental de la interacción, pero también cuenta el lenguaje no verbal que se esta manejando, ya que la agitación de los brazos de los asistentes crean una especie de extensión simbólica para poder hacerse sentir cerca de la agrupación.</p> <p>La fachada y la máscara que tienen los músicos es precisamente de artistas que están ofreciendo un espectáculo, de resistencia y el mensaje implícito en esta canción es aunque te vaya mal en este mundo lo puedes lograr con el “Poder del Amor”, es una</p>	<p>Público</p> <p>Cántico</p> <p>Lenguaje del amor</p> <p>Símbolo de resistencia</p> <p>Proceso identitario</p>

-Ahora la gente, solo la gente- el vocalista hacia el público mientras agita una de las manos e inclina su cuerpo para simular acercamiento con la gente y con la otra mano acerca el micrófono a la audiencia para que canten la estrofa de “la laralarala la la...”, cuando terminan el vocalista pide hacerlo de nuevo pero “con huevos” y después pide hacerlo juntos (cantar el mismo tarareo de la canción) (Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014).

pequeña luz de esperanza para todos los presentes y que comprando ese mensaje simbólico de libertad se practique y reparta a todo el mundo.

Ahora bien, el que se incite a cantar más fuerte y los asistentes lo hagan, es una plena identificación con el artista, porque el público tiene la fachada y máscara de la juventud, al cantar esas canciones se crea el vínculo de disfrute de la música que están representando, al cantarlo “con huevos” significa elevar el tono para poder acercarte al simbolismo del lenguaje de resistencia.

El proceso identitario se realizó por la apropiación de la identidad individual y se convierte en masa al reafirmarla por medio de las canciones que muestran el sentimiento en común de los presentes. Aunque el público no tenga la misma historia se refleja en la emoción que tienen a cantar la melodía, esto forma un vínculo ilusorio y efímero de pertenencia en la que todos somos uno.

Cuadro 3.3 Interacción musical en el Vive Latino 2014.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva Escenario: Indio Tiempo: 1 a 2 min, 29 de Marzo 2014 Actores: Tony y Cano Hernández, Vocalistas del Gran Silencio	<p>-Chido mi gente, ¿se la están pasando chido?- Dice Tony al finalizar la melodía de Cumbia lunera</p> <p>-Si- Contesta la gente</p> <p>-Ok, la siguiente canción necesitamos que todos le hagan así, mi gente (levantando las manos haciendo la seña de <i>rock and roll</i>), que no sabemos que significa, pero se ve a toda madre, bueno yo les voy a decir que significa, significa <i>Ronnie James Dio</i>, eso significa cabrones, esto dice así, vámonos- Tony explicando el significado de la seña de mantener arriba los dedos índice, pulgar y meñique a todos los presentes (Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014).</p>	<p>La interacción para enseñar una forma de identificación por medio del aprendizaje de señas no verbales dentro del lenguaje rockero, este ademán es parte del lenguaje no verbal que no muchos conocían.</p> <p>El compartir el significado de una seña popular como lo es mantener levantados solo tres dedos de la mano en esta situación social se convierte en la ocasión social para aprender sobre los precursores del <i>rock</i> que lo comparte la agrupación de El Gran Silencio.</p> <p>Además al preguntar cómo se la está pasando el público crea también un vínculo de interés, porque pasa de ser sólo el emisor a receptor de su público al dotarlos de voz cuando les realiza una pregunta, luego entonces ambas partes siguen con la interacción del canto y el baile para divertirse entre todos.</p>	<p>Seña</p> <p>Aprendizaje</p> <p>Jóvenes</p> <p>Explicación</p>

Cuadro 3.4 Interacción Musical en el Vive Latino 2014.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
<p>Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva</p> <p>Escenario: Indio</p> <p>Tiempo: 1 a 2 min, 29 de Marzo 2014</p> <p>Actores: Tony Hernández, Vocalista del Gran Silencio</p>	<p>-ni un consuelo estoy buscando- Público</p> <p>-quiero estar solo con mi dolor...- Tony continuando con la letra de la canción y de fondo miles de voces también continuaban coreándola con sentimiento a flor de piel</p> <p>-y quizás...- Tony casi por finalizar la canción</p> <p>-me olvidare de ti- en conjunto Tony y el público.</p> <p>Finaliza la música (Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014).</p>	<p>El dolor que transmite la canción a través de estas estrofas que canta el público determina el poder de identificación simbólica que hay a través de las letras. Se sigue interactuando con la melodía, aunque el vocalista sigue cantando a la par lo hace el público, pero la particularidad data de ese pase de estafeta entre uno y otro para continuar cantando.</p> <p>La máscara y la fachada siguen siendo del vocalista y del público que lo escucha, pero la ocasión social radica plenamente en cantar una melodía de dolor para terminar de cantarla juntos, como emblema de identificación y apropiación simbólica entre el artista y los asistentes.</p>	<p>Publico</p> <p>Ocasión social</p> <p>Identificación</p> <p>Apropiación simbólica</p>

Cuadro 3.5 Interacción Musical en el Vive Latino 2014.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva Escenario: Indio Tiempo: 1 a 2 min, 29 de Marzo 2014 Actores: Rocko Pachucote, Vocalista de la Maldita Vecindad	<p>-Aquí siguiendo el camino rojo que nuestros ancestros fueron poniendo para que cada uno de los momentos de nuestra vida sea una gran ceremonia de alegría, de gratitud, de creatividad. En estos tiempos de tanta violencia e injusticia, de tanto bombardeo de guerra, de muerte, de corrupción estamos aquí todos listos en esta tierra sagrada de México, Tenochtitlán para hacer una gran ceremonia para sacudirnos toda la negatividad de este sistema, ¿están listos?-</p> <p>-si- gritan los espectadores que después se vuelve en una breve ovación</p> <p>-Muy bien carnales, alzamos nuestra manos que es nuestra conexión con el cielo y dejamos que todo lo malo se vaya, sacudamos toda la negatividad,</p>	<p>La identidad nacional a través del discurso de los ancestros, el agradecimiento sobre las artes y el pensamiento, pero que también tiene como fondo hacer una denuncia y crear conciencia de la situación que se está viviendo en el país y liberarse por los próximos minutos de la negatividad lo convierte en la ocasión social perfecta de identificación con las raíces.</p> <p>La aprobación es precisamente cuando los espectadores gritan, cada uno para hacer valer su voz y constatar su presencia ante los demás, pero que ese grito se une al de todos los demás con la misma fachada y máscara por ser todo el público quien se manifiesta.</p> <p>La comunicación se mezcla en lo verbal y no</p>	<p>Ritual</p> <p>Ocasión social</p> <p>Fachada</p> <p>Máscara</p> <p>Símbolos</p>

que todo lo malo se vaya, que todo lo bueno venga para nosotros, nuestro país, nuestra familia y el mundo entero, a la una a las dos y a las tres banda- esto lo realiza *Rocko* y las pantallas lo toman para que todo el publico sepa lo que tiene que hacer

Comienza un estruendo de guitarras y el saxofón que marcan como la mala vibra se está yendo y las palabras de *Rocko* son las siguientes mientras esto acontece – se va, se va, se va, todo lo malo se fue- vuelve el silencio y continua –ahora si con el corazón alegre sin ningún peso, sin ninguna cosa que nos moleste en pura amistad, paz y baile, ahora si como decía mi abuelita ya lo pasado pasado raza- (Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014).

verbal al momento de pedir que suban las manos, para que simbólicamente esas malas energías desaparezcan, el vocalista *Rocko* continua con el proceso de ritualizar la ocasión social en un acto meramente simbólico, ya que las “buenas” o “malas energías” caen en la subjetividad.

Ahora después de consagrar el momento de la liberación con los estruendos de los instrumentos es que se da por terminado el ritual, pero inmediatamente comienza otro, ya que con las palabras del vocalista la interacción con el publico se vuelve fuerte y crea ese sentido simbólico de ligereza, de disfrute y gozo por el baile de la siguiente canción emblemática.

Cuadro 3.6 Interacción Musical en el Vive Latino 2014.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva Escenario: Indio Tiempo: 1 a 2 min, 29 de Marzo 2014 Actores: Rocko Pachucote, Vocalista de la Maldita Vecindad	<p>-El poder de la palabra, la palabra florida, la palabra que toca corazones y transforma las almas, dedicación especialmente a este poeta que con su poesía gritó claramente no más violencia en este país, no más sangre para Javier Sicilia y su movimiento de paz, justicia y dignidad, para los 132, para los compañeros de Cherán, para todos los que están en resistencia creando un mundo distinto con el poder de la palabra, recibamos a este merolico, decimero bullanguero, repentista a que nos alumbre con sus palabras floridas, así es que ahí viene banda- (hace la mímica de ver a alguien a lo lejos y cede los micrófonos a el público para que responda)</p> <p>- Don Palabras- replica la gente</p> <p>-... ahí viene banda...- vuelve a decir</p>	<p>Se hizo presente la resistencia con el uso de la palabra, con la cual interactúo el vocalista con el público, se escuchó su voz a través de los micrófonos y puso en boga, no sólo el movimiento de Javier Sicilia, sino otros más que se están manifestando de manera pacifica en contra de un gobierno que no da soluciones.</p> <p>La canción hace referencia a todos esos movimientos que están haciendo su lucha con el pensamiento y conocimiento de la palabra.</p> <p>El público al contestar resolvió la incógnita gritando el nombre de la melodía que se interpretó, recalcando el símbolo de la poesía y los poetas.</p> <p>Cada uno de estos movimientos tiene un</p>	<p>Resistencia</p> <p>Símbolo</p> <p>Máscara</p> <p>Fachada</p> <p>Estigma</p>

- Don Palabras- vuelve a decir todo el foro en una sola voz

- ahí viene Don Palabras, raza- siempre haciendo la mímica de que alguien venia con el brazo extendido hacia el horizonte. Se podía ver a través de las tres pantallas. Así fue como inicio esta canción (Observación participante con Registro, 29 de Marzo 2014).

estigma por la sociedad, ya que se les acusó de violentos, flojos, porros, revoltosos. Pero cada integrante de de esas luchas tiene una máscara y una fachada por la cual están luchando para tener un mundo mejor.

Cuadro 3.7 Interacción Musical en el Vive Latino 2014.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva Escenario: Indio Tiempo: 1 a 2 min, 30 de Marzo 2014 Actores: Vocalista de la Gusana Ciega	<p>-Hace quince lives latinos (chica grita al escuchar eso en las gradas cerca de donde estaba), nos presentamos en un escenario, había mucha menos gente. No sabíamos que iba a pasar con la banda, no sabíamos que iba a pasar con el festival. Quince ediciones después estamos todos juntos... (Hay una ovación general en el foro). Queremos realmente agradecerles por acompañarnos, qué sería de nosotros si ustedes no estuvieran aquí, muchísimas gracias. Nos gustaría hacer algo especial para despedirnos (la chica vuelve a gritar). Hay un fenómeno que sucede cuando todos ustedes brincan y es que el suelo se hace como un licuado y se mueve. Y la gente de allá atrás y toda la gente que está allá atrás (se escucha la ovación de la parte de atrás del foro). Medios de</p>	<p>La fachada del interprete de <i>La Gusana Ciega</i> ahora es diferente, como bien dice han pasado quince años en los cuales ellos muestran la misma fachada con la misma máscara, porque son parte de un espectáculo que ha tenido diferentes cambios, que ha pasado por el estigma y que aún ahora tienen parte de esas etiquetas. Pero es esa trayectoria de quince años que les ha valido formar el símbolo del Festival Iberoamericano de Cultura Musical: Vive Latino, la gente lo agradece, porque es la ocasión social en que la interacción de el público con el artista así lo permite, de ovacionar el tiempo que ha pasado y que estuvieron sus seguidores a lo largo del estadio en esa presentación.</p> <p>La situación social fue creada por el propio</p>	<p>Fachada</p> <p>Máscara</p> <p>Símbolo</p> <p>Estigma</p> <p>Ocasión social</p> <p>Situación social</p> <p>Identidad</p>

comunicación, otros grupos y amigos sienten como se mueve el piso, lo sientan a todos ustedes y se emocionan allá atrás muchísimo nos gustaría podernos despedir y que todos griten y que todos bailen con nosotros y que hagamos que el suelo se mueva... (Ovacionado nuevamente)- continua con la canción y al finalizarla agradece (Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014).

vocalista que llamó a sus seguidores a despedirse de una manera sin igual saltando.

El interprete al invitar al público que se encontró hasta atrás del estadio, respondieron con una ovación, ya que se les reconoció como parte del espectáculo y eso los dota de identidad.

Cuadro 3.8 Identidad musical e identidad nacional

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva Escenario: Indio Tiempo: 1 a 2 min, 30 de Marzo 2014 Actores: Beto Cuevas, Vocalista de	<p>-Buenas noches México (ovación), somos <i>La ley</i> y estamos de regreso-</p> <p>-Muchas gracias, ¿cómo está México? (gritos de los asistentes diciendo bien), que lindo se ve desde acá arriba muchísimas gracias, esta próxima canción es al igual que muchas otras una canción de nuestra primera etapa como grupo, por ahí por el principio de los años 90, esto se llama... prisioneros de la tierra (Ovación) (Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014).</p>	<p><i>Beto Cuevas</i> mantiene su máscara y fachada de vocalista y líder de la agrupación chilena <i>La Ley</i>, por la manera en que escogió su ropa para la presentación.</p> <p>La forma particular de interactuar con el público desde el “buenas noches México”, dejo ver su proximidad con el país y su gente se limita a los sujetos que estuvieron presentes en el espectáculo formando una interacción simbólica recordando los inicios de la agrupación a través de las palabras dedicadas a la audiencia que se encontró en el escenario, que después de mucho tiempo los siguen apoyando cantando sus canciones, comprando sus discos y verlos en vivo.</p>	<p>Comunicación verbal y no verbal de <i>Beto Cuevas</i>, vocalista de la <i>Ley</i></p> <p>Comunicación verbal por parte del público, en la ovación</p> <p>Fachada</p> <p>Máscara</p>

la Ley

La forma de aceptación de la gente es por medio de la ovación, que con apenas monosílabos expresa sus emociones y muestras de apoyo a la banda.

Proxémica

Interacción
simbólica

Cuadro 3.9 Interacción individual.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva Escenario: Indio Tiempo: Más de 1 hora y media. 28 de Marzo 2014 Actores: Mujer joven	<p>La chica de playera blanca estaba eufórica durante la presentación de <i>Arcade Fire</i>, se le veía muy contenta y a lo largo de toda la presentación que duro más de una hora, no dejó de moverse durante las canciones, algunas las coreaba si se sabía la letra. (Observación participante con Registro, 28 de Marzo 2014).</p>	<p>La joven presente en las gradas cuando se desarrollaba el espectáculo de <i>Arcade Fire</i> mostró en su fachada y su máscara que era fiel seguidora de la agrupación, por la manera que interactuó durante más de una hora de concierto, a través del baile, de la ovación cuando era pertinente gritar.</p> <p>Precisamente esa interacción simbólica se conjunta con la proxémica de la joven que aunque estuviera lejos del artista físicamente, en el plano simbólico ella lo vivió como si lo tuviera cara a cara cantando las canciones si se sabía la letra.</p> <p>La ocasión social presente en el momento que comenzó a apropiarse el concierto para ella misma, sin importarle su alrededor, hasta que terminó el mismo.</p>	<p>Máscara</p> <p>Fachada</p> <p>Interacción simbólica</p> <p>Proxémica</p> <p>Ocasión social</p>

Cuadro 3.10 Interacción individual.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
<p>Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva</p> <p>Escenario: Indio</p> <p>Tiempo: de la cámara 2 a 3 minutos por canción.</p> <p>De la llamada 3min. Aprox.</p> <p>30 de Marzo 2014</p> <p>Actor: Hombre joven adulto</p>	<p>La persona que estaba a lado mío en las gradas no dejaba de ocupar su teléfono, ya sea para grabar vídeo o para tratar de hacer una llamada que no salía, ya que se la pasó intentando por mucho tiempo, hasta que se resigno y optó por ver la presentación sin mas. (Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014).</p>	<p>El joven varón que se encontró cerca de mí, tiene en una primera instancia la fachada de hombre joven, en un segundo momento muestra su máscara y fachada de novio, por último tiene la máscara de espectador que intercala con otra máscara que no se pudo saber cual era puesto que no le contestaron la llamada.</p> <p>Este hombre se encuentra inmerso en una situación social, la cual es presenciar el concierto de <i>La Gusana Ciega</i> en el escenario Indio del Vive Latino.</p> <p>La ocasión social la aprovechó en dos momentos mediatizados por el celular:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Cuando se tomaba fotografías junto a su novia y otras al escenario 2) Cuando trataba de realizar la llamada, en la cual 	<p>Máscara</p> <p>Fachada</p> <p>Ocasión social</p> <p>Situación social</p> <p>Lenguaje verbal y no verbal</p> <p>Mediación</p>

se notaba que no le contestaban, por su comportamiento no verbal a través de sus gestos y pequeños monosílabos que así lo delataban.

Cuadro 3.11 Interacción individual.

Datos del lugar de la observación participante con registro	Descripción:	Interpretación:	Lista taxonómica de la situación
<p>Lugar: Vive Latino, Ciudad Deportiva</p> <p>Escenario: indio, en las gradas del lado izquierdo</p> <p>Tiempo: 3 Horas en total, 1 hora apartando los lugares. 30 de Marzo 2014</p> <p>Actores: 8 personas jóvenes que eran publico</p>	<p>Una situación bastante interesante es que había una fila de jóvenes y adultos apartando una serie de lugares con unos impermeables amarillos y no permitían que nadie pasara por ahí, en ese instante me di cuenta de que los estaban apartando para otras personas que llegarían para ver otras presentaciones siguientes (Observación participante con Registro, 30 de Marzo 2014).</p>	<p>La situación social se deriva de estar presentes en el escenario principal del Vive Latino, en las gradas del lado izquierdo, por un aproximado de tres horas para poder ver a la <i>Ley</i> y a <i>Placebo</i>.</p> <p>Llegaron aproximadamente durante la presentación de <i>La Gusana Ciega</i>, donde comenzaron a crear la ocasión social acomodando los impermeables de los amigos que faltaban en su grupo y que se habían retirado a ver a otros grupos en otros escenarios, por ello los encargados de apartar sus lugares se extendieron por una fila de hasta ocho lugares, de los cuales estaban ocupando 4.</p> <p>La máscara y la fachada de estas personas delató que eran amigos de hace tiempo, la</p>	<p>Máscara</p> <p>Fachada</p> <p>Estigma</p> <p>Proxémica</p> <p>Lenguaje verbal y no verbal</p> <p>Situación social</p> <p>Ocasión social</p>

familiaridad con la que se hablaban y la forma de comunicarse cuando acomodaron los impermeables verbal y no verbalmente. Se hacían señas o se gritaban.

El estigma estaba presente porque al apartar los lugares no permitían que nadie se acercara, por tanto ellos trataban de excluir a las demás personas que estuvieron a su alrededor.