

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



Estrategia de comunicaciones integradas para el reposicionamiento del jazz hecho en México

TESIS

Que para obtener el título de

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

P R E S E N T A

Alejandro Velázquez Morales

DIRECTOR DE TESIS

Eder Antonio Salamanca Fuentes

Ciudad Universitaria, CD.MX. 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Introducción

El presente proyecto es una cruzada a favor del jazz hecho en nuestro país; una radiografía desenfadada sobre su historia, su evolución y su quehacer; una proyección breve pero honesta de su condición actual, y es sobre todo el ímpetu y la obstinación por quererlo ver en mejor estado a través de la aplicación de una serie de saberes relativos a la comunicación y, muy en específico, en una propuesta de estrategias cuyo objetivo último es el de reposicionarlo dentro de un público delimitado.

El recorrido parte, desde luego, de la detección de una serie de problemas que entrañan un par de contrariedades en la escena del jazz en nuestro país y, muy en específico, en su capital.

Por un lado, está el hecho de que, a pesar de estar atravesando una de sus mejores etapas, comparado con años anteriores, en cuanto a su presencia dentro del panorama musical urbano, el jazz no deja de ser un género de popularidad itinerante y coyuntural.

Por el otro, está el encontrado papel de los jóvenes dentro del jazz: si en el ala musical se tiene que son los jóvenes quienes encabezan un porcentaje fuerte de la oferta total de agrupaciones musicales, en el ala consumidora no se tiene a la población juvenil como el grupo más fuerte o representativo.

La hipótesis central, que viene a hacer de puente y propuesta de solución estratégica entre estas dos inconsistencias, ve en la comunicación la falla de origen y en el reposicionamiento del género entre los jóvenes una alternativa para consolidar, por un lado, al jazz como un género estable y de amplia preferencia y, por el otro, a hacer de los jóvenes su principal grupo de consumo.

De estas dos condiciones, o estado de las cosas, es que surgen tres grandes bloques de trabajo en el presente proyecto: el jazz, la juventud y la estrategia de comunicaciones integradas.

Los primeros tres, relativos al jazz, vienen a ser una suerte de diagnóstico integral que, para mejor comprensión del objeto de estudio, abreva de distintos ámbitos que competen a la realidad social del jazz.

Así, el capítulo uno, describe la macro esfera a la que pertenece el jazz, es decir, a la industria musical. En él, se repasa el concepto de industria musical y cultural, sus componentes y agentes, entre ellos los sellos discográficos, así como sus formas de consumo, que van de lo análogo a lo digital, todo esto desde una perspectiva preocupada por el rol que juega el músico en toda esa maquinaria.

En el capítulo dos se aborda formalmente el tema del jazz al proveer una definición del género, una descripción histórica sobre su evolución estilística y al realizar una breve reflexión en torno al Día Internacional del Jazz como un hito en su consolidación internacional como género musical con atribuciones sociales universales.

Para finalizar el primer bloque se emprende un recorrido sobre el jazz en nuestro país desde sus inicios hasta nuestros días, haciendo escala técnica en un periodo que aquí tildamos de efervescencia y que corresponde al cambio de milenio, para finalmente realizar una disección minuciosa de su industria musical y de su quehacer cultural

El capítulo cuatro se ocupa de la juventud, proporcionando una explicación de lo que ella implica desde el ámbito psicosocial; posteriormente, y de la mano de la Consulta de Tendencias Juveniles 2013, se ofrece una placa a modo de crónica sobre otros aspectos que forman parte de la vida cotidiana en los jóvenes.

Enseguida se ofrece la maqueta de una micro tendencia, bajo el nombre de jazztrónomos, elaborada con el fin de dar cuenta del público más allegado al jazz y el cual también sugiere una idea del perfil deseable en su consumo; finalmente se introducen dos categorías de consumidores del jazz en nuestro país que, junto con los jazztrónomos, y quizás aún más que éstos, constituyen el blanco o público objetivo tanto del instrumento de investigación como del de las estrategias contempladas en los últimos dos capítulos.

El capítulo cinco, correspondiente al instrumento de investigación, describe la metodología a emplear pormenorizando en su definición, estructura, equipo gestor, así como en su diseño, que incluye una serie de esquemas donde se plasman las estrategias y planeaciones de las que se tendrá que echar mano para poder ejecutarse.

Así mismo, este capítulo se complementa con la descripción de una propuesta de marco interpretativo dada por la obra del sociólogo francés Pierre Bourdieu, *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, acompañado de una batería de *highlights* sobre qué aspectos de la obra resultan de especial interés para el análisis del contenido arrojado por el instrumento de investigación.

Como cierre del proyecto está el capítulo seis, que representa la sección estratégica del presente trabajo. En él se arroja luz sobre lo que son las comunicaciones integradas y sobre el porqué de su idoneidad para el proyecto.

Además, se presenta un compilado de cuatro estrategias que, con objetivos y desde trincheras diferentes, buscan consolidar una intimidad entre el jazz y los jóvenes con distintos niveles de estrechez que van del acercamiento, pasando por la convivencia y la fraternidad, hasta el enamoramiento.

De modo que se está frente a un trabajo de índole publicitaria, de corte a la vez orientativo e instructivo sobre cómo proyectar estrategias, desde las comunicaciones integradas, en el ámbito de las artes y la cultura.

Índice:

1. Industria Musical en México.....	7
1.1 Definición.	
1.2 Sellos discográficos: operadores de la industria.	
1.3 Innovaciones tecnológicas y nuevas formas de consumo.	
2. El Jazz.....	14
2.1 Definición.	
2.2 Brief histórico.	
2.3 Día internacional del Jazz.	
3. Jazz Hecho en México.....	26
3.1 Pergeños contra la desmemoria.	
3.2 Efervescencia del Jazz Hecho en México.	
3.3 Industria Musical del Jazz Hecho en México: una guía sobre su quehacer.	
4. Juventud.....	53
4.1 Una aproximación psico social.	
4.2 Jóvenes y vida cotidiana en Ciudad de México.	
4.3 Perfil clínico de los Jazztrónomos.	
4.4 Tipologías de Consumidor en el Jazz Hecho en México.	
4.4.1 Outsiders.	
4.4.2 Fe de erratas.	
5. Campamento de análisis y aprendizaje sobre expresiones musicales independientes en la Ciudad de México.....	67
5.1 Objetivo de la investigación.	
5.2 Elección y justificación de las metodologías y técnicas.	
5.3 Diseño de los instrumentos.	

5.4 Marco interpretativo para su análisis.	
6. Estrategia de comunicación integrada.....	78
6.1 Definición de Comunicación integrada.	
6.2 Idea.	
6.3 Actores involucrados.	
6.4 Estrategias.	
6.4.1 Jaque Mate.	
6.4.2 Libertad en tus oídos.	
6.4.3 Temporada de sombras.	
6.4.4 Somos los Otros.	
Conclusiones.....	94
Bibliografía.....	97

Industria Musical en México

1.1 Definición

Hablar de Industria Musical precisa una breve mención sobre el origen y evolución del concepto del cual emana, es decir, el de *Industria Cultural* que aparece por primera vez en la década de los cuarenta del siglo pasado en los trabajos de los teóricos de la Escuela de Frankfurt, Theodor Adorno y Max Horkheimer.

Exiliados en Estados Unidos por la inminencia de un nazismo cada vez más agudo los filósofos alemanes de origen judío centraron sus estudios críticos en la sociedad americana de mitad de siglo XX; sus observaciones dieron cuenta de una creciente sociedad de masas configurada por los medios tradicionales de comunicación: cine, radio y televisión.

A ojos de los autores de *Dialéctica del Iluminismo (1944)*, obra que reúne buena parte de las reflexiones en torno al tema de la Industria Cultural, los medios de comunicación, a través de los procesos de industrialización a los que estaban sujetos como la serialización, estandarización, y en general todo proceso técnico al servicio de la reproductibilidad, habían mutilado la esencia de la cultura al convertirla en mercancía a través de su comercialización en masa.

Para estos críticos las condiciones tanto de producción como de consumo de los bienes culturales tenían una connotación negativa en tanto que contravenían la noción purista del arte como creación individual, auténtica y no reproducible.

En sus propias palabras la función de la Industria Cultural era perpetuar el orden social existente y proporcionar la base ideológica para su legitimación, argumentando que los contenidos de los medios manipulaban al individuo para que desarrollara una falsa conciencia tanto de su contexto social inmediato como de fenómenos sociales abstractos más remotos. (Hanna Adoni en Toledo, s.f., p.163)

Estas primeras apreciaciones no sólo hicieron aportaciones sustanciales sobre la relación entre cultura y procesos industriales con un aterrizaje en cuestiones ideológicas, sino que también pusieron de relieve la innegable naturaleza mercantil de la industria y señalaron a la tecnología y a sus innovaciones como su principal motor.

Fuera del ámbito de la teoría crítica, y sin pasar por alto su carga hereditaria, Ramón Zallo proporciona una definición menos severa y más actual sobre lo que es la industria cultural: “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social” (1988, p.26).

En años más recientes la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) refirió que las industrias culturales son aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural normalmente protegidos por copyright (derechos de explotación) que pueden tomar la forma de un bien o servicio y que incluyen generalmente a los sectores editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, cinematográfico, artesanal y de diseño.

El caso que interesa en lo particular es el sector fonográfico o musical.

Líneas arriba se dijo que las innovaciones tecnológicas constituían el motor esencial de las industrias culturales; el caso de la música no fue la excepción; para el sociólogo mexicano Antulio Sánchez (Drueta, 2013, p.212) fue precisamente una innovación tecnológica la que sentó las bases de la Industria Musical, específicamente cuando el alemán Emile Berliner concluyó su gramófono y sustituyó el cilindro de Edison por un disco de vinilo, lo que permitió la captura, almacenamiento y reproducción del sonido.

1.2 Sellos discográficos: operadores de la industria

Como se intuye, la industria musical está estrechamente relacionada con la industria discográfica, cuyos pilares fundacionales fueron los formatos grabables, los dispositivos de reproducción y el copyright o derecho de explotación.

Caracterizada por un esquema de negocio que los economistas denominan altos costos fijos y bajos costos marginales, donde la producción del master o primer ejemplar es alta por todos los elementos que intervienen en él, pero la producción de copias es baja, la industria musical ha dependido fundamentalmente de los sellos discográficos.

Las también llamadas *record label* intervienen en casi toda la historia del disco, desde que se produce hasta que se consume; el motivo de este acaparamiento obedece a que desde sus inicios ejercieron control absoluto sobre buena parte de la cadena de valor, incluida la distribución y marketing (Sánchez en Drueta, p.214).

De ahí que las empresas discográficas y las tiendas de discos se lleven prácticamente el 90 por ciento del valor total de un disco; una situación que deja al artista en completo estado de precariedad.

La fuerza de atracción que ejercían las disqueras sobre los artistas tenía que ver con el limitado acceso de los músicos a tecnologías de grabación, masterización, distribución y marketing; la contraprestación que nutrió excesivamente a estas compañías disqueras fue la cesión de los derechos de explotación, así como la exclusividad en los contratos musicales.

Aunado a este esquema de negocio los grandes sellos a lo largo de la historia protagonizaron fusiones y desintegraciones en aras de la concentración y una mayor rentabilidad económica; además de que a la par de las uniones las extensiones de los derechos de explotación se ampliaron e internacionalizaron vía exportación, principalmente de Estados Unidos hacia otras latitudes.

Así, en la actualidad existen cuatro grandes sellos (Universal, Sony-BMG, Warner y EMI) que controlan más del 50% del mercado mundial con una infinidad de células subsidiarias en cada país; el cuadro porcentual se ve completado por los sellos independientes o alternativos que cubren el 37.6% del mercado global según apunta la World Wide Independent Network en su World Wide Independent Market Report publicado en el 2016.

La naturaleza monopólica de los sellos discográficos es inocultable, así como también lo es la desigual realidad tanto del artista como del consumidor en su calidad de agentes de la misma industria.

En el caso de los músicos al momento de firmar un contrato discográfico se comprometen a pagar, a través de la venta de sus obras, los costos de grabación y producción; compromiso que, por la repartición dispar de ganancias derivada de la cesión del copyright, rara vez logran cumplir, y lejos de poder subsanar ese préstamo terminan por contraer deuda con el propio sello (Trumbridge, 2015).

En el caso del consumidor, es su economía la que se ve afectada por una falta de competitividad en los precios resultado de una fijación, por parte de los grandes sellos, con arreglo a un criterio de rentabilidad y no con uno basado en las condiciones socioeconómicas de los países, ni mucho menos en los costos reales de manufactura del disco que, vale decir, cada vez son menores gracias a las innovaciones tecnológicas; la misma suerte paradójica corre la música en línea cuyo precio de venta suele rebasar al del disco compacto (Sánchez en Drueta, p.220)

En este orden de ideas, parece ser que el único espacio en donde ambas partes resultan beneficiadas es en los conciertos, donde, por un lado, el artista percibe entre el 70% y 80% por ciento de la venta de las entradas y, por el otro, el consumidor accede a una experiencia musical a un precio que generalmente se corresponde con los costos del espectáculo.

1.3 Innovaciones tecnológicas y nuevas formas de consumo.

La irrupción del MP3, formato para transmisión de audio comprimido, a finales de la década de 1980, junto con la masificación de internet a mediados de la década de 1990, comportaron una innovadora y polémica fusión que modificó tanto la forma de consumo como los modelos de música.

El caso emblemático lo protagonizó el programa que diseñara el universitario estadounidense Shawn Fanning en 1999: *Napster*.

Previo a que bandas tan emblemáticas como Metallica, respaldadas por la Recording Industry Asociación of America, lo demandara por violaciones a derechos de autor y provocara su cierre en julio de 2000, después de que una Juez en San Francisco estimara que el sitio había incurrido en piratería (Piquer, 2000), Napster se erigió, más allá de lo tecnológico, como una manifestación crítica al modelo tradicional de los consorcios discográficos (Sánchez en Drueta, p.222)

El éxito de Napster obedeció en gran medida a una serie de innovaciones en sectores como la informática, con softwares como Winamp capaces de reproducir formatos comprimidos y otros capaces de convertir la música de CD en MP3; en las telecomunicaciones, con la aparición de la tecnología P2P (red entre pares) en donde cada computador funciona como cliente y servidor durante los intercambios de información, así como con la aparición de conexiones de banda ancha que facilitan la descarga de archivos en menor tiempo; o en el eléctrico, con reproductores físicos de MP3 (el ipod fue introducido a finales de 2001), por citar algunos casos.

Todo lo anterior propició el surgimiento de decenas de programas de intercambio musical masificado similares a Napster que obligaron a las grandes compañías discográficas a revalorizar sus productos musicales digitalizándolos y distribuyéndolos con acomodo a las nuevas dinámicas de consumo y con el objetivo de establecer nuevos mercados digitales a escala global (Calvi, 2006)

Con ello, tuvieron lugar nuevos modelos de negocio basados en las descargas (iTunes) y suscripciones (Spotify) con un consecuente reacomodo de la cadena de valor en donde se sumaron nuevos elementos que antes no figuraban, como las empresas de hardware y software que suministran las plataformas de distribución y comercialización de música, los sistemas de cobro y de gestión de derechos (Digital Right Management) y los operadores de redes digitales (telecomunicaciones, proveedores de acceso a Internet, cadenas de radio y televisión digital) por citar los más relevantes.

Con todo, la distribución de los ingresos en modelos de negocio *on line* no ha variado mucho del modelo tradicional *off line* e incluso se habla de un ensanchamiento en la diferencia de lo que percibe el consorcio discográfico y el artista.

Mientras que la compañía discográfica se lleva el 47%, el artista sólo se lleva 7%, es decir, el porcentaje más bajo dentro de la pirámide de distribución, teniendo por encima al proveedor de la plataforma con un 17%, a las regalías con el 8% y a los costes del sistema de pago bancario y los servicios de conexión de banda ancha con el 21%. (Calvi, 2006)

Ni siquiera las plataformas de distribución de música vía streaming, que han sido las de mayor crecimiento en los últimos años, han sido capaces de re direccionar la balanza hacia una distribución que favorezca a los artistas.

El caso de Spotify es ilustrativo: en el 2015 los ingresos de la plataforma de streaming fueron de 2.200 millones de dólares que representó un aumento del 80% con relación al año anterior; sin embargo, los números rojos aumentaron en un 7% llegando a los 192 millones de dólares en pérdidas (BBC Mundo, 2016). El motivo de lo anterior, explicó al medio digital británico un miembro de la consultora Midia Research, es por la cantidad que se paga a las discográficas para poder ofrecer las canciones.

Se insiste en la vulnerabilidad del artista dentro del ambicioso coliseo digital donde plataformas digitales, consorcios discográficos y tecnológicos se disputan

los réditos cobijados por una distorsionada noción sobre las leyes de derecho de autor, concebidas originalmente como un garante de equilibrio entre el reclamo legítimo de los creadores y las necesidades de la sociedad (Sánchez en Drueta, p.241) y no como un instrumento potenciador de dividendos.

Es frente a este panorama que los sellos independientes comienzan a cobrar mayor relevancia dentro de la industria musical en tanto espacios alternativos que aceptan la circulación de ideas originales.

Diego Vecino (2010) sugiere que la dinámica de concentración del mercado deja un espacio comercial vacante vinculado a géneros y artistas menos masivos y más especializados; es decir nichos de donde surgen articulaciones entre artistas, productores, periodistas y, fundamentalmente, públicos que demandan nuevos sonidos.

El jazz forma parte de estos micro circuitos musicales orquestados por pequeñas redes de interacciones auspiciadas por los sellos discográficos independientes.

En los siguientes dos capítulos se hará un breve repaso del Jazz tradicional, es decir, de aquel que surgió en Estados Unidos, y posteriormente una radiografía del Jazz Hecho en México en cuyo cierre se retomará el papel de los sellos discográficos independientes dentro de las comunidades artísticas para así dar paso a una evaluación del actual quehacer de este género en la Ciudad de México.

El Jazz

2.1 Definición

Las definiciones, dicen, sólo pueden satisfacer una demanda de aproximación; esta afirmación se hace más patente al tratar de encuadrar dentro de límites funcionales la comprensión de un ámbito artístico como el de la música, en este caso, el jazz.

Frente a un género cuya gestación fue tan dinámica y variopinta, la proposición de una definición amerita la presencia de una naturaleza similar cuya configuración no la condene a una rápida caducidad.

Con arreglo a esas consideraciones, autores como el periodista y crítico berlinés Joachim Berendt, luego de una digestión histórica de definiciones cuya tendencia había sido la de ajustar obstinadamente la balanza hacia tal o cual grupo que “creó” (con ese deliberado dejo de dogmatismo) el jazz, logró dar con una definición cuya satisfacción en los más altos círculos jazzísticos le ha valido su carácter de “mejor aceptada”.

Así, el también productor discográfico sugirió la siguiente definición:

El jazz es una forma de música de arte que se originó en los Estados Unidos mediante la confrontación de los negros con la música europea. La instrumentación, melodía y armonía del jazz se derivan principalmente de la tradición musical del occidente. El ritmo, el fraseo y la producción de sonido, y los elementos de armonía de blues se derivan de la música africana y del concepto musical de los afroamericanos.

Como parte integral de la definición, Berendt señala que existen tres elementos fundamentales que delimitan las diferencias entre el jazz y la música europea, que son: el *swing*, que comporta una relación especial con el tiempo; la *improvisación*, ejecución vertebral de flujo liberador; y *el reflejo de la individualidad* de los músicos ejecutantes.

Las interacciones de esta triada básica del jazz, cuya presencia se antoja imprescriptible, son las responsables de una cuarta característica inocultable: su intensidad, ese despliegue musical y emocional de aires trascendentales y de asimilación ambigua.

Son tan importantes estos elementos que es a través de sus variaciones y relaciones, consecuencia directa de las manipulaciones que hacen de ellos los músicos, que se explica buena parte de la evolución del género.

El espectro estilístico por el que ha transitado el jazz ha sido tan prolífico y tan correspondido con sus distintas épocas que no resulta sorprendente advertir lo contrastante (casi antagónico) entre un estilo y otro; sin embargo ya sea que se escuche algo con tintes muy europeos como el estilo *New Orleans* o algo tan afro y desenfadado como el *bebop*, lo cierto es que frente a ambos estilos coexiste la misma certeza: es jazz.

Como dijera alguna vez el periodista mexicano Antonio Malacara, el jazz se encuentra en una innegable situación de sándwich cultural: es lo más popular de la música académica y lo más académico de la música popular.

Esta suerte de locación intermedia entre una cosa y otra ha sido una constante histórica desde los pininos del género: de su origen blanco al negro, de lo instrumental a lo vocal o del espíritu liberador al contexto de segregación estadounidense, el jazz ha dado muestras de vigor ejemplar para adaptarse ante las circunstancias más adversas.

Un acoplamiento que siempre estuvo acompañado de un ánimo conciliador e integrador que le permitió conducirse con frescura durante todo el siglo XX y lo que va del XXI.

Comprensivo, empático, plural e innovador el jazz personifica con sobresaliente fidelidad el espíritu del cambio más que cualquier otro género.

2.2 Brief Histórico

El jazz no es producto patentado de una región, ni de una raza en específico; quizás sí de una circunstancia muy particular que involucró una coexistencia de culturas diversas en un mismo territorio: el sur y medio oriente de lo que hoy es Estados Unidos.

El socorrido lugar común dice que el jazz se originó en Nueva Orleans, antigua colonia franco-hispana y auténtico crisol de otras tantas nacionalidades europeas que contrastaban con los descendientes de los esclavos africanos.

Durante la transición del siglo XIX al XX la desemejanza de culturas tendía sobre la ciudad porteña del estado de Luisiana un hervidero de sonidos y musicalidades que ejecutaban sus habitantes desde la nostálgica raíz que los unía con sus países de origen: lo mismo se escuchaba una danza española que un ballet francés o un vetusto cántico africano.

De la fusión y enriquecimiento de estos sonidos tuvo lugar el *ragtime*, género embrionario del jazz que retomó parte de la herencia musical de músicos románticos (1820-1920) como Frédéric Chopin y Franz Liszt, y de otros elementos europeos como la marcha y la polca, unidos a la rítmica y ejecución estilística de los negros, caracterizada por su intensidad y primitivismo; de ahí que la impresión semántica aluda a un guiño de devenir “trágico”: *ragged time* – tiempo destrozado.

Se le considera género germinal en tanto que se trata de música compuesta, característica que contraviene la improvisación, elemento esencial del jazz; además, privilegiaba el material sonoro por encima de la personalidad del músico,

particularidad que se manifestaría en otros estilos jazzísticos posteriores y que se afianzaría con el tiempo como característica antonomástica del género.

El Nuevo Orleans de principios de siglo XX comportaba, por la pluralidad de razas que en él habitaban, una suerte de confrontación; al ser humano siempre se le ha dificultado aceptar la diferencia sin jerarquizarla; así, además de la tradicional distinción blanco vs negro, entre los propios miembros de esta última raza había distinciones: los criollos (descendientes de los países colonizadores) usualmente más preparados y devotos de la tradición musical europea y los americanos (descendientes de los esclavos africanos) que solían ser representantes del proletariado sin recursos y cuyo apego a lo africano era más evidente.

En términos estilísticos, estas distinciones cobraron un peso muy importante: si entre negros criollos y americanos dieron forma a un estilo homónimo a la ciudad donde se gestó (el *Nuevo Orleans*), los blancos también imprimieron un sello muy particular en sus creaciones, lo suficientemente vistoso y reconocible como para que fuera bautizado con un nombre diferente al de los negros; lo llamaron *Dixieland*.

Mientras el primer estilo era menos pulido y poseía aún ciertas reminiscencias de sonidos europeos, el segundo era más técnico, con armonías limpias y con ejecuciones libres de alteraciones sonoras propias de la interacción intimista del músico con el instrumento.

Buena parte de esta música de principios de siglo desembocaba en Storyville, un complejo de treinta y ocho manzanas pródigo en tentaciones y entretenimiento, declarado zona de prostitución tolerada en 1897, que era reconocido como el sitio de diversión para todo Nueva Orleans.

Su ambiente bohemio atrajo a numerosos músicos íconos de esa época que se presentaban en los diversos locales donde se ofrecía música; se trata, sin duda, de uno de los lugares que entraña los grandes misterios del jazz, como el origen de la palabra que le da nombre.

Fue precisamente la clausura de Storyville, durante la Primera Guerra Mundial, por un decreto oficial que la consideró como un peligro para la moral de las tropas radicadas en el puerto de Nueva Orleans, lo que propició que el jazz experimentara un cambio geográfico.

El cierre de la *sin city* sureña dejó sin trabajo a buena parte de los músicos, lo que los obligó a emigrar hacia La Ciudad de los Vientos, Chicago, que en ese tiempo cultivaba esencialmente el blues, género matriz del jazz y de otros tantos géneros.

Durante la década de 1920 la oleada de músicos se asentó primordialmente en el barrio negro ubicado al sur de Chicago; ahí el estilo *Nueva Orleans* tuvo su máximo apogeo con formaciones como los Hot Five y Hot Seven del legendario trompetista Louis Armstrong o los Red Hot Peppers de Jelly Roll Morton.

Una mezcla de admiración y fanatismo por parte de universitarios y músicos blancos llevó a la creación del estilo *Chicago*, que inició como un infecundo ejercicio de imitación de lo que hacían los negros con el *Nuevo Orleans* pero que derivó en cambios estilísticos sustanciales como la predominancia de la figura del solista y el protagonismo del saxofón.

Cuando finaba el segundo decenio del siglo pasado, la búsqueda implacable de una verdadera liberación del racismo sureño, llevó a los exponentes del *New Orleans* y *Chicago* a viajar a Nueva York.

Resultado de un aumento en el número de integrantes de las orquestas, y de la progresiva adopción del protagonismo solista, propio del estilo *Chicago*, los músicos asentados en el barro del Harlem pronto dieron con una nueva forma de interpretación musical llamada *swing*.

Considerado uno de los estilos de mayor rentabilidad dentro del jazz, el *swing* se caracterizó por una ejecución de repetición melódica llamada *riff* sobre la que destacaba una improvisación solista, que involucraba una cualidad musical de proyección ambigua pero determinadamente placentera a la que también se le llamó *swing*.

Compositores como Fletcher Genderson, Benny Goodman, Duke Ellington, Count Basie o Glen Miller, cristalizaron a este estilo quizás como el únicoailable dentro de la evolución jazzística.

Joachim Berendt (1998:37), crítico y periodista de jazz, dice que cuando un estilo se comercializa demasiado, el péndulo de su desarrollo empieza a oscilar en la dirección opuesta; una situación de esta naturaleza fue lo que produjo no el declive del *swing*, pues su popularidad gozó de una permanencia inédita, sino de la configuración del jazz moderno por un grupo que en su actitud contestataria al fenómeno comercial del *swing* dio origen al *bebop*.

A un año de iniciada la Segunda Guerra Mundial, el onomatopéyico nombre *bebop*, sorprendía con un fraseo de celeridad frenética; su ritmo no escatimaba en desnudar la influencia afro cubana y las ejecuciones de los músicos delataban una actitud de sobregirar los alcances de lo armónico por encima de lo melódico, una clara (que no bélica) declaración de inconformidad hacia lo que se hacía en el *swing*.

Memorables nombres dio este estilo, entre ellos: el pianista Thelonious Monk, el baterista Kenny Clarke, el trompetista Dizzy Gillespie y el saxofonista Charlie

Parker, cuya impronta, sirvió como estandarte a jóvenes existencialistas por la fidelidad que guardaba con la representación del espíritu intranquilo de la época, y por el claro ejercicio de introspección por parte de los músicos al momento de expresarse.

Esto supuso un distanciamiento del jazz con la música popular y una ruptura casi definitiva con la comercialidad del género.

A mediados de la década de 1940, cuando la guerra acariciaba su fin, la agitación y nerviosismo del *bebop* fue perdiendo fuerza al tiempo que la prometedora atmósfera de paz germinaba en algunos músicos un estilo más equilibrado y fresco que se le denominó *cool*.

El *cool* estuvo fuertemente asociado a una interpretación fría y en ocasiones falta de emoción, producto de las aportaciones que hizo el pianista de Chicago Lennie Tristano, a través de la fundación de su escuela *New School of Music*.

Lo que sobrevino al *cool*, a principios de la década de 1950, fue una polarización de formas interpretativas tanto en la costa este como oeste de los Estados Unidos; mientras que en Los Ángeles se desarrolló el llamado *West Coast*, corriente principal del *cool* que quiso regresar a la raíz del swing y a las formas clásicas, en Nueva York se dio el *hard bop*, estilo fiel a los descubrimientos del *bebop* que gozó de un enriquecimiento técnico más acabado que el de su predecesor.

Berendt considera que más allá de haber existido una verdadera oposición estilística, lo que realmente hubo fue una consigna comercial por parte de las empresas de discos que curaban las producciones musicales de cada estilo: *Pacific Jazz Records* con el *cool* y *Blue Note* con el *hard bop*, por citar los más significativos.

Dentro del *hard bop* figuraron nombres cuya resonancia aún llega a nuestros días: Max Roach, Art Blakey, Hank Mobley, Lee Morgan, John Coltrane y Horace Silver, este último de particular interés por haber sido precursor del sonido *funky* y *soul*, al construir un puente de andares singulares entre el jazz y el blues.

En la década de 1960 llega el *free jazz* o jazz libre como consecuencia multifactorial de un espíritu musical comprometido con la liberación y la expansión del vocabulario armónico así como de una sensación de estancamiento y monotonía en lo que hasta entonces se había hecho dentro del jazz.

El empeño de buscar nuevas formas musicales que distaran completamente de la tradición europea, llevó a los músicos a dar con una concepción musical fundamentada en la atonalidad, es decir que rompía con el sistema jerárquico tonal que caracterizó a la música europea del siglo XVII al XX, y con un enaltecimiento de la intensidad (practicada ya en el *bebop* y en el *hard bop*) a niveles nunca antes vistos.

Pero no sólo se trataba de cortar de raíz los lazos con la tradición musical de occidente, sino también de revitalizar las fórmulas predecibles del *hard bop*; así, en el andar de estos nuevos retos, los músicos se dieron a la tarea de explorar sonoridades de otras partes del mundo, centrando su atención esencialmente en las culturas musicales de Asia y Medio Oriente.

La música Árabe y de la India enriquecieron más que otras sonoridades el repertorio musical de los jazzistas de esa época e imprimieron un sello de espiritualidad a la atmósfera que envolvía sus producciones musicales.

La fascinación por estas culturas orilló a varios músicos a convertirse al islamismo y a cambiar incluso de nombre, lo que simbolizó un ejercicio consciente de llevar más allá su necesidad de cambio.

De este modo el *free jazz* incorporó elementos de la tradición musical árabe e india a su concepción musical atonal con un culto a la intensidad que en ocasiones rayaba en el ámbito del ruido, entendido este último como una zona de experimentación de los límites sonoros tanto del instrumento como del ejecutante.

Llegados los años setentas, nutrida todavía por la Association for the Advancement of Creative Musicians (AACM) que fuera fundada en 1965 en Chicago como una asociación de apoyo integral al ámbito profesional del jazz, el *free jazz* continuó gozando de una gran vitalidad y coexistió con una serie de estilos que durante esa década se gestaron con inusitada rapidez.

El primero de ellos fue el *jazz rock* donde, obviando la interrelación de estos géneros, destacó un uso más frecuente de instrumentos eléctricos; la segunda fue una continuidad del jazz moderno que puso especial énfasis en dos músicos como guías del devenir jazzístico: el trompetista Miles Davis y el saxofonista John Coltrane; después le siguió una especie de progresividad generacional del *freejazz* cuyos músicos, frente a la popularidad de la música fusión, como también se le llamaba al *jazzrock*, y al rumor de que su estilo estaba muriendo, optaron por estrechar el camino que los unía con la música negra a tal punto que dejaron de considerar a su música como jazz y, en su lugar, la denominaron “Gran Música Negra”. (Berendt: 71).

Posteriormente, todavía en el marco de esos años (1960 -1970), la noción de fusión adquirió nuevas dimensiones y ya no sólo aducía al *jazz rock*, sino a una mezcla profundamente integrada de culturales musicales exóticas con blues, rock, jazz, entre otros géneros, y donde las particularidades de uno y otro pasaron a formar una sola música.

La década de 1980 fue un periodo de revisitas y de desempolvaduras; se retomó tanto el *swing* como el *bebop* no en un sentido copista y de simple revisión, sino que, naturalmente, se le incorporaron los perfeccionamientos técnicos que

derivaron de toda la evolución jazzística hasta ese momento; además, contagiados por las fórmulas exitosas del jazz rock, varios músicos nacieron un estilo denominado *free funk*, que alternaba, como se intuye, las improvisaciones libres con ritmos funk.

Ya por estos años se hablaba de jazz contemporáneo, generalmente para hacer referencia a todas estas fusiones musicales que se iniciaron en la década de 1970 y que continuaron hasta finales del siglo.

Es el caso de los años 1990, donde predominó una nueva ola experimental con sede en Nueva York encabezada en su mayoría por músicos blancos como el saxofonista John Zorn que entrelazaba rock y música clásica de vanguardia con jazz.

Trazado el puente hacia el siglo XXI, el jazz pronto se topó con el ánimo colaborativo de otros géneros como la electrónica y el rap siendo estas fusiones de las más recientes en lo que va del nuevo milenio.

2.3 Día Internacional el Jazz

¿Cómo transformar fenómenos de opresión en creatividad artística, cómo transvasar el racismo en formas liberadoras de música, cómo resistir mediante un instrumento a las manifestaciones más atroces de injusticia?—se preguntó((al igual que muchos afroamericanos lo hicieron a principios del siglo pasado) Everardo Lamprea, profesor de la Universidad Nacional de Colombia, cuando estaba al aire en UnRadio el pasado 15 de mayo de 2016 en un especial de «Jazz y Discriminación» y en donde al cabo de suspender la pregunta unos minutos, concluyó diciendo que esa era la interrogante que guardaba uno de los secretos más grandes del jazz.

Qué sucedió, entonces, de 1930, década donde el popular Cotton Club no permitía la entrada a la gente afroamericana a menos que ésta fuera parte

integrante de la banda, y donde no existía un reconocimiento formal a la raza negra por su gran contribución a la música, a un año como el 2011 en donde la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) «recordando que el jazz es un medio de potenciar e intensificar los intercambios y el entendimiento entre culturas para promover la comprensión mutua y la tolerancia», proclamara al 30 de abril como el «Día Internacional del Jazz».

Sucedió que en más de medio siglo el jazz logró consolidar estas atribuciones:

- Romper barreras y crear oportunidades para la comprensión mutua y la tolerancia;
- Promover la libertad de expresión;
- Simbolizar la unidad y la paz;
- Reducir las tensiones entre los individuos, los grupos y las comunidades;
- Fomentar la igualdad de género;
- Reforzar el papel que juega la juventud en el cambio social;
- Promover la innovación artística, la improvisación y la integración de músicas tradicionales en las formas musicales modernas y
- Estimular el diálogo intercultural y facilitar la integración de jóvenes marginados.

Se suma a estas atribuciones una muy particular: de acuerdo a la propia UNESCO el jazz fue un espacio de libertad de expresión y emancipación de la mujer, una fuerza del Movimiento de Liberación Femenina en Estados Unidos.

Irina Borkova, Directora General de la UNESCO pronunció en 2015:

«En tiempos de cambio e incertidumbre, necesitamos más que nunca el espíritu del jazz para unir a las personas, especialmente los jóvenes, para

alimentar la libertad y el diálogo, tender nuevos puentes de respeto y comprensión, reforzar la tolerancia y la cooperación».

En la edición de este año (2017), su propósito es poner de relieve el poder del jazz como fuerza de libertad y creatividad, promover el diálogo intercultural a través del respeto y el entendimiento y la unión de los pueblos de todos los rincones del planeta.

En efecto, en tiempos donde la hostilidad y xenofobia se han institucionalizado como discurso político (Trump); donde el aislacionismo se antoja más que la unidad (Brexit); donde imperan la impunidad y la violencia (Medio Oriente, México, Venezuela, etc.), donde la desconfianza es nuestro más grande filtro para la interacción, donde las minorías coexisten bajo capas gruesas de olvido; donde la diversidad se asume como agresión de facto; en esos tiempos el jazz es una necesidad de primer orden.

Jazz Hecho en México

3.1 Pergeños contra la desmemoria

Tardíamente recuperada de un periodo de coma burocrático y dada de alta en las últimas décadas del siglo pasado por inagotables y auténticos caza memorias, la historia del jazz en México esboza ya una narrativa que promete consolidarse más pronto que tarde.

El jazz y México comparten una historia de influencias que datan incluso de fechas inmediatas-anteriores al surgimiento del género en Estados Unidos con personajes como el clarinetista tampiqueño Lorenzo Tío Hazeur quien, a finales del siglo XIX, en Nueva Orleans, enseñaba a los negros cómo soplar en los clarinetes; aprendices que, tiempo después, crearían eso llamado jazz (Malacara, 2008, 47).

En esa misma época, en el año de 1886, cuenta el historiador Jesús Flores y Escalante (2010, 78), se dio un intercambio musical decisivo para el jazz, tanto en Estados Unidos como en México, a través de un hombre y su conjunto musical: el entonces capitán Encarnación Payén y la Banda del 8ª Regimiento de Caballería.

Anualmente el gobierno de Porfirio Díaz, por norma especial, enviaba a una de estas agrupaciones, generalmente adscritas a diferentes armas del Ejército Federal Mexicano, a representar a México en Estados Unidos.

El caso de la agrupación dirigida por Payén, que se caracterizada por el uso de la tuba, causó una gran aceptación en su visita a la Feria Internacional del Algodón, en Nueva Orleans, éxito que se tradujo en la incorporación de este instrumento, así como del estilo instrumental de la banda mexicana en la música funeraria negra que era una forma embrionaria del jazz.

A su regreso, abunda el maestro Escalante, Payén venía fuertemente influenciado por la música negra, particularmente por el rigor de alegría producto de una fusión que ya se daba entre la música de banda y un incipiente género como el ragtime, condimentos musicales que no dudó en traer a México.

La visita de este director, aventura el Dr. Pablo Dueñas (Zavala, 2010), con todo ese novedoso repertorio musical que incluía danzones y contradanzas, no sólo influyó, a su regreso, a la escena musical mexicana, sino que, durante su estancia en EE.UU. pudo haber influenciado a personajes que se autodenominan creadores del jazz como el mismo Jelly Roll Morton¹, quien reconocía que la contradanza y los ritmos afrocubanos fueron su inspiración.

Al igual que Payen, a finales de la década de 1910, los músicos blancos, en su mayoría judíos, captaban la esencia de la música negra, como la de W.H. Handy, y la incorporaban dentro de sus agrupaciones, dando origen, así, a orquestas blancas como la de Paul Whiteman, cuyos discos, al igual que los de la destacada Original Dixieland Jazz Band, influenciaron fuertemente a la escena musical mexicana.

Gracias a estos intercambios, en la década de 1920, personajes como el compositor Guillermo Posadas con su Jazz Band Posadas, ya grababan melodías que fusionaban la canción de corte revolucionario con un distintivo ritmo sincopado.

¹ En una carta enviada en el año de 1938 a la revista *Downbeat Magazine* y dirigida a Mr. Ripley, el pianista y compositor de Luisiana Jelly Roll Morton escribe, entre otras cosas, lo siguiente:

“In your broadcast of March 26, 1938, you introduced W. C. Handy as the originator of jazz, stomps, and blues. By this announcement you have done me a great injustice, and you have also misled many of your fans.

It is evidently known, beyond contradiction, that New Orleans is the cradle of jazz, and I, myself, happened to be creator in the year 1902, many years before the Dixieland Band organized. Jazz music is a style, not compositions; any kind of music may be played in jazz, if one has the knowledge.”

Estas orquestas, de no más de doce músicos, comenzaron a tocar expresiones del jazzailable de la época, como el “charlestón”, el “foxtrot” y el “blues” en las salas de té, en los teatros de revista, en los cinematógrafos y en las cantinas.

Roberto Aymes (1999), bajista, compositor, locutor y promotor de jazz en México, destaca la figura de Emilio D. Uranga como un autor representativo de este entorno y repertorio musical que esbozaban ya un jazz a la mexicana en títulos como “Colores Vivos” o “Picoso pero Sabroso”.

Es, pues, la segunda década del siglo XX, uno de los puntos álgidos del Teatro de Revista en México que llegó por primera vez en el año de 1870 después de haberse creado en Francia a mediados del siglo XIX y haberse aclimatado y enriquecido en España con la zarzuela (Goyri, 2002).

Pocos años después de haber tocado suelo mexicano, el Teatro de Revista empezó a mutar, comenzó a mezclarse con particularidades mexicanas como la parodia y los atavíos locales.

Un caso ilustrativo lo protagonizan la visita a México de Madame Rasimi y la compañía teatral parisina Ba-ta-clan el 12 de febrero de 1925 con la consecuente inventiva del “Mexican Rataplán”, cortesía del empresario José Campillo (“Artes e Historia México, 2016).

De modo que si el jazz formaba parte de uno de los cuadros musicales del Teatro de Revista al lado del bolero y la música vernácula, no resulta difícil imaginar estas transformaciones hacia lo mexicano.

Jazz había por todas partes: inaugurando cines como el Odeón en el año de 1922 con la Jazz Band Batería León y Típica Velázquez Moreno; rotulando

temporalmente con sus cuatro letras las cajetillas de cigarros de la Compañía El Buen Tono, o en carteles del quehacer fílmico del tapatío Jorge Lewis con la película *Jazz Mad*. (Derbez, 2001, 103)

El atinado título de esta película de Leopold Otsberg no podía describir mejor la fiebre musical que agitaba no sólo a México sino a buena parte del mundo occidental.

La resonante palabra de cuatro letras llegaría, así, a los oídos del poeta veracruzano Manuel Maples Arce y en diciembre de 1921 aparecería en *Actual N°1*, el primer manifiesto estridentista.

List Arzubide, uno de los miembros más notables del movimiento estridentista, confesó alguna vez que el estridentismo se llamó así por el ruido que levantó a su alrededor; en el citado manifiesto Derbez (2010, 101) intuye la presencia del jazz en expresiones ruidosas como “los incendios fonográficos” o “niñas foxtroteantes”.

Paralelo a estas oleadas musicales, desde la flamante Secretaría de Educación Pública, creada en 1921, ya se fraguaba en las brasas del proyecto de construcción de nación, un nacionalismo cultural encabezado por el educador oaxaqueño José Vasconcelos con sus apéndices musicales capitaneados por los compositores Manuel M. Ponce y Carlos Chávez, y que en su intento por configurar la identidad mexicana buscarían desacreditar al jazz en cualquier oportunidad.

Que el jazz se mexicanizara no le daba crédito como miembro del proyecto nacionalista, pues para algunas personalidades del mundo académico e intelectual el jazz seguía siendo, en esencia, yanqui.

Manuel M. Ponce en la revista *México Moderno* escribió:

El príncipe Carol, heredero del trono de Rumania, ha declarado a los reporteros, que la música americana de baile es horrible, antiartística, sin armonía, sin sentido musical. Más a pesar de esa opinión expresada por los principescos labios con tanta franqueza, los *rags*, los *trots* (de varias especies de animales) los *cakes*, etc, no solamente han conquistado todo el inmenso país del dólar, sino que han derrotado a las *matchichas* y a los tangos, a los danzones y jarabes, representantes en otros tiempos de las nacionalidades latinas, México sufre el yugo del foxtrot y nuestra juventud, que baila y se divierte, ignora o finge ignorar qué este puede ser—Dios no lo quiera— el principio de un yugo más doloroso. (Derbez, 2001, 111)

Por su parte José Vasconcelos en los capítulos *Maestro de la Juventud* y *Piscinas y Caballos* de sus memorias ilustra el concepto que tenía sobre el jazz a propósito de su papel como titular de la Secretaría de Educación Pública:

Proscribir exotismos y jazzes remplazándolos con jota española y bailes folclóricos de México y de la Argentina, Chile, etc. [...] El día en que pusiéramos a todo el pueblo de México a ritmo de una música como la que hace Rimsky Korsakov, ese día habría comenzado la redención de México. [...] De otra manera si no se mantiene el tono de la alta cultura, sucede lo que pasó en nuestro México: que la boga del folclor iniciado por nosotros, como un comienzo para la creación de una personalidad artística racional en grande, falta de empuje constructivo y de programa completo, ha caído en lo popular comercializado. Canciones producidas a lo grande como los jazzes. Arte de embrutecimiento, ingestión de vulgaridad sincopada, mecanizada, revestida al balar de las becerras, según ocurre en el canto de la que divulga el cine de Hollywood. [...] El jazz lo prohibí, lo desterré de las escuelas. (Derbez, 2001, 113)

Estas desacreditaciones contra la invasión del jazz poco mermaron su confiada y decidida efervescencia, sobre todo cuando los tiempos de experimentación radiofónica en México llegaron a su fin y las primeras radiodifusoras en el país se aliaron a ese género tan ambivalente en cuanto a su preferencia.

En 1923 empresas como la agencia de radios Alameda Garaje y la ya mencionada Compañía Cigarrera del Buen Tono comenzaron a montar sus propias radiodifusoras de la mano de grandes empresarios como Raúl Azcárraga quien se dedicaba en ese entonces a importar equipos de transmisión y recepción desde Estados Unidos. (Dueñas, 2014)

De estas fusiones nacen la CYL y la CYB, posteriormente denominada XEB, ésta de especial importancia para el jazz, pues al ser también Azcárraga dueño de los distribuidores de discos de la Víctor, en cuyos repertorios se incluían muchas grabaciones de este género, la programación musical se inclinaba a su favor.

Fue precisamente en la CYL donde tuvo lugar la primera transmisión radiofónica comercial en el país realizada el 8 de mayo de 1923 por la Revista El Universal Ilustrado y La casa de la Radio, en donde, por cierto, se escuchó por primera vez en el país un poema de la autoría y voz de Manuel Maples Arce en cuyos versos, curiosamente, se menciona al jazz. (Solis, 2006)

En el crepúsculo de la década de 1920, ya instaurada la radio como principal medio de comunicación, y a pocos años del surgimiento de la XEW, se dieron lugar las grandes orquestas (Big Bands) originadas en EUA con nuevas tendencias en los tiempos y la instrumentación.

Desprendidos de la orquesta de Red Nichols, una de las más populares en Estados Unidos, Benny Goodman y Glen Miller popularizaron las Big Bands con

las actuaciones solistas y el emblemático *swing*; novedades musicales que llegarían a México gracias a las ondas hertzianas.

La relación de la radio y el jazz fue fundamental para el crecimiento de ambos sectores. Por ejemplo: en 1933, a un año de haber llegado a la Ciudad de México, el director neoleonés Ernesto “El Pelón” Riestra, cuya formación abrevó de la escena norteamericana, ofreció un exitoso concierto de prueba con su jazz band en la XEB que propició la creación del primer espacio musical de 60 minutos de la radio mexicana: “Té para dos” (La B Grande de México, 2014)

A su vez la radio popularizó a estas luminarias orquestales y fomentó la gestación de grandes orquestas mexicanas como la de Guillermo Posadas, Moisés Pasquel, Eduardo Vigil y Robles, Roy Carter, Mario Ruiz Armengol, Rey Montoya, Juan S. Garrido y dos de las más importantes: la de Juan García Esquivel y la entrañable orquesta de Luis Alcaraz de la que Roberto Aymes(1999) señala fue considerada una de las 10 Big Bands más importantes del mundo y semillero de los mejores solistas de jazz mexicano de los años 50.

En junio de 2013, en el marco del 50 aniversario luctuoso del compositor de “Bonita” y “Viajera”, en el Lunario del Auditorio Nacional, el músico y periodista Jaime Almeida comentó que: “Luis (Alcaraz) es quien se mete en el corazón de la gente con el sonido de las Big Band como no lo había hecho ninguna otra orquesta en México, los recuerdos, las emociones, las vivencias que están conectadas con su música son multigeneracionales y ahí reside su magia y su carisma”.

Luis Alcaraz fue imprescindible y exclusivo para la XEW, una fórmula de entretenimiento que operaba de manera formidable en cualquier alianza radiofónica-orquestal y que con el auge de los cabarets y salones de baile se volvió poco menos que imbatible.

Es también por estos últimos años de la década de 1930 que comienzan a consolidarse otras grandes radiodifusoras como la XEQ que, tiempo después, en un acto imponderable se convertiría en un catalizador importante del jazz mexicano.

Los años transitorios hacia la década de 1940 fueron una época económicamente dura para el ámbito internacional, pues La Gran Depresión, que no terminaba de recuperarse de los estragos monetarios de la Primera Guerra Mundial, continuaba desestabilizando las economías locales.

México resintió estas problemáticas, sin embargo, es probable que para muchos éstas hayan pasado inadvertidas, pues la vida social y de entretenimiento, con el advenimiento de la Época del Cine de Oro Mexicano, el mambo de Dámaso Pérez Prado y, desde luego, “la invasión del jazz” que lapidaron sus detractores en los diarios, le imprimieron a esta década un matiz de efusividad incuestionable.

El número de habitantes en el país ya rozaba los veinte millones, y en la capital, siguiendo la lógica de la expansión demográfica, los salones de baile se multiplicaron agrupándose, como sus usuarios, en diversas categorías.

Flores y Escalante (Zavala, 2010) habla de tres tipos de salón: los de *cebo*, a donde acudía la gente pobre, los de *manteca*, propio de la clase media y los de *mantequilla*, exclusivo de los intelectuales y gente adinerada.

“El Ciro’s”, “El Patio”, “El Tap Room” del Hotel Reforma y “Los Candiles” del Hotel del Prado, entre otros, era salones distintivos de las clases altas que gustaban de los ámbitos lujosos.

En el Ciro’s, en particular, se daban citas las celebridades del mundo del espectáculo y la política para bailar al ritmo de la Orquesta de Ernesto Riestra; se dice que existía, incluso, un programa radial de la XEW a cargo del periodista

Agustín Barrios Gómez titulado “Mesa de celebridades”, que alternaba con transmisiones a control remoto de conciertos de música como el de la Orquesta de Everett Hoagland, bajo la conducción del locutor chihuahuense Pedro de Lille.

Por otro lado, a los salones como “El vaporcito”, “El Palacio de Mármol” o “El Nereidas”, denominados de “rompe y rasga”, acudían las personas de bajo estamento.

Y en otros como el emblemático Salón México, en un ámbito desprejuiciado, lo mismo acudían María Félix, Salvador Novo, Agustín Lara, que la gente común.

Los salones, más allá del entretenimiento, forjaron y perfeccionaron talentos al fomentar la convivencia entre músicos internacionales y mexicanos, y sirvieron como detonadores de giras internacionales de algunas orquestas como la de Luis Alcaraz y de algunos compositores como el veracruzano Mario Ruiz Armengol quien en 1954 fue apodado “Mr. Harmony” por personajes tan importantes de la música contemporánea norteamericana como Duke Ellington y Claire Fisher.

En este entorno de internacionalización, el *bebop*, estilo musical que sucedió al *swing*, y que se generó durante la década de 1940 en Estados Unidos, llegó a la capital gracias a músicos mexicanos fronterizos.

Durante la gestación de este estilo en México se consolidan importantes solistas, muchos de ellos arreglistas e integrantes de la Orquesta de Luis Alcaraz, como el trompetista sinaloense Chilo Morán, el clarinetista y saxofonista Cuco Valtierra, el baterista chihuahuense Tino Contreras, el saxofonista Hector Hallal “El árabe”, el contrabajista veracruzano Víctor Ruiz Pasos “Vitillo”, los pianistas Pablo Jaimes y Mario Patrón, el saxofonista barítono Julio Ravelo, en fin, todos ellos precursores del jazz moderno en México y de la profesionalización del género que daría lugar a una de las generaciones más identificables del jazz mexicano.

Es también en esta década donde ocurre uno de los dos hitos frecuentemente señalados como puntos iniciales de la historia del jazz en México, y que involucran a un mismo personaje: Roberto Ayala Bravo, comentarista de radio y televisión, alguna vez gerente de XEW, cuya máxima virtud fue la de ser jazzófilo.

El primero fue la inauguración en 1949 del “Yuma”, el primer club de jazz en la Ciudad de México, por dos conocidos actores mexicanos Manolo Calvo y Jorge Fábregas como consecuencia directa de una exitosa serie radiofónica llamada “Jazz Session” a cargo de Roberto Ayala.

El segundo hito fueron aquellas míticas sesiones del 3 de marzo de 1954 que dieron título a dos volúmenes discográficos: *Jazz in Mexico. The Legendary 1954 Sessions*, y que son consideradas por muchos como las primeras grabaciones de jazz que se hicieron en el país por mexicanos.

Según cuenta Rolando Ayala Sánchez, hijo de Roberto Ayala, la idea surgió cuando su padre, al regresar de Nueva York de unos trabajos de doblajes fílmicos, decidió regalarse, ante el panorama de poco interés que había hacia el jazz tanto del público como de los propios músicos, una jam-session de jazz para su cumpleaños. (Derbez, 2008, 137)

Para ello hizo una cuidadosa selección que terminó por sumar al proyecto a Héctor Hallal, Mario Patrón, César Molina, Pablo Jaimes, Víctor Ruiz Pazos, Tino Contreras, Tomás Rodríguez, Julio Ravelo y Pepe Solís.

Las sesiones se grabaron en las oficinas del señor Ayala enfrente de las instalaciones de la XEW por la calle de Ayuntamiento; en la sesión hubo brandy, ron y aceitunas, y en medio de aquel ambiente etéreo se grabó un disco que no vería la luz inmediatamente.

Por el riesgo comercial que implicaban en aquella década de 1950, no se produjo ni se vendió sino hasta veinte años después con la compañía de discos Orfeón, en una edición limitada.

Mientras aquellos músicos grababan, en las calles comenzaron a proliferar los clubes de jazz como “El Sótano”, “El Perro Andaluz”, “El Harlem”, “El Riguz” o “El íntimo”, todo ellos altamente recorridos por la juventud de esa época.

De hecho, muchos músicos de aquella histórica grabación se dan a conocer, precisamente, a través de estos clubes; es el caso de Pablo Jaimes y Mario Patrón.

Es también por estos años que salen a la luz importantes publicaciones sobre el género como *El jazz, su origen y desarrollo* del alemán Joachim-Ernst Berendt, que abonó aún más a un público cada vez más comprometido e interesado en el jazz, y que ya dejaba entrever un dejo de requisito o licencia como escucha; Flores y Esacalante (Zavala, 2010) sentencia: “la gente que no tenía profesión no gustaba del jazz [...] el jazz en esa época comienza a ser escuchado por intelectuales y también por intelectualoides (*snoobs*) que buscaban sentirse en otro nivel intelectual.”

Un día antes de que esta década se despidiera el actor, guionista y locutor Juan López Moctezuma, en su emisión nocturna del 31 de diciembre de 1959 en Radio UNAM, en un acto de improvisación histórico para la radio mexicana y el mundo sincopado, modificó la programación y sustituyó a Bach por un par de discos de jazz que alguien había llevado a la celebración de año nuevo. (Derbez, 2012, 125)

Esta ocurrencia le valió los ameritados regaños del director de la estación pero también la creación de un espacio para realizar una serie de jazz semanal que dio origen a *Panorama del Jazz*, no sólo el programa más antiguo de Radio UNAM,

sino uno de los más antiguos de Latinoamérica y que después de varios cambios en su conducción quedó, desde 1978, en manos del contrabajista Roberto Aymes quien lo dirige hasta la fecha.

A toda esta industria que se gestaba en torno al jazz pronto se le sumaron los Festivales tanto nacionales como internacionales.

Uno de sus principales impulsores fue el periodista poblano José Luis Durán quien para la década de los sesentas ya había sumado al quehacer jazzístico en México festivales nacionales e internacionales con sedes tan versátiles como el Teatro Insurgentes, Acapulco o la Facultad de Medicina en Ciudad Universitaria.

Otras sedes de mayor alcurnia como el Palacio de Bellas Artes abrieron sus puertas al género durante esta década, sobre todo, y muy a pesar de los músicos nacionales, a aquellos provenientes de Estados Unidos.

Resultaba un acontecimiento atípico que un músico mexicano se presentara en la Sala principal del marmoleado palacio; generalmente la Sala Manuel M. Ponce solía ser más permisiva con ellos.

Mientras personalidades de la talla de Art Blakey, Thelonious Monk, Dizzy Gillespie, Dave Brubeck, entre otros, eran anunciados a bombo y platillo en los diarios de mayor circulación la mención de los músicos mexicanos era casi menos que secundaria.

En 1986 se da cuenta de ello con la publicación del libro conmemorativo por el medio siglo de la construcción del Palacio de Bellas Artes titulado *50 años de música*, donde los apellidos anglosajones avasallan por completo a los castellanos.

Escasas excepciones hubo como las del trompetista Chilo Morán, el saxofonista Rodolfo Sánchez o el pianista Juan José Calatayud, quienes gracias a que acompañaban a músicos extranjeros como el cubano Chico O'Farril o el brasileño Carlos Lyra o bien combinaran sus obras con música clásica *jazzeada*, pudieron gozar de un mayor reconocimiento mediático.

Con todo, la buena racha de festivales de jazz articulados a lo ancho del territorio pronto se vio frenada por la fuerza que había ganado la faceta comercial del rock, esa que de la mano de los medios de comunicación masivos y la industria del espectáculo, lo había desprovisto de todo matiz subversivo, como ocurría en Inglaterra.

Testimonios recogidos por Alain Derbez (2012) apuntan que para muchos jazzistas de la época la irrupción del rock significó una reducción de fuentes de trabajo, una situación que germinó en tierras donde el sector empresarial apostaba más por un público consumidor juvenil y donde el ala gubernamental velaba por espacios de sano esparcimiento.

Algo tuvo que ver también el entonces regente del Distrito Federal, Ernesto P. Uruchurtu, quien, sabedor de la estimulante vida nocturna citadina, ordenó una muy cuestionada veda para que ciertos establecimientos, entre ellos grandes espacios donde se escuchaba jazz, dejaran de operar a una determinada hora.

Esta disposición formó parte de una cruzada por la decencia encabezada por la Oficina de Espectáculos de la Ciudad de México que trató, a punto de prohibiciones sin más sustento que los prejuicios de las buenas conciencias, de adecentar las ofertas culturales y de entretenimiento en la urbe.

Muchos lugares cerraron y con ello la vida jazzística mermó considerablemente; *de la noche a la mañana*, literalmente, pues el desplazamiento de la vida nocturna obligó a decenas de músicos a *huesear* con artistas de moda

o, en su defecto, a mimetizarse dentro del género que los había opacado, en horarios atípicos, es decir, matutinos.

Quiso el tiempo y la genialidad del trompetista Miles Davis, entre otros músicos, que las fusiones entre el jazz y el rock cobraran mayor fuerza cuando el *Regente de Hierro* dejaba su administración, esto es, a finales de los años sesenta.

Al flamante ascenso de grupos de jazz rock y jazz fusión como *Return to Forever*, *Weather Report*, *Tower of Power* o *Blood Sweat and Tears* le siguió en México la tragedia de Avándaro en 1971, una autentica tonelada de leña al fuego represor que se percibía en esos años.

Naturalmente, las repercusiones llegaron a los pocos establecimientos en donde, bajo una convivencia poco fraterna, compartían escenario el jazz y el rock; si en su momento estos sitios habían subsistido a los caprichos moralistas de Uruchurtu, después de Avándaro la cosa fue distinta.

Afortunadamente la influencia del *jazzrock* curó a una serie de músicos mexicanos que apostaron por esta concepción ecléctica de la música y lograron inyectarle vitalidad al ánimo jazzero; es el caso del grupo de los hermanos Toussaint, *Sacbé*, el guitarrista Cristóbal López (actualmente Cris Lobo), el saxofonista Miguel Salas, el pianista Alejandro Campos y del bajista Abraham Laboriel, entre otros; la resonancia de estos músicos fue tal que a la fecha se les sigue considerando grandes referentes en el género.

Sobre el desplazamiento de los músicos mexicanos posterior al cierre de varios recintos ocurrió un fenómeno interesante: si dos décadas antes se estilaba que cada emisora radial contara con su banda o ensamble de jazz ahora eran los hoteles quienes contaban con estas agrupaciones como parte del entretenimiento.

Esta década se despidió con dos acontecimientos muy significativos para el mundo del jazz y para México: el primero fue la muerte del célebre contrabajista y activista Charles Mingus en 1979 y el segundo de ellos la inauguración que él mismo hiciera en 1976 de una de las salas de concierto más importantes de México y el mundo, la “Sala Nezahualcóyotl”.

Para el ámbito académico el inicio de la década de los ochentas fue de mucho provecho pues la vieja obstinación de un estudiante del Conservatorio a quien se le tenía prohibido tocar jazz en las aulas encontró un escape cuando se incorporó como docente a la Escuela Superior de Música.

Me refiero al músico y compositor Francisco Téllez, un auténtico sorteador de burocracias entorpecedoras quien, luego de la creación de un Taller de Jazz en dicha institución, logró concretar la creación de la primera licenciatura de jazz en México, además del Cuarteto Mexicano de Jazz integrado por sus músicos alumnos; entre ellos destacaba un extraordinario pianista que a la fecha se mantiene en activo: Héctor Infanzón.

Fue igualmente representativo y formativo de esa época un club de jazz donde se dieron cita prácticamente todos los músicos de jazz: El Arcano; en él se hizo más notoria la presencia de un idioma propio que, sin ánimos de suprimir individualidades, parecía homogeneizar a los músicos; una de sus máximas expresiones de singularidad mexicana se encontró en el grupo Astillero.

Los noventas destacaron sobre todo por la cantidad de producciones discográficas que vieron la luz y por el surgimiento de sellos discográficos especializados en jazz con un éxito menor, es el caso de Pentagrama, Urtext o Coyoacán records por citar algunos; no obstante lo anterior, se dice que durante esta década se produjeron más discos que en la suma de todas las anteriores.

La transición de milenio, con el antecedente de la proliferación discográfica, anunciaba una tregua entre el jazz y su veleidosa historia, un horizonte esperanzador y un porvenir con una industria cultural más hospitalaria; descubriremos que el presagio, en efecto, era acertado.

3.2 Efervescencia del Jazz Hecho en México

Recién recuperado de la gula navideña, el año dos mil se estrenó con el lanzamiento del álbum homónimo de Cabezas de Cera, una agrupación de jazz rock fusionado con otros géneros que gustaba mucho de jóvenes pertenecientes a varios movimientos culturales, entre ellos los punks.

La fiebre discográfica noventera se mantendría durante los primeros meses del dos mil para luego mutar en una fiebre por festivales de manufactura nacional; si el domingo era de misa entonces el martes era de jazz en el ciclo *Jazz Martes* una serie de conciertos que, gracias a la terquedad del contrabajista y promotor Roberto Aymes, fue posible luego de que éste convenciera al Instituto de Cultura de la Ciudad de México de la importancia y poder de convocatoria de este género (Malacara, 2002)

Grandes luminarias se presentaron religiosamente en el Teatro Benito Juárez para formar parte de este ciclo *martesino*; entre ellos destacaron figuras de la segunda generación de jazzistas mexicanos como Eugenio Toussaint, Juan José Calatayud y Rodolfo “Popo” Sánchez, así como agrupaciones más contemporáneas como Cráneo de Jade, Obsidiana y Jazztlán.

En verdad el poder de convocatoria era inédito; aquí una instantánea de Malacara (2002, p.24) sobre la previa al concierto del pianista cordobés Juan José Calatayud:

Martes 22, seis quince de la tarde. Otra vez ya no hay boletos. Sin embargo la gente sigue formada frente a la taquilla del Teatro Benito Juárez. Es una inquebrantable fila que parece no saber lo que está esperando, pero lo espera con verdadera fe islámica. Algo va a pasar en los próximos minutos. Ellos van a pasar, sin recurrir al setentero recurso del portazo, al concierto de Juan José Calatayud. A lo mejor, como buen organizador jazzista, alguien improvisa un tapanco en la sala y aumenta su reducida capacidad de trescientas butacas. Es una estampa familiar. La lluvia sigue ahí impertinente y puntual como todos los martes. La fila de fieles continúa esperando.

Impávidos frente a la lluvia y haciendo gala de una paciencia de ajedrecista, el público mexicano daba señas de realmente querer seguir escuchando esta música, su insaciabilidad fue tan evidente que el título con que se anunció el próximo ciclo de conciertos pareció sacado de sus propios anhelos: *Más Jazz*.

Eduardo Piastro, Verónica Ituarte, Astillero, Cristóbal López, entre otros, formaron parte de esta secuela sincopada que se vio brevemente amenazada por un cambio en la dirección del Instituto de Cultura; con todo se destaca que muchos de los músicos que acompañaron a los protagonistas en aquél ciclo ahora forman parte de la generación de jazzistas que ha predominado durante la segunda década del siglo XXI, basta mencionar al contrabajista Aron Cruz y al baterista Gabriel Puentes.

La amplia oferta de instrumentistas motivó, incluso la creación de conciertos exclusivos de un instrumento; de ello da cuenta el ciclo *Sonidos del Sax* donde fueron convocados alientos de primer nivel como Alejandro Campos, Arturo Cipriano y Diego Maroto, este último de mucha actividad en los días que corren.

Como se ve el jazz se esparcía a pasos agigantados: numerosos conciertos se sucedían uno a uno: en el Museo de la Ciudad de México tuvo lugar el ciclo *Lo que sigue*, un ingenioso título que adelantaba su presencia transitoria y, de paso, dedicaba un guiño a los conciertos que estaban en puerta.

Dentro de esos conciertos destacó uno cuya puesta en escena se hizo medianamente eterna; hablo de *Jazz al desnudo*: 22 músicos de la más alta calidad, convocados por el Instituto Nacional de Bellas Artes para presentarse de lunes a domingo al caer la noche en el Teatro el Granero; una programación tan extensa solo podía concebirse bajo un esquema de oferta y demanda amplísimo

En medio de este carnaval sincopado, la comparecencia en escena de un sello discográfico, bajo la dirección del contrabajista y educador Agustín Bernal, con todo y el ánimo celebratorio de su llegada, puso en evidencia el mezquino desinterés de las grandes disqueras hacia el jazz, por no constituir éste un género comercial. En sus propias palabras, lo mejor para el jazz era que ellos (los músicos) produjeran independientemente su música.

El ámbito radiofónico, por el contrario, y mucho más generoso, sumó a su espectro una emisora dedicada exclusivamente al jazz y a la llamada *worldmusic*, a saber: Horizonte 108 (ahora Horizonte Jazz 107.9) del Instituto Mexicano de la Radio, fundada por Erik Montenegro y Martí Rizo.

Horizonte fue en realidad la continuación de Jazz FM, una estación de Grupo Radio Fórmula magistralmente conducida por la inconfundible voz de Roberto Morales quien tiempo después de mudarse a la emisora Azul 89 y fundar el programa *Horizonte Jazz*, lamentablemente falleció.

El homenaje al legado radiofónico materializado en emisora se sumó entonces a un puñado de estaciones más que desde su trinchera difundían jazz: Radio UNAM, ya hemos dicho, tenía al programa más viejo de la radio *Panorama del Jazz* pero además contaba en la amplitud modulada con *La música que hace la diferencia* un programa de entrevistas sobre jazz a cargo del decano e incansable promotor Germán Palomares Oviedo; por su parte Radio Educación emitía *Datos para una historia aún o escrita*, programa de investigación periodística conducido por el historiador y músico Alain Derbez.

En sus inicios Horizonte 108 se caracterizó por una programación ecléctica donde predominaba la música importada; desde luego hubo espacios para los músicos de casa pero éstos siempre fueron reducidos. No fue sino hasta la gerencia de Germán Palomares (2014 a la fecha) que el rumbo de la estación dio un viraje muy marcado hacia el jazz hecho en México.

Todos los testimonios antes vertidos en distintos sectores son prueba irrefutable no sólo de la existencia sino de una escena y ecosistema de jazz hecho en México.

Y, sin embargo, ya en 1999 durante una conferencia en el Conservatorio de las Rosas en Morelos, Alain Derbez (2001, p. 423) inauguraba la charla aventurando frases como la siguiente: “El jazz en México es un territorio evanescente donde cualquier pronóstico es difícil y donde todo diagnóstico se torna sin dilación en lugar común (...) es ese lugar donde hay un pie en la nostalgia y medio cuerpo en la supervivencia.

Aventuradas o no, estas hipótesis dieron cuenta de una suerte de atmosfera contradictoria que ha caracterizado el desarrollo del jazz hasta nuestros días: es cierto que, sin importar, cuán activa, dinámica o numerosa pueda llegar a ser la escena el diagnóstico tiende a ser el mismo: al jazz le falta difusión, le faltan espacios, le falta apoyo, le falta algo, y en ese estado de permanente percepción de escasez se pierde de vista lo que sí tiene.

En ese sentido, que tenga un pie en la nostalgia y otro en el instinto de sobrevivir, como dice Derbez, no nos dice mucho sobre su estado actual sino sobre su estado a futuro y sobre la predisposición derrotista con que muchos agentes de la escena ven su porvenir, esto es: pareciera ser que en el ecosistema del jazz como conjunto, como fenómeno (dejando a un lado los esfuerzos individuales que lo mantienen a flote) existiera una grave crisis de las

expectativas, un agotamiento de creer que se puede estar mejor y, quizás, una sensación de que, inclusive, se está sólo, aislado.

El desarrollo del quehacer musical del jazz en la Ciudad de México, como un ejercicio de esquematización objetivo, rápidamente desmentirá estas ideas de que el jazz está abandonado y marginado. La tarea es diagnosticar dónde se están articulando mal las cosas y qué detona el diagnóstico cíclico del jazz hecho en México como un ente que habita en un entorno de suma escasez y mala fortuna.

3.3 Industria Musical del Jazz Hecho en México: una guía sobre su quehacer

La industria que define los pormenores del quehacer jazzístico en la ciudad está compuesta, esencialmente, por los músicos, los públicos, los promotores, los críticos y periodistas, los medios de comunicación, los espacios, las disqueras, los patrocinadores, la academia y las instituciones de gobierno.

Afortunadamente el jazz en nuestro país no está huérfano de ninguno de estos rubros. Vamos a ver, entonces, qué tan buena o no es su relación con cada uno de ellos.

El Jazz y la academia

La licenciatura de jazz en la **Escuela Superior de Música**, pionera en la formación profesional de jazzistas, sentó el precedente para que instituciones públicas como la **Escuela Nacional de Música** y el **Conservatorio Nacional de Música** integraran al jazz como parte de su plan de estudios. La iniciativa privada hizo lo propio en escuelas como **G Martell**, **Fermatta** y **AB Musiq**, mientras que desde la escena musical se formalizó una corriente de escuelas e institutos que se especializan -o bien ponen énfasis- en el jazz como **DIM** y **La Faro Jazz Institute**. Están, además, los **autodidactas**, las **clases particulares** y una variante de ésta última que consiste en las llamadas **master clases** (talleres) impartidos

mayoritariamente por músicos extranjeros en el marco de festivales o conciertos; el caso que mejor ilustra esta modalidad es el *New York Jazz All Stars* un ciclo anual organizado por De Quinta Producciones en sociedad con la célebre organización neoyorquina Jazz at Lilcoln Center.

El jazz y los medios de comunicación

Amalgama y formador de públicos, los medios de comunicación han ido cediendo espacios al jazz progresivamente; en el pasado su presencia se debía casi exclusivamente al afortunado gusto de un alto directivo en la administración o gerencia del medio, pero con el tiempo la inclusión del género en la agenda mediática se ha ido distanciando cada vez más del terreno del capricho hacia lo indispensable, y esto responde en gran medida a la magnitud del fenómeno musical en el marco de la vida urbana.

En el tramo que llevamos recorrido hemos dado cuenta, sobre todo, de estaciones radiofónicas que han apuntalado el desarrollo del jazz; sin embargo, los medios impresos, antaño, y ahora los digitales, han sido también parte imprescindible en el registro diario de su quehacer.

Del lado de los rotativos prácticamente todos aquellos de circulación nacional dedican semanalmente, y en virtud de la obstinación detrás de la pluma, unas cuantas páginas al jazz; así, encontramos a incansables promotores en periódicos como **La Jornada** (Antonio Malacara), **Milenio** (Xavier Quirarte) o **El Financiero** (Victoriano López) con un tratamiento distinto al de la inexpresiva nota.

Con un papel más vívido que el sepia, las revistas también han respondido ante la oleada de jazz en la ciudad, en especial la revista especializada en música **Music Life**, donde el jazz de casa tiene una presencia más que notable.

En la pantalla chica canales como **TV UNAM**, **Canal Once** y **Canal 22** convidan al jazz nacional no tanto como protagonista sino como portavoz del género. *Íconos del Jazz* transmitido por el canal de nuestra máxima casa de

estudios, por ejemplo, recluta a músicos nacionales para hablar sobre los grandes exponentes del género a nivel mundial.

Existe, sin embargo, un programa dedicado únicamente al jazz hecho en México llamado **Nota Dominante**. Este proyecto, transmitido a través de **TV Mexiquense**, bajo la producción de Polytropos de Valeria Estefan y Luis Felipe Ferrá, reúne una serie de entrevistas en cápsulas de quince minutos ofreciendo un acercamiento más íntimo y casual con los músicos que conforman la escena jazzística en el país.

Esta pareja es también responsable de lo que parece ser la única producción de jazz mexicano para la pantalla grande, el documental sobre la Big Band Jazz de México *Resiliencia por una nota* estrenado en 2012 en el marco de la gira “Contagiamos a México de Jazz” presentado en distintas universidades del país.

Finalmente, tenemos a los medios digitales, donde las **redes sociales** (¡Con permiso que ahí les voy!) se suben al podio como el medio de mayor alcance en cuanto a la difusión de jazz hecho en México se refiere.

La red social como apéndice de la existencia y como vehículo de la interacción a gran y pequeña escala ha vuelto inviable el no suscribirse a ella; de este modo en redes sociales encontramos la insomne y virtual presencia de casi la totalidad de músicos, colectivos, foros, bares, restaurantes, clubes, festivales, agendas, casas productoras, etc., que conforman el gran panorama del jazz hecho en México.

De modo que, ante semejante vórtice de perfiles y páginas, el criterio de la continuidad es el que arroja mejor luz sobre las categorías de relevancia en dicho medio.

En primer lugar está, desde luego, la gestión (profesional o no) de las redes personales de los músicos bajo un esquema orgánico y desde un ejercicio (voluntario o no) de *personal branding*. En segundo lugar sobresalen los sitios especializados como **Contratiempo Jazz** y **Jazz MX** que brindan servicios de

difusión que van de las entrevistas, reportajes, reseñas, agendas de conciertos hasta la conformación de eventos desde la comunidad de seguidores.

Contratiempo Jazz, dirigido por Efraín Alavez, es quizás la alternativa más completa y consecuente para estar al tanto de lo que sucede, pues lo mismo reporta desde los bares, las emisoras o los festivales que desde la intimidad del estudio o casa de los músicos.

El jazz, sus promotores y patrocinadores

Los promotores, esos testarudos irreparables, han impulsado al jazz desde diversas áreas. El ámbito restaurantero, por ejemplo, se ha agrupado en una **Asociación Mexicana de Clubes de Jazz de México** que mucho ha tenido que ver con la organización de festivales en la ciudad.

Basta revisar el caso de **Jazzbook**, el festival itinerante que con siete ediciones ya en su haber, presentándose en lugares como la Feria Internacional del Libro del Zócalo, el Museo de Arte de la SHCP o la Cineteca Nacional, fue concebido por Alberto y Edgardo Aguilar, copropietarios de **El Convite**.

A propósito de los festivales y gastronomía, sale a colación una desazón arrastrada año con año entre aquellos que conforman la escena musical (público, músicos y sobre todo críticos) sobre la inexistencia de un festival de jazz de la Ciudad de México, entidad que a diferencia de otros estados carece de un festival propio.

La apuesta de un festival homónimo a la localidad donde se gesta promete (esto es una creencia) un compromiso con la continuidad superior al de cualquier otro por el arraigo y la construcción de tradición en torno al peso imbatible de una ciudad.

No obstante esta penuria, empresarios como **Eddie Schwarz**, al igual que los hermanos Aguilar, han apostado (y vaya que lo han logrado) por formar tradición en torno a festivales que poco a poco se van haciendo de un lugar privilegiado en la preferencia del público.

El **Festival de Jazz de Polanco** fundado por el también director de Schwarz Music Marketing es uno de los festivales que aspiran, según ha dicho su fundador, a convertirse en el festival de la ciudad.

Con sede en el Teatro Ángela Peralta del cosmopolita Polanco, este festival se presenta, desde 2013, dos veces al año con una de las mejores producciones y cartera de patrocinadores dentro de los cuales destaca la marca **Tommy Hilfiger**.

En el no tan amplio listado de patrocinadores de esta música, por lo menos en la Ciudad de México, encontraremos que las marcas de instrumentos como **Yamaha** son las que brindan el apadrinamiento más directo con el jazz a través de su músico.

La labor promotora del segmento de instrumentos es difusa y puede diluirse fácilmente con las actividades de las cuales depende, vender instrumentos. Entonces, la pregunta que surge es ¿existen patrocinadores cuya relación con el jazz o la música sea menos evidente?

La industria de la cerveza y las bebidas alcohólicas, por ejemplo, ha explotado exitosamente ese acercamiento al grado de que muchos de los festivales responden al nombre de la bebida. En México, esta forma de operar parece exclusiva del rock y la llamada música *mainstream*, caso contrario a España donde Heineken patrocina el Heineken Jazzaldia o Festival de Jazz de San Sebastián.

En la Ciudad de México en producciones reducidas y casi subterráneas se puede encontrar una cerveza artesanal de nombre **Brother Thelonious** (en honor al compositor americano de jazz Thelonious Monk) como la gran patrocinadora en algunos recintos donde se programa y presenta jazz. Más allá de este destello en la penumbra del desinterés del ámbito corporativo y empresarial, no se puede agregar mucho.

Lo que sí se debe señalar es que el modelo de patrocinios que hay (cuando los hay) en torno al jazz, es itinerante, oportunista, desganado, incoherente, difuso y falto de unidad.

El cierre optimista de este apartado lo patrocina la **Secretaría de Cultura** quien, a través de su órgano independiente Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (**FONCA**) ha beneficiado a varios músicos de jazz a realizar estancias e intercambios académicos en distintas latitudes del mundo.

El jazz y sus espacios

Haré otra breve mención (no pagada, por cierto) de **Contratiempo Jazz** y una de sus secciones más aclamadas, la **Agenda de Conciertos**, para ilustrar qué tan ubicuo o no es el jazz en nuestra ciudad. Con rigor marcial, cada ombligo de semana se publica un calendario de eventos en donde la **cifra diaria de tocadás**, en bares, cafés, foros, teatros, clubes y demás, **oscila entre los seis y los diez conciertos**; esto nos arroja un aproximado de **entre cuarenta y dos y setenta conciertos a la semana**.

Sabedor de lo impreciso que puede ser establecer un censo en momentos de crecimiento (tal y como sucede con los espacios que de un momento a otro programan jazz) basta decir que existen más de cincuenta espacios en donde se le puede disfrutar con diversos grados de comodidad tanto para los músicos como para su público.

Históricamente estos espacios se han asentado en las delegaciones **Cauhtémoc, Coyoacán, Benito Juárez y Miguel Hidalgo**. Dentro de la amplia oferta que hay destacan, ya sea por reputación, por el público que atraen o por su dinámica, los siguientes espacios:

Zinco Jazz Club. Ubicado en el centro de la ciudad, este club de jazz es para muchos la meca del género en la ciudad; quienes ahí se presentan reciben el espaldarazo ciudadano. De programación ecléctica e internacional sin dejar de lado la esencia localista, el *Zinco* suele atraer a un público adulto y en su mayoría conoedor; por su aforo reducido los precios suelen ser medianamente altos, oscilando entre los cien y trescientos pesos según sea el artista; es, además, embajada y patrocinado de la aclamada y bíblica revista especializada *Downbeat*.

El Convite. Ubicado en la Colonia Portales, esta fonda y café ofrece uno de los más atractivos maridajes entre el jazz y la gastronomía en un ambiente hogareño y acogedor que atrae, sin muchos aspavientos, a un público donde predominan los adultos; podría decirse, además, que *El Convite* es una suerte de *rendez vous* para la generación con más trayectoria en el jazz, incluidos músicos, promotores, locutores, periodistas, etc.

Casa Franca, Jam Jazz, Parker & Lenox, The Jazz Place, Pizza Jazz Café, Las Musas de Papá Sibarita, Centenario 107, El Frontón, D-Tap Room, Pérfida Bistro Café, Café Jazzorca y Cervecería Crisanta. Sin ánimo de desdibujar las individualidades de cada uno, como es el caso de *Jazzorca* (único sitio especializado en programar free jazz) o como el caso de *Casa Franca* y *Jam Jazz* (especializados en el desarrollo semanal de jam sessions), estos sitios comparten un rasgo en común: un público joven.

Con precios arreglados a la solvencia económica juvenil, con guiños mercadológicos como el *no cover*, y con provocadoras atmosferas alternativas que van de la emulación exitosa de los *speakeasies* de los tiempos de la Prohibición (1920-1932) pasando por librerías, espacios abiertos, casonas, departamentos universitarios, hasta llegar a cantinas de aire tradicional y garajes mutados en pequeños foros, estos espacios aceitan la maquinaria que mueve la escena del jazz en la ciudad al contagiar a cada vez más lugares a que programen jazz.

Para las presentaciones que demandan un público más amplio existen centros con los que suelen asociarse los conciertos especiales o los lanzamientos de nuevo material como el **Centro Cultural España, Centro Cultural Roberto Cantoral, Fonoteca Nacional, Foro Cultural Coyoacanense, Foro Bizarro, Foro del Tejedor, Museo Tamayo, Sala Julián Carrillo (Radio UNAM), Fundación Sebastián y el Estudio “A” del Instituto Mexicano de la Radio.**

Jazz hay y para rato; en una contienda democrática sobre el paisaje sonoro de la ciudad, el jazz, sin duda, figuraría en lo más alto de las encuestas. Si no lo escuchan es porque están durmiendo, le oí decir a un músico durante el intermedio de un concierto; y es que una constante de los espacios arriba mencionados es que operan casi exclusivamente de noche; esta naturaleza nocturna perfila una red de escuchas o público que, según el ingeniero social Jesús Galindo Cáceres (2017, p.33) oscila entre los veinte y treinta y cinco años.

Así que, sin ánimo de desdeñar la existencia de otros públicos, como el de los adultos, pediremos prestada la vida privada de estos jóvenes para escudriñarla un poco y así ir dando forma a las estrategias que nos ocupan.

Juventud

4.1 Una aproximación psicosocial

La definición que da la Organización de las Naciones Unidas sobre los jóvenes interesa, más allá del rango de edades que establece, por dos aspectos dinámicos: el primero es que lo subraya como un grupo **heterogéneo** en **constante evolución** y el segundo es que habla de una **experiencia diversa de ser joven**.

Si la cuestión evolutiva suele enmarcarse sobre todo en aspectos de orden biológico, psicológico, social y cultural, entonces la experiencia versa sobre el cómo se asimilan esos cambios en un periodo de tiempo específico.

Dentro de las ocho etapas de la Teoría Psicoanalítica del Desarrollo Psicosocial de Eik Erikson que propone, en esencia, que las personas experimentan crisis dialécticas por el impacto de la cultura en el desarrollo de la personalidad y que éstas son seguidas de resoluciones que forjan la personalidad de manera negativa o positiva, encontramos que la dualidad relativa a los jóvenes del rango de edad que interesa a esta propuesta de estrategias es la de la **intimidad vs aislamiento** (joven adulto: de 20 a 30 años).

Si en la etapa anterior el joven adolescente transitó por la ardua labor de forjar su identidad a través de la suscripción de creencias, gustos y valores afines, así como mediante la consolidación de grupos consonantes con su personalidad, en la etapa posterior se ubica frente a la tarea de estrechar esos vínculos a través del compromiso.

El afán de integración y compenetración en las áreas que componen su vida lo conduce, en el mejor de los casos, a desmontar la noción de individualidad y adoptar en su lugar la de comunidad. Erikson resume esta etapa con el siguiente aforismo: nosotros somos lo que amamos.

Prácticamente todas las dimensiones de la vida se ven rociadas, durante este periodo, por un entusiasmo solidario y por un ánimo edificante; la estela que queda a su paso es una auténtica área de oportunidad para las marcas, movimientos o causas que precisen de un impulso sostenido, seguro y comprometido.

4.2 Crónica: jóvenes y vida cotidiana en Ciudad de México.

Falla de origen

Cuando la alarma suena por tercera ocasión no hay mucho que se pueda hacer para alcanzar al imbatible tiempo. Fede, en estos momentos con la boca reseca, ojos hinchados y mente indispuesta, pertenece al grupo de personas que cree que los despertadores suenan a culpa y remordimiento.

Tardará tiempo en despertar por completo. Hará débiles esfuerzos por incorporarse y afrontar el día, pues sabe, desde la comodidad de sus ensoñaciones, que alguno de sus hermanos menores (Eric de 23 y David de 20), mucho más responsables que él, irán a despertarlo.

Los tres hermanos provienen de Xalapa, Veracruz y cohabitan una casona de dos plantas ubicada en la Colonia Portales, propiedad de un tío jubilado de Petróleos Mexicanos a quien rara vez se le ve en casa.²

David y Eric ya se encuentran en la planta baja preparando el desayuno: un malogrado omelete con rebanadas de pan quemado y una jarra de zumo de naranja asentado.

Al tiempo que arreglan la mesa con platos y cubiertos discuten sobre quién se desveló más en la víspera; para ambos trasnocharse es un distinguido símbolo de rendimiento e inteligencia; David parece haberse quedado leyendo un libro de

² De acuerdo a la Consulta de Tendencias Juveniles 2013 el **10.47%** de los jóvenes de entre 14 y 29 años en la Ciudad de México **vive con familiares** mientras que el **74.27%** lo hace **en casa de sus padres**.

filosofía hasta la una y media de la madrugada, mientras que Eric asegura haber terminado de editar su foto reportaje a las dos.

La súbita sensación de saberse universitarios, tan distante a la escolaridad de su hermano Fede y de sus padres, les asienta un golpe de culpa cuyo origen no consiguen rastrear, así que envueltos en un sofocante silencio deciden hacer a un lado la riña.³

La opresión en el pecho les dura poco; una travesura menor, convocada por la inquietante ausencia de aroma a café, les recuerda que su cafeinómano hermano no ha bajado; rápidamente deducen que no está en la ducha, pues la flama del boiler de paso permanece baja; debe seguir durmiendo, concluyen.

Titubean un poco sobre si levantarlo o no. Eric, despreocupado, incluso se aproxima la silla del comedor en clara intención de no hacer nada. Pero David, invadido por una sonrisa pícara, ejecuta una rápida retrospectiva de la noche anterior; sabe que Fede no llegó a dormir por estar cubriendo las horas que debe en el trabajo; una vez recuperado de su viaje en el tiempo abandona su jugo sobre la barra de la cocina y con un movimiento de cabeza invita a su apático hermano a que lo siga al cuarto de Fede.

Ya sentado en la mesa y con el tenedor haciendo círculos en el aire Eric parece no entender lo que insinúa su hermano; frente a ese instante de desconcierto sus pensamientos lo llevan a cavilar una vez más sobre la posibilidad de hacerse de un trabajo para apoyar en los gastos de la casa; desde que llegaron donde el Tío Gerry, Fede ha asumido, en los últimos peldaños de sus veintes, la tutela de él y de su otro hermano.⁴

³ De acuerdo a la Consulta de Tendencias Juveniles 2013 tan sólo el **7.43%** de los jóvenes de entre 14 y 29 años en la Ciudad de México **tienen concluida la licenciatura** mientras que el **36.73%** la **secundaria** y el **34.09%** el **bachillerato**.

⁴ De acuerdo a la Consulta de Tendencias Juveniles 2013 el **14.35%** de los jóvenes de entre 14 y 29 años en la Ciudad de México **busca trabajo por primera vez**, mientras que el **32.48%** **trabaja** y el **30.44%** **no trabaja ni busca trabajo**.

El relevo del sostén económico está más cerca de lo que a Eric le gustaría admitir⁵; sabe que no puede pedir dinero a sus padres pues apenas se sostienen ellos mismos, así que indispuesto por la repentina proyección de Fede viviendo con su novia (cosa que se prometen cada fin de semana) esquina su frío omelete y, en un súbito destello de lucidez, alcanza a David con ánimos de sumarse a la deleitosa tarea de despertar al director de sus preocupaciones.

Afuera ya empiezan a escasear los carritos de tamales; los puestos de periódico exhiben el desamparo de sus ejemplares más viejos, esos que nadie compra y cuya existencia parece estar condenada a brindar calor al local; como fuertes latigazos resonando en la espalda del tiempo, la calle se satura de impacientes cláxones: es el día, como diría Fede, haciendo gala de su cruel autonomía.

Con fraternal malicia David sostiene y tensa el cordón de las persianas y Eric, que acaba de subir las escaleras, recibe sigilosas instrucciones para preparar en el estéreo una rola del completo desagrado de Fede y reproducirla al máximo volumen mientras el flashazo de luz entra por la ventana; sin embargo, pronto cae en cuenta que el ecléctico gusto musical del bello durmiente está complicando su tarea; el rock y la electrónica los descarta inmediatamente; mientras encuentra una alternativa en el otro extremo de la habitación David se muerde el labio como si tratara de exprimir una ocurrencia: ponte banda, le dice al cabo de unos segundos⁶.

Una letanía de insultos, que aquí me propongo censurar por motivos académicos, se apodera totalmente de la habitación; el sol que entra por la ventana irradia y quema de tal manera que Fede, sin mirar el reloj, sabe que corresponde al del mediodía; esa observación lo paraliza con la eficiencia de un sedante.

⁵ De acuerdo a la Consulta de Tendencias Juveniles 2013 los ingresos del **24.54%** de los jóvenes de entre 14 y 29 años en la Ciudad de México **proviene del trabajo**, del **14.08%** proviene **de becas del gobierno** y del **50.49%** procede de **sus padres y familiares**.

⁶ De acuerdo a la Consulta de Tendencias Juveniles 2013 los géneros más populares entre jóvenes de entre 14 y 29 años en la Ciudad de México son **Pop (14.94%)**, **Rock (14.85%)** y **Electrónica (11.39%)** mientras que los más impopulares son **Jazz (4.79%)**, **Blues (4.21%)** y **Popular Mexicana (3.63%)**.

Sobre el pie de la cama, una marioneta de preocupaciones manipulada por sus hermanos le adormece las piernas; con expresión de presa acorralada piensa en resguardarse nuevamente entre las sábanas; sabe que es demasiado tarde; los hermanos le dicen que esta vez lo van a correr; no obstante se incorpora y se mete a la ducha sintiendo como de la regadera le llueven frías e hipotéticas críticas de sus colegas; las más duras, piensa, pues tal vez se trate de las últimas.

Al salir, todavía con algunas gotas escurriéndole por el cabello, toma el computador con el propósito de revisar su correo del trabajo; un par de gotas caen e inundan brevemente el *trackpad* sobre el que Fede desliza sin éxito sus dedos; la compu no responde, no tiene batería; instintivamente hurga con ademán canino entre su ropa sucia para encontrar el teléfono, pero nada.

Con la toalla acinturada como única prenda, baja a la cocina con la esperanza de que sus hermanos tengan algún dispositivo cargado; cruza la alacena y al ver a David jugando con el Ipad el nudo en la garganta que le tiene presa la respiración comienza a desatarse; retoma poco a poco el aliento y, ya con más lucidez, pasa a convencer a su hermano de que se la preste.⁷

La tableta no pasará a las ansiosas manos de Fede hasta que se allane a las condiciones de negociación que impone, entre seriedad y broma, su hermano David; acosado por la prisa, y luego de un rápido repaso contable, Fede cree que puede pagar, así que acepta comprarle los boletos que demanda; le estira un par de billetes en la mano y coge el Ipad; una pequeña aclaración, le dice David cuando el aparato le ha escurrido totalmente de las manos: se acaba de quedar sin batería.

Nublado por la ira pero controlado por el apremio Fede sube a cambiarse en tiempo record; abajo se escuchan risas; podría jurar que escucha como chocan

⁷ De acuerdo a la Consulta de Tendencias Juveniles 2013 el **28.15%** de los jóvenes de entre 14 y 29 años en la Ciudad de México posee un **smart phone** mientras que el **24.50% laptop** y el **23.83% computadora de escritorio**; además la encuesta puntualiza que el **80.05% tiene acceso a internet** mientras que el **19.95% no**.

sus vasos con jugo a modo de brindis; coge la cartera y con un rápido vistazo a la calle decide que es mejor irse en bicicleta.⁸

Sortea carros y semáforos con la destreza de un repartidor de pizzas, esos gurús del trabajo a contrarreloj; su desplazamiento es tan vertiginoso que no repara en las miradas atónitas de transeúntes y conductores quienes a la estela de su paso y de su desentonada urgencia aventuran hipótesis sobre su destino.

En casa David y Eric desmenuzan algunos aspectos que ignoran sobre su hermano; la preocupación que enfrió el omelete de Eric hace apenas unos momentos vuelve a hacer presencia pero ahora bajo la interrogante de cuánto gana Fede; David tiene una idea aproximada pero no se atreve a dar la cifra: asume que de hacerlo Eric demorará más consiguiendo trabajo.⁹

Con la espalda húmeda, la playera adherida al cuerpo y las ruedas aún en movimiento Fede se desmonta de la bicicleta; va sobre un pedal con la mente expectante y la vista fija en la caseta de vigilancia de su trabajo; todavía inconsciente del paisaje solemne que acaba de perturbar con sus poco aceitados frenos golpea fuertemente la ventana de cristal al tiempo que ésta le regresa un trepidatorio retrato de sí mismo.

Detrás de la puerta se le escucha decir a alguien que no lo puede dejar pasar. Transpirado, en ayuno, sin dinero en el bolsillo y con las piernas temblando Fede encara al vigilante con un agresivo “¿Por qué?!”

La respuesta lo deja frío:

- Porque hoy es sábado, joven.

⁸ De acuerdo a la Consulta de Tendencias Juveniles 2013 solo el **3.49% usa la bicicleta** como medio de transporte mientras que el **14.36% usa la Red de Transporte de Pasajeros** y el **34.66% usa el metro**.

⁹ De acuerdo a la Consulta de Tendencias Juveniles 2013 el **89.08%** de los jóvenes de entre 14 y 29 años en la Ciudad de México percibe entre **\$0 a \$5,000 pesos mensuales**, el **7.09%** de **\$3,000 a \$5,000 pesos** y el **3.83%** **\$10,000 pesos o más**.

4.3 Perfil clínico de los Jazztrónomos.

En el vasto e inabarcable mundo del mercado *online* los productos y servicios relacionados con la música ocupan, sin duda, un lugar privilegiado. Se pensaría que los países más desarrollados o, al menos, aquellos con una amplia cobertura territorial de internet son quienes ocupan los primeros lugares en cuanto a su consumo. Sin embargo, contra todo pronóstico, y para no romper con la bonita costumbre que tiene nuestro país de regalarnos insólitos primeros lugares, México, según la Federación Internacional de la Industria Fonográfica, encabeza la lista con una demanda del 75%, como el país donde más se consumen servicios legales en streaming de audio (Martínez, 2017).

De pronto la vendimia desaforada de audífonos en el metro cobra más sentido, ¿no? Bueno. Mientras saca sus conclusiones, seguimos. Resulta que ese 75%, puesto bajo microscopio y con la ayuda de tinciones fluorescentes, revela la existencia de un espécimen que por su timidez e introspección resulta, la mayoría de las veces, inadvertido.

Me refiero a los jazztrónomos: agricultores, consumidores, contempladores, cajas de resonancia, unidades mínimas del jazz. Quienes componen este micro segmento pertenecen tanto a los 4 millones de millennials mexicanos en circunstancias reales de adquisición de productos a voluntad así como a los 16 millones que no poseen las condiciones suficientes para consumir con albedrío (Pons, 2016).

Las características tradicionales que delinean el perfil de los millennials (multipantallas, hiperconectados, nomófobos, *appdictos*, sociales, entre muchos otros) describen, bajo la forma de excepciones, un poco de los jazztrónomos, pero no su esencia. No obstante que se distancien del estereotipo matriz de los millennials, existen tipologías de la también llamada Generación “Y” que encajan

con precisión de sastrero al cuerpo conceptual de estos amantes del jazz. A continuación unos ejemplos.

De las tipologías establecidas por **Entrepreneur** (Georgie, 2016) suscriben la privacidad extrema y la introversión en redes sociales de los llamados *AlterNatives* y la despreocupación al estar *offline*, así como la predilección por el *face to face* de los *LYFRRenews*; de las categorías de **Infoma BTL** (Mendoza, 2015) comparten la preocupación por el medio ambiente de los *Hip-ennials* y la prioridad del consumo de páginas web especializadas, por encima del uso de redes sociales de los *Old School Millennials*; y, finalmente, de la propuesta taxonómica de **Merca 2.0** (González, 2014) replican de los *subempleados* (sin sic) el vivir en zonas urbanas de importancia, así como el ser independientes de sus padres y compartir vivienda con amigos, pareja o conocidos; de los *viajeros* el explorar el mundo con pocos recursos (mochilazo) y con los *gadgets* como una herramienta vital; y de los *coleccionistas* el prestar atención a todo lo que pasa en el mundo *online* sin crear, publicar o generar contenido propio, así como la confianza que depositan en las plataformas digitales para vivir nuevas experiencias.

El ADN de los jazztrónomos es, esencialmente, anacrónico y melómano. En otras palabras, se trata de jóvenes que darían todo por mutar el tiempo de su juventud hacia la década de los sesentas y setentas, décadas particularmente atractivas en cuanto a lo musical.

En su condición de nostálgicos oponen un poco de resistencia a las nuevas formas y formatos de consumo musical; naturalmente desisten con el paso del tiempo pero resguardan con orgullo, placer, y un poco a modo de rito reivindicatorio, el consumo de música en vivo con una frecuencia superior a la media. Como lo sugiere su nombre el jazz es su género favorito. Le guardan tal admiración y dedicación que no es inusual que al toparse con uno de ellos se piense no tanto en un fan sino en un experto, un jazzófilo como se dicen entre ellos. Quienes logran dar con estos personajes seguramente están detrás del

objetivo de convertirse en un miembro más de la tribu; un escenario, por demás, plausible pues los jazztrónomos son evangelistas obstinados, embajadores y propagandistas de la música sincopada.

¿Pero cómo llegaron ahí? En el mundo jazzero, al menos aquí en México, y más en específico en su capital, existen opiniones encontradas sobre una pieza que, guste o no, abrió un sendero pavimentado, con señalamientos y sin cuota hacia el estimulante mundo del jazz. Su irritable omnipresencia en vestíbulos hoteleros, tiendas departamentales, restaurantes, bodas, ascensores, entre otros, le ha achacado una pésima reputación entre los músicos de jazz; no obstante, de no ser por esa canción muchos jazztrónomos no existirían. ¿Adivina cuál? Sugiero concentración. Respire, *tome cinco* y quizás acierte. El que entendió, entendió.

Que un millennial conecte con esa canción¹⁰ durante la infancia o los principios de la adolescencia inaugura, sin duda, una tendencia por lo atípico, pero más allá de eso augura una prometedora vocación por el jazz. En los jazztrónomos los años subsecuentes a este descubrimiento tienen que ver con el desarrollo de un gusto por lo que los compañeros de clase, más ad hoc con la época, llamarán “música que escucha mi papá” y es que, aunque hay jazztrónomos autodidactas, lo cierto es que la mayoría son iluminados por un tutor, sea éste un pariente, un libro, un disco e incluso una estación de radio.

Abrazar con plenitud ese hallazgo musical no resulta fácil, pues marca un serio distanciamiento con el *zeitgeist* (*el espíritu de la época*); de modo que el gusto por esa música de “adultos” en edad adolescente es acarreado clandestinamente hasta tiempos en donde se le puede exhibir con mayor desembarazo, por ejemplo, y en el caso de la Ciudad de México, a partir del 2005, año a partir del cual comenzaron a brotar bares y clubes de jazz como nunca antes.

¹⁰ No se quemó la cabeza es “Take Five” de Dave Brubeck.

Así, un jazztrónomo es ese joven que desde los jueves ya está en los bares embriagándose de música. Antes de ahondar más en su vicio inofensivo repasaremos algunas de sus credenciales educativas, sociales y de otras índoles.

Con un nivel de estudios universitario, frecuentemente vinculado con carreras sociales, humanísticas o relativas a las artes, los jazztrónomos son personas de un atípico éxito en sus trabajos, pues no figuran como líderes ni como altos mandos de alguna compañía o institución y, sin embargo, son reconocidos como personas con una inteligencia y preparación integral y con un potencial más allá del terreno funcionalista del ámbito laboral.

De sociabilidad moderada, a veces demasiado absortos en sus pensamientos, los jazztrónomos rara vez funcionan en dinámicas de grupo. Algunos de sus miembros encarnan el reducido e inverosímil grupo de millenials que nunca pisaron un antro o un Vive Latino.

La literatura y el cine figuran dentro de su canasta básica; con las letras es difícil acertar en un autor que los permee a todos; sin embargo, en el cine, se puede afirmar sin temor a equivocarse que veneran a Woody Allen; encuentran en él al lúcido anti héroe que sobrevive gallardamente al retorcido mundo posmoderno.

Su gusto musical, aunque privilegie al jazz, es ecléctico. Géneros como el blues, funk, soul, folk latino, rock, indie, world music, entre otros, cuentan muy probablemente ente sus filias.

El grado de involucramiento que tienen con estas músicas, especialmente con el jazz, los posiciona como uno de los pocos ejemplares, valga la etiqueta de *en peligro de extinción*, que escuchan discos completos y no canciones aisladas o éxitos de manera monótona.

De insaciabilidad informativa, los jazztrónomos son biógrafos potenciales de sus artistas favoritos. Con espíritu reporteril y detectivesco indagan en los pormenores del ámbito musical que rodeó, rodea y posiblemente rodeará a tal o cual músico.

Hay en ellos un interesante cruce entre la fidelidad que tienen por el jazz y el cómo migran esta cualidad al terreno amoroso. De ahí que tiendan a la estabilidad. Como amigos son tolerantes e incluyentes además de grandes escuchas, lo que, a su vez, los convierte en excelentes conversadores.

Estas charlas suelen darse en cafés o cafebrerías, sitios que frecuentan con regularidad, así como en los preámbulos de algún concierto en algún club o bar. Las anécdotas que tejen en el aire rara vez se ven interrumpidas por un teléfono.

Entusiastas del consumo moderado de alcohol, una de sus bebidas favoritas es la cerveza. De las marcas comerciales Bohemia, Heineken y Modelo se perfilan como las más solicitadas. El giro artesanal en este rubro les resulta de suma atracción y en general están dispuestos a pagar la diferencia de precio. El vino, sobre todo en los millennials que ya rozan el tercer piso, también guarda buena relación con sus paladares.

Su sensibilidad social, política y cultural, asiduamente nutrida por publicaciones como Nexos, Proceso, Letras Libres, entre otras, los configura como personas críticas de su realidad.

Una vez superada la barrera de la timidez, los jazztrónomos proyectan una agradable imagen al exterior. Asequibles, sinceros y espontáneos, difícilmente reciben el calificativo de mamón o pretencioso. Incluso su forma de vestir revela sencillez y despreocupación material. Algunas marcas que podrían figurar en su guarda ropas son H&M, Zara, Springfield, Pull & Bear, Caterpillar, Converse, Nike y marcas de diseño mexicanas.

A diferencia de muchos millennials ellos escuchan radio, ya sea por FM o vía internet. Los podcast y canales de Youtube sobre música les son imprescindibles como fuentes de nuevos materiales sonoros. Spotify y Shazam, como se puede intuir, son de sus apps predilectas. En el rubro de las e-commerce Amazon, eBay y Mercado Libre les resultan de mucha utilidad para adquirir discografía importada.

Su cuadro de esparcimiento del ocio, además de los clubes, bares y festivales de jazz, incluyen recintos y festivales como Cineteca, Cine Tonalá, Cenart, Bellas Artes, Ciudad Universitaria, Plaza Condesa, Centro Cultural del Bosque, Lunario, Teatro de la Ciudad Esperanza Iris, Cervantino, Hay Festival, FIL de Guadalajara, FICM, entre otros.

Como se ve un jazztrónomo es un ser culturalmente activo, con una predilección por el jazz portada con sencillez, discreción y sin muchos aspavientos; es un romántico de la música en el sentido de consumirla en vivo y de cultivarla a través de los diálogos que establece con ella, con su historia, con sus portavoces, con sus preocupaciones, con su porvenir.

Los jazztrónomos componen la audiencia sostén de la escena del Jazz Hecho en México. Esto no quiere decir que sean mayoría o que gocen de un poder de influencia importante, pues, como se verá más adelante, existen tipologías de consumidores de Jazz Hecho en México que suponen un grueso numérico superior que en ocasiones resulta más determinante para la percepción externa de esta música que los propios jazztrónomos.

4.4 Tipologías de Consumidor en el Jazz Hecho en México

4.4.1 Outsiders

Millennials con un consumo orientado al producto. Comparten con los jazztrónomos una contextura melómana. Su llegada al Jazz Hecho en México suele provenir del desvío de trayectos musicales

que en algún momento rozaron senderos afines al jazz, así como por recomendaciones de algún amigo jazztrónimo. Hay en ellos un conflicto interno por ver superado su papel como espectador pasivo y adoptar uno que los acerque más a la comunidad de músicos y conocedores del género.

De nivel socioeconómico C- a C (AMAI) los outsiders se caracterizan por un consumo moderado en los bares y restaurantes donde escuchan jazz. Normalmente el cover o la cuota de recuperación representan entre el 50% y el 60% de su presupuesto para consumo. En ocasiones cohibidos por consumidores con más soltura y vistosidad, su presencia en los conciertos pasa inadvertida, acaso como un in and out.

Atesoran la experiencia musical con el recurso tradicional de la memoria. No reniega de las fotos pero prefiere no distraerse tomándolas. Tiene pocos seguidores en redes sociales. Su número de amistades es reducido pero sólido. La mayoría de ellos llega en transporte público, son menos los que se mueven en Uber y casi ninguno en auto propio.

Muchos de ellos también utilizan el radio y, al igual que los jazztrónomos, sintonizan emisoras como Horizonte 107.9, Reactor 105.7, Ibero 90.9 y W Radio 96.9.

Su afición por el jazz inicia fuerte pero con el paso del tiempo aminora. Ocasionalmente vuelven a revisitarlo pero el giro que da la escena con nuevos rostros los desorienta. Pronto se enfrentan a su imagen como segregados voluntarios tras un aparador. No entienden qué pasa.

4.4.2 Fe de erratas

Milennials con un consumo orientado a la plaza. De nivel socio económico C+ y AB (AMAI) los fe de erratas se acercan al Jazz Hecho en México de manera incidental, es decir que lo consumen como un elemento colateral de algo más, usualmente la atmosfera, la comida, el lugar, la moda, etc.

Destacan como consumidores pues, la mayoría de las veces sin ánimo de alardear, llaman la atención por el volumen alto de sus conversaciones, por su presupuesto ilimitado, por su convivencia en grupos y por no soltar los smartphones. Contrario a los outsiders tienen muchas amistades en redes sociales, son activos en muchas de las aplicaciones y en ocasiones su perfil podría calificar para influencer.

Se mueven en Uber y en auto propio. Todos son de escuelas privadas y viven en zonas residenciales periféricas al centro de la ciudad o en zonas como La Condesa, La Roma, Polanco, etc. Por la dinámica de su consumo, más pendiente de la forma y no el fondo, no logran conectar con el jazz como lo hace un outsider o un jazztrónimo. Reconocen en su interior un germen musical con ánimos de crecer pero su vertiginosa agenda social no se los permite.

Campamento de análisis y aprendizaje sobre expresiones musicales independientes en la Ciudad de México: Jazz Mexicano.

5.1 Objetivo de la investigación

Analizar la percepción que tienen los jóvenes residentes de la Ciudad de México acerca del Jazz Hecho en México.

5.2 Elección y justificación de las metodologías y técnicas

La presente metodología se enmarca dentro del interaccionismo simbólico y se desarrolla a través de un modelo educativo-comunicacional que abreva sustancialmente del modelo de UNFPA denominado JOCCAS (Jornadas Comunitarias de Conversación en Afectividad y Sexualidad).

La metodología de este Campamento se centra en las interacciones del sujeto dentro de un ambiente eminentemente participativo, en virtud de que éstas juegan un papel formativo de la conducta (Blumer en Álvarez, 2013, p. 67).

Asimismo, se interesa en las producciones de significado y su interpretación dentro de la dinámica de grupo, pues de ellas dependerán tanto los procesos de análisis como de aprendizaje.

Es indispensable tener en cuenta que la presente metodología es híbrida, por lo que retoma, entre otras técnicas, a la fotobiografía, al análisis narrativo y al grupo focal, todas ellas con una naturaleza que pone de relieve mecanismos relevantes para el estudio como lo son la escucha activa, la asociación libre de ideas, la narración, el debate, etc.

Estructura

La presente metodología consta de tres bloques:

1. Problematización:

Una de las premisas torales del interaccionismo simbólico es que la significación de las cosas deriva de la interacción con otras personas. Ésta se entiende como una confrontación no necesariamente bélica de significados; la puesta en escena de una subjetividad frente a otra u otras. Es, pues, una dinámica de intercambio de donde surgen acuerdos, discernimientos y preguntas.

2. Información:

El carácter informativo de este bloque lleva consigo una segunda intención educativa, es decir, el de brindar datos objetivos y conocimientos institucionalizados sobre un tema en particular. Se trata de una intervención necesaria, en virtud de la limitación que pueda existir sobre el conocimiento de un tema, ya sea bajo la forma de desconocimiento puro, tergiversación de contenidos o confusión de saberes.

3. Expresión

Este bloque representa un espacio de re valoración o re formulación sobre las particularidades de un tema en específico, a partir de la complementación entre los conocimientos adquiridos en el bloque anterior y los que son propios de los participantes.

Equipo gestor

Moderador:

Animar y dirigir la conversación en los grupos focales, con el rol de participante observador¹¹.

Agentes educativos:

Compuesto por dos elementos del ámbito musical, un académico, un miembro de una institución cultural y otro de una juvenil.

Su rol de observadores completos¹² los dotará de la capacidad de advertir espacios y áreas de aclaración y complementación a través de sus conocimientos especializados.

Auxiliar de moderador:

Se trata de un observador completo. Su objetivo es compensar la observación limitada del moderador por tener éste otras responsabilidades, como es la conducción.

5.3 Diseño de los instrumentos

Estrategia	Planeación
Grupos Focales	<p>Número de grupos: 2 1.- Outsiders 2.- Fe de erratas.</p> <p>Número de integrantes: 7 por grupo.</p> <p>Selección de participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situación de consumo: Habitual • Espacial: CDMX. • Psicográfica: NSE: C+ y B. Cross Cultural Consumer Characterization • Demográfico:

¹¹ Esta modalidad de observación consiste en una vinculación más próxima, por parte del investigador, con lo que está observando. Le permite, con cierto grado de involucramiento, adquirir responsabilidades dentro del grupo sin que por ello forme parte del mismo.

¹² Los observadores completos son aquellos cuya actividad de escrutinio se realiza fuera de la dinámica y condiciones del objeto o sujeto observado.

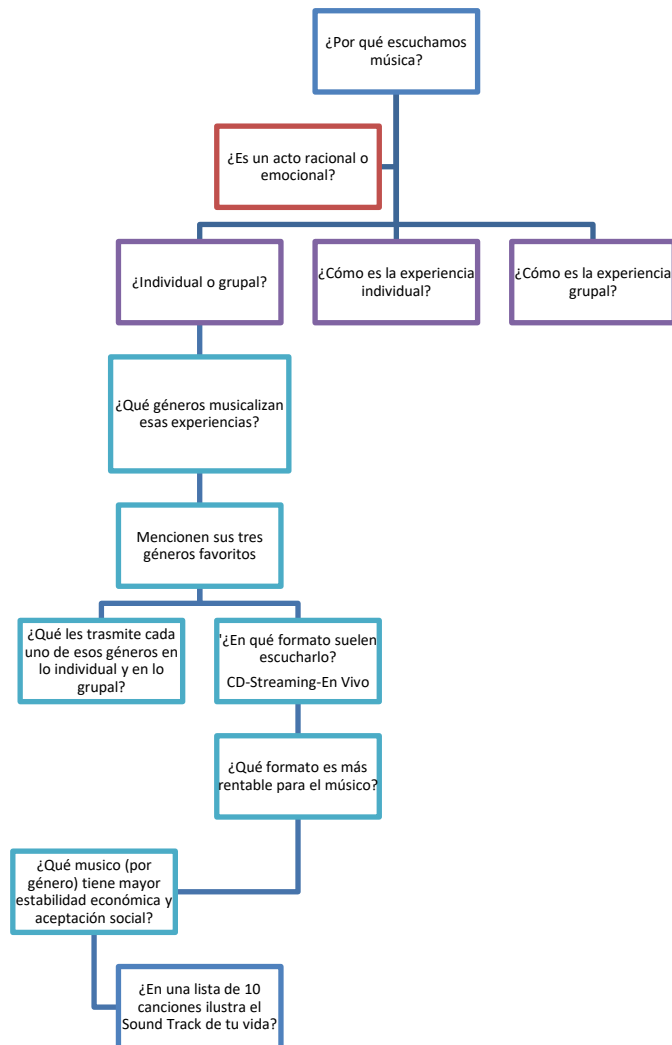
	<p>Hombres y mujeres, 20 a 29 años.</p> <p>Duración: 15 a 30 minutos.</p> <p>Guía de preguntas: Bloque #1 Sound Track de una vida. Bloque #2 Jazz. Bloque #3 Jazz Mx.</p> <p>Técnicas de trabajo: Tormenta de ideas Grupo Nominal Silencio Cambio de Tema Espejo</p> <p>Bienvenida:</p> <p>Despedida: concierto</p> <p>Lugar de reunión: Casa Jardín en Coyoacán.</p>
Fotobiografía	<p>Objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Identificar la percepción paradigmática que se tiene del jazz. II. Revelar con que categoría socio económica se asocia el jazz. (Técnica de asociación) <p>Foto I. Lujo vs sencillez (lugar) ¿Qué imagen representa mejor a un lugar donde se toque jazz?</p> <p>Foto II. Pretensioso vs modesto (consumidor). ¿Quién de estas dos personas consume jazz?</p> <p>Foto III. Joven vs adulto (músico) Misma pregunta II</p> <p>Foto IV. Joven vs adulto (público) Misma pregunta II</p> <p>Foto V. Hombre vs mujer (músico) ¿Quién escucha jazz con más frecuencia?</p> <p>Foto VI. Instrumental vs vocal (formato) ¿Con qué formato asocian al jazz?</p> <p>Foto VII. Microsegmento</p>

	<p>¿Qué micro segmento sería más propenso a escuchar jazz?</p> <p>III. Test de Apercepción Temática sobre una foto de Jazz hecho en México.</p> <p>¿Cuántos años tienen? ¿Dónde viven? ¿Dónde estudiaron? ¿Cuántas veces tocan a la semana? ¿Cuánto ganan a la quincena? ¿Dónde producen sus discos? ¿Qué estilo de vida llevan? ¿Se dedican a otra cosa?</p> <p>Cantidad: 7 Tipología: Reacción emocional</p>
<p>Técnica Proyectiva en Tracklist</p>	<p>Objetivo:</p> <p>I. Detectar qué aspectos indeseables de la personalidad menguan y qué aspectos se potencian mientras se escucha jazz. (Técnica de aplicación).</p> <p>Desarrollo:</p> <p>1.- Reproducción 2.- Cuestionamiento</p> <p>Preguntas detonadoras:</p> <p>¿Qué sensaciones provoca en tu persona? ¿Con qué emoción la asocias? ¿Qué recuerdo trae a tu mente? ¿Qué historia cuenta?</p> <p>Insumos materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bocinas ✓ Discos ✓ Hojas ✓ Lápices

Bloque #1

Soundtrack de una vida

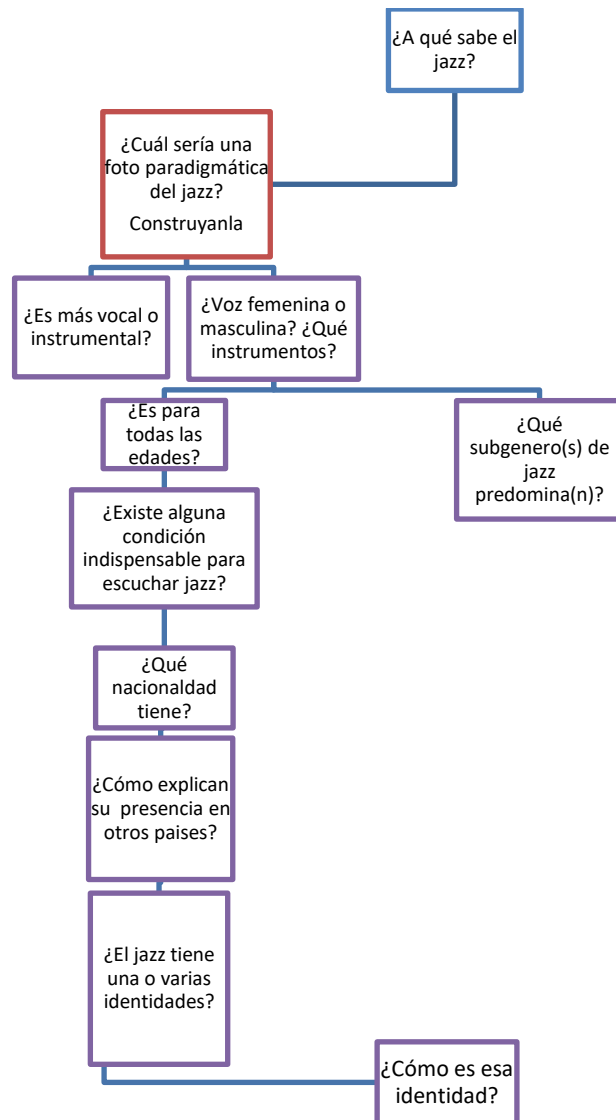
En este primer bloque la pregunta **¿por qué escuchamos música?** busca incomodar las mentes de nuestros consumidores para inaugurar el debate en torno al papel que ella tiene en nuestras vidas y a los diversos usos a los que está sujeta. Es también un anzuelo para que los integrantes del grupo arrojen luz sobre los competidores directos e indirectos del jazz y, sobre todo, del lugar que ocupa éste en su escala de preferencias.



Bloque #2

Jazz diluido

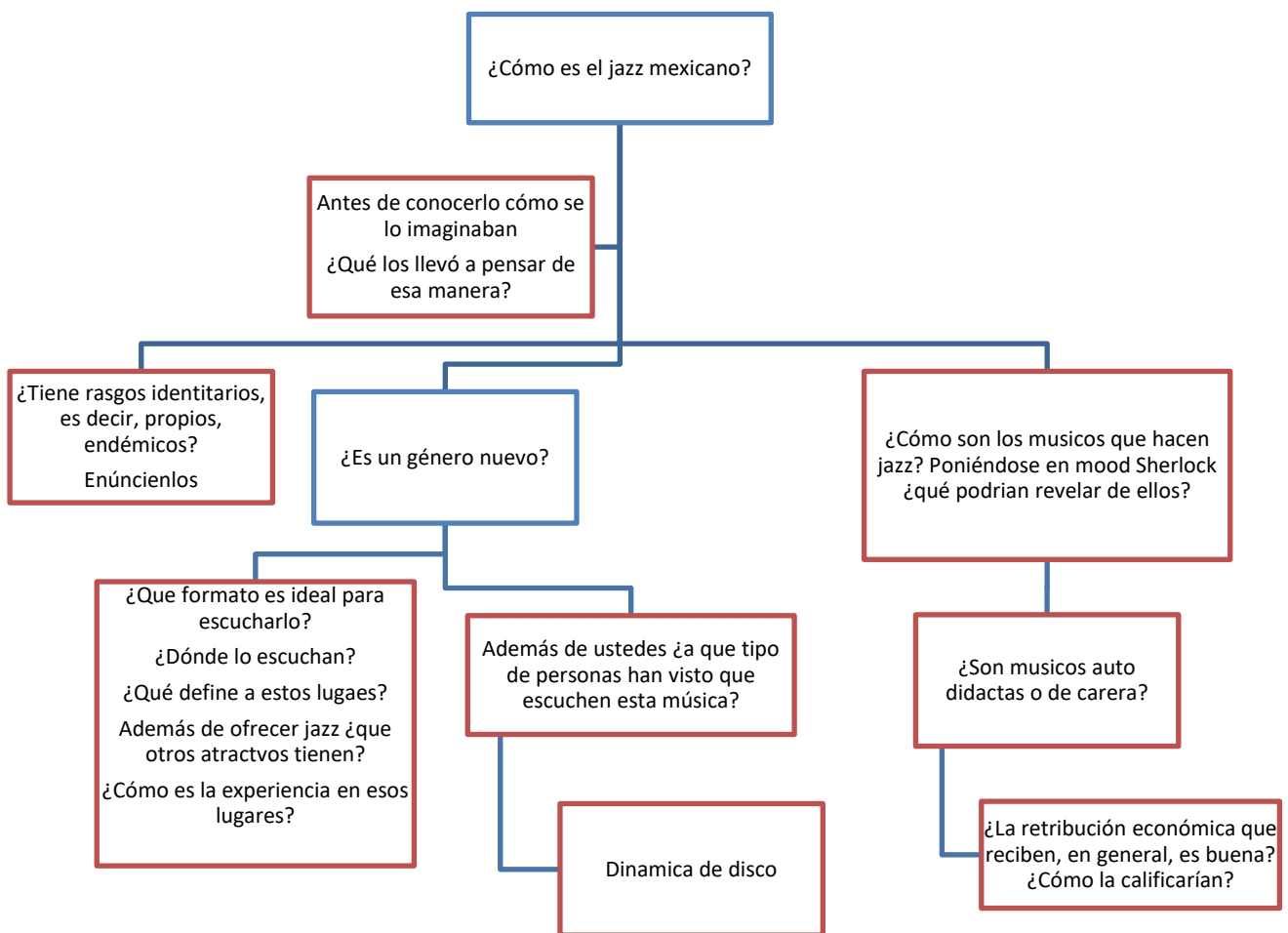
El segundo bloque, cual sustancia soluble, busca de-construir al jazz desde sus aspectos más formales y tradicionales para diluirlo (aterrizarlo) en el JazzMX para ubicarlo dentro de la subjetividad de nuestros jóvenes. Así, la pregunta **¿a qué sabe el jazz?** Constituye un guiño inmediato hacia los sentidos que abre paso a intervenciones menos meditadas y más acordes con apreciaciones emocionales.



Bloque #3

Jazz enmolado

Ideas en torno al jazz vertidas sobre el molcajete. **¿Cómo es el jazz mexicano?** El bloque tres, se trata de un ejercicio perceptivo, exploratorio y constructivo.



5.4 Marco interpretativo para su análisis: La distinción: criterios y bases sociales del gusto de Pierre Bourdieu.

Del vasto andamiaje teórico que erige el sociólogo francés sobre una observación aparentemente inviable a propósito de la composición social del gusto, importan, para el enriquecimiento de este proyecto, algunas consideraciones más allegadas a las formas del cómo analiza las relaciones estructurales que las críticas que hace sobre éstas.

Hay, en el centro de esta obra, una clara intención de comprender las relaciones de dominación contemporáneas, y una firme apuesta por el juego de la distinción como mecanismo para transparentar cómo operan estas formas de dominación. Hay, también, elementos de análisis para comprender cómo se construye el gusto, un aspecto que resulta mucho más atractivo para los propósitos de este trabajo.

La distinción, de forma ilustrativa, es al gusto el cuadrilátero donde resuelve el tema de la negación de lo social movido por la vanidad de lo individual y lo auténtico y, a decir del autor, es también el terreno en donde tiene lugar la lucha de clases.

De manera que el núcleo del conflicto entre clases se encuentra en la distinción social a través del gusto. Bordieu nos dice que, para dar plena cuenta del funcionamiento de esta distinción, es necesario atender no sólo los aspectos económicos, sino también a las esferas educativas que rodean a los distintos agentes.

Es a partir de esa observación sobre las esferas, como estructuras objetivas independientes de los agentes y capaces de ejercer sobre ellos una fuerza directiva en sus prácticas sociales, que el autor comienza a esbozar la génesis social del gusto.

Para superar las limitaciones del bosquejo Bordieu habla de un concepto clave: el habitus. Una noción que describe esquemas de acción y pensamiento

asociados a la posición social, y a partir de las cuales las personas perciben y se desenvuelven en el mundo.

Son, pues, estructuras estructurantes estructuradas, en virtud de que se han forjado en el tiempo y comportan la estructura del espacio social al que pertenece un agente pero al mismo tiempo sirven para producir los pensamientos y acciones que dan lugar a nuevas estructuras.

Abstracciones aparte, el habitus condiciona el gusto pero también propicia sus transformaciones. Así, se explica cómo gracias al habitus el gusto también viene a ser una estructura estructurante de las prácticas sociales y es al mismo tiempo condicionado por ellas.

Bourdieu ve en el consumo un ejemplo del dinamismo estructural del gusto, al señalar cómo los objetos, aun cuando pareciera que son valorados por sus cualidades intrínsecas, en realidad están siendo parte de un juego de relaciones y expresiones sociales mediadas por la apuesta de los capitales, es decir, por el imperativo de la distinción.

El capital cultural, como base del poder simbólico, es el arsenal compilado por el gusto a lo largo de su trayectoria social por las estructuras objetivas y en su intercambio con otras formas de capital como el educativo, familiar y económico.

Uno de los ámbitos donde mejor se divisa el poder simbólico del capital cultural es en los estilos de vida; sin duda el lugar predilecto para la distinción social donde las formas de consumo y los modos de uso de los bienes u objetos culturales se expresan en categorías antagónicas como lo legítimo o ilegítimo, lo culto o lo inculto, y donde Bourdieu ve un terreno fértil para la construcción de la identidad social y cultural, en tanto que la identidad se construye con referencia al otro.

Así, la identidad cultural, confeccionada a través del gusto, transparenta la baraja de referencias que posee una persona y revela en ellos un engranaje que puede o no coincidir con el de otros sujetos o situaciones.

Ahora bien, tener a la mano este análisis sobre la génesis social del gusto, sobre las relaciones simbólicas que nutren de sentido a las cosas y sobre cómo la apropiación de estas configuran, a través de la distinción del gusto propio frente al del otro, una identidad cultural, subraya la importancia de dos aspectos fundamentales para el marco interpretativo del instrumento de investigación.

La primera es la neutralidad o imparcialidad del mundo referencial. Esto es: en el presente trabajo, el jazz, por sí mismo, no tiene inclinación alguna por ser exclusivo de algún grupo o clase social. Como señala Bordieu, es el entretrejo de relaciones sociales y simbólicas que subyace a las cosas lo que las dota de sentido.

De manera que un primer aspecto relevante a analizar en los resultados que arroje el instrumento de investigación deberá ser aquel en donde se desplieguen manifestaciones expresas del gusto con respecto al género musical, prestando especial atención a aquellas en donde veladamente o no se exhiban elementos estructurales del habitus de los sujetos que condicionen las percepciones que tengan sobre el jazz, pues es en ellas donde se finca y perpetua el estereotipo que tango mal le ha hecho.

El segundo aspecto tiene que ver con el reconocimiento de que el consumo del jazz, en tanto materia competente a los estilos de vida, representa un espacio de lucha simbólica, de formas de uso y apropiación de bienes culturales.

Tener en mente al jazz como espacio de distinción entre sujetos debe conducir a un análisis que busque en las ideas expuestas durante el instrumento de investigación un elemento común que venga a hacer de amalgama entre las clases, las cuales, dicho sea de paso, y en el caso del consumo del jazz en México, no son abismalmente distantes.

Visto de manera estratégica, se trata de aprovechar la disección de estructuras que hace Bordieu en torno al gusto para establecer una configuración que beneficie la percepción, apropiación y uso del jazz: si los bienes culturales no son valorados por sus cualidades intrínsecas, como suele pensarse, sino a través

del juego de relaciones y expresiones sociales de capital cultural, entonces el imperativo estratégico deberá canalizarlas y convertirlas en productos comunicativos.

Estrategia de comunicación integrada.

6.1 Definición de Comunicación integrada.

Consecuencia directa de la desmasificación del mercado durante los años setenta del siglo pasado, las comunicaciones integradas atestiguaron en primera fila una serie de cambios que paulatinamente fueron construyendo la reputación que ostentan hoy en día.

Buena parte de su naturaleza y propósito se explica a partir de la caducidad de viejas prácticas mercadológicas y de la transición de unas realidades a otras dentro del mercado.

La historia de cómo se forjó esta modalidad de planificación comienza con el declive de la era de manufactura estandarizada, a gran escala y de orientación masiva.

Con el fortalecimiento del gusto individual, a contravía de los productos masivos no diferenciados, el modelo de producción masivo comenzó a tambalear por la progresiva desaceleración de la demanda.

Bastaría la llegada del internet y de los ordenadores, que democratizaron el acceso a la información, para que mutara el paradigma mercantil hacia una orientación mucho más enfocada en el consumidor y menos en el producto.

Schultz (2007) señala, a propósito de esta transición, que, si bien los ordenadores y el internet restaron poder a los fabricantes, por todo el flujo de

información del que ahora disponían los consumidores, también les brindaron una poderosa herramienta para comprender más a fondo la mente de los compradores.

Con consumidores diferenciados y con información del consumidor al por mayor, el mercado pronto se segmentó en categorías de diversa índole que iban del género al estilo de vida,

Por otro lado, la atención a las nuevas exigencias del consumidor en cuanto a la distribución y a la comunicación (éste en realidad un concepto noble que entró como relevo de la obsoleta promoción unidireccional) se hizo inaplazable.

Fue en ese marco de nuevas exigencias que las comunicaciones integradas irrumpieron como una respuesta de planeación que concibió a las disciplinas del marketing (publicidad, relaciones públicas, promoción, etc) como un ecosistema inmerso dentro de la esfera cotidiana de los individuos.

Así las comunicaciones integradas se atrincheraron en la percepción de los consumidores con el propósito de interactuar con ellos de la manera más natural y menos invasiva posible, mutando de espacios, formatos y apariencias con la firme meta de dar continuidad de manera coherente a la exposición de los mensajes.

6.2 Idea.

Si el objetivo de las comunicaciones integradas es atrincherarse en la percepción de los consumidores, entonces la conquista del mayor número de espacios donde ésta tiene lugar debe ser el eje rector de la formulación de estrategias.

Por ese motivo aquí se propone un esquema estratégico de cuatro etapas que responden a distintos grados de aproximación con el público objetivo. Así, el primero busca acercar a través de las sensaciones; el segundo compartir a través

de las emociones; el tercero fraternizar por medio de los sentimientos y el ultimo enamorar a través de los valores.

6.3 Actores involucrados

En función de la estrategia irán variado los actores. Se anticipa, eso sí, que en todas figurará como representante del jazz, en parte por su solidez y consolidación en el ámbito jazzístico, y en parte porque el proyecto se hizo pensando en ellos como un posible cliente, a la comunidad de Jazz MX, creada entre todos los músicos de Jazz en México, cuya misión es la de promover ese género, mediante la creación y formación de nuevos públicos, así como el de generar mejores condiciones profesionales y laborales del jazzista.

Dicho eso, a continuación, se presentan las cuatro estrategias

6.4 Estrategias.

6.4.1 Jaque Mate

Objetivo

Poner en jaque los prejuicios del Jazz Mx

Planteamiento y Justificación

Es de dominio popular que el jazz, hecho o no en México, se encuentra silueteado por clichés de distinto orden que van del manoseado “es música para ricos” al “es que eso no es para jóvenes”. Pues bien, ya va siendo tiempo de darles la vuelta. Importan, entonces, poner en jaque aquellos estereotipos que puedan afectar la interacción del jazz con la juventud.

La vida es mejor cuando improvisas

Vivimos en tiempos acelerados, en tiempos de profunda incertidumbre. Tiempos donde los cambios se suceden al compás de un pestañeo y

donde la libertad que tanto ensalza la juventud en ocasiones les aterra. Sí. Vivimos tiempos difíciles. Y sin embargo todo cambia cuando intuimos su presencia. Nos sabemos más ligeros, más desenvueltos y, al mismo tiempo, deseosos de una revelación que suponemos ajena. Y una vez dentro, frente a frente, vemos con sorpresa que no es muy distinto a nosotros; que está ahí en medio del silencio, con sus miedos, sus incertidumbres y con la libertad atravesada en la garganta, y que cuando por fin suena ya no es una revelación lo que vemos, sino la confirmación de lo que siempre habíamos sospechado: La vida es mejor cuando improvisas.

Insight

-¿Y si no sé cómo?

-Improvisa

Idea

El atributo de la improvisación en el jazz llevado a la esfera cotidiana como una idea sustituta de los estereotipos del género.

Concepto

La vida es mejor cuando improvisas

Objetivo por agentes

Marca (patrocinadora)

Dentro de las marcas existen categorías más a fines que otras con la juventud. Es el caso de las bebidas alcohólicas, la ropa y la música.

Sabedores de que frecuentemente se asocian estilos de vestir con determinado género musical, conscientes de que a últimas fechas son las bebidas alcohólicas las principales patrocinadoras de festivales musicales y considerando que en la categoría musical existen dos grandes actividades relacionadas con el giro que adoptan las marcas: la música como entretenimiento y la música como formación o educación, la elección de estos rubros se antoja como la más acertada.

Jazz MX (interventora)

Estrategia

Jaque mate es un producto audiovisual, en particular un cineminuto, en torno a la improvisación como el elemento que acude a resolver la tensión de no saber qué hacer frente a la sombra de esa ola ascendente que son los problemas cotidianos en nuestra realidad.

Así, en la pantalla grande se narrarán dos historias aparentemente inconexas que en su punto de tensión más álgido se unirán al desembocar en la puesta en escena de esa improvisación que, desde luego, es musical, pero que trasladada al ámbito social e individual adquiere significaciones muy diversas.

El cineminuto busca brindar un guiño visual a los consumidores para sembrar la improvisación, es decir, el atributo más representativo del jazz, como una perspectiva provechosa y disfrutable frente a la vida.

Canales de comunicación

El canal es de naturaleza ATL, es decir, tradicional y con un alcance amplio en las audiencias. Por el tipo de público la elección de los cines debe ser cuidadosa.

Espacios como la Cineteca, Film Club Café y Cine Tonalá, figuran como los óptimos para proyectar el cineminuto.

En el caso de las cadenas comerciales (Cinemex y Cinépolis), también son consideradas, pero sólo sus carteleras artísticas o alternativas, tales como las muestras internacionales de cine.

Recursos materiales y humanos

Cineminuto

6.4.2 Libertad en tus oídos

Objetivo

Contagiar musicalmente al público.

Planteamiento y Justificación

La Ciudad de México, como toda megalópolis, es escandalosa. Desde las primeras horas del día somos blanco de las más inverosímiles manifestaciones del ruido. Vinculado frecuentemente al progreso tecnológico, al desarrollo de grandes urbes y a nuestra insensata desenvoltura por la vida, el ruido se rige como un recordatorio de que no sabemos escuchar, de que su presencia es evitable, o cuando menos, regulable, prueba de ello es la línea del tiempo que va del maternalmente agobiante “¡ya levántate!”, que muchos padecemos en el transcurso de la infancia y la adolescencia a la prosaica y desesperada mentada de madre que espetamos detrás del volante y del claxon en la etapa adulta, o del estruendoso ferrocarril de la Revolución Industrial al siempre creciente y ruidoso parque vehicular de los días que corren. La conclusión histórica es

preocupante, ni como novatos en la vida ni como aprendices avanzados en ella entendemos la lección: escuchar hace la diferencia.

Con frecuencia se dice que oímos, pero no escuchamos. Nuestras leyes, para no variar, no sólo no oyen, sino que tampoco escuchan. Para ellas, la contaminación por ruido es un problema menor que, a lo mucho, amerita una sanción cívica en situaciones realmente extremas. El espectro de las consecuencias del ruido, obviando la sordera, es de una amplitud alarmante: interfiere la comunicación y el diálogo, induce indiferencia e insensibilidad con el entorno, propicia el aislamiento, perturba el sueño, produce estrés, alta presión, irritabilidad, intolerancia e incluso disminución en la libido (Peralta, 1998).

Esclavos del relajo del mundo, nuestros oídos, cuando no afectados ya seriamente, pasan inadvertidas estas cuestiones. Su grado de adaptación, y al parecer de resignación, es altísimo. Al punto de permitir que la contaminación auditiva haya evolucionado a terrenos extra físicos. Así, podemos hablar de trastornos auditivos sociales cuyo síntoma más visible no se revela precisamente en el afectado sino en la impotencia y frustración de quienes lo rodean y le reclaman "¡Es que no me escuchas!". No hay ámbito social que escape a esta condición.

De las relaciones interpersonales, pasando por vínculos más complejos como la familia, la escuela y el trabajo hasta dimensiones tan enrevesadas como la política, la sensación de fracaso comunicativo persiste. Así, aun quienes conservan medianamente estables sus facultades auditivas, tampoco escuchan.

Sabemos que es imposible apagar el ruido y, desde luego, reconocemos que es impensable apostar por el aislamiento. Se sabe, no obstante, que la música es la antítesis del ruido. Por muy enérgica que esta pueda ser,

jamás resulta estridente. En una ciudad donde de 365 días solo 15 gozan de buena calidad auditiva, escuchar música se erige como el mayor acto de liberación y de protesta contra el ruido.

De todos los géneros musicales que componen el paisaje sonoro de la ciudad hay uno que por su naturaleza empodera los oídos, los reeduca y los libera: el jazz.

Como remanso auditivo y como género pedagógico, el jazz ofrece, en una primera instancia, un sonido liberador que desprograma la mente y reconfigura el cómo escuchamos. Por sí solo, induce a su auditorio a escuchar de una manera más atenta, casi reflexiva. Os campos de reflexión pueden ser tan numerosos como la gente que lo escucha. La musicalidad de este género ahoga el ruido que llevamos dentro y nos vuelve a conectar con el entorno. El jazz libera los oídos.

Insight

-No te oigo y no te escucho.

-La música libera.

Idea

El jazz te libera

Concepto

Adictos a la libertad

Objetivo por agentes

Bose (patrocinadora)

Better sound through research

En busca de un mejor

Actualmente una de las marcas más respetadas en audio, Bose ha trabajado sus productos desde la psico acústica, es decir, desde el estudio de la forma en que se percibe el sonido, para alcanzar no solo una calidad envidiable de sonido, sino también para apuntalarse como un líder en innovación tecnológica.

Una marca con estas características, esto es, con un sólido compromiso con la percepción del sonido, empata a la perfección con un género como el jazz que, como ya se dijo, juega mucho en favor de reestructurar el cómo escuchamos.

Jazz MX (interventora)

Estrategia

Cabinas Bose

La alianza entre Jazz MX y Bose se hará patente con una experiencia musical que aquí llamamos cabinas Bose.

Como un oasis sonoro en medio de nuestra ruidosa capital, las cabinas Bose ofrecen un espacio de reconciliación con el entorno y con uno mismo a través de una música que tiene como estandarte principal el de la libertad.

Se espera que quienes se adentren en las cabinas compartan y entren en sintonía con la emotividad que hay detrás de las composiciones, esto es, que entablen un dialogo con el músico a través de la música.

Canales de comunicación

Al ser las Cabinas Bose una instalación imprevisible, es preciso hablar de comunicación BTL. Un tipo de comunicación distanciada de lo masivo y

enfocada en segmentos de público bien delimitados que emprende acciones creativas que buscan conectar con el público a través de la proximidad, la exclusividad, la invisibilidad y la imprevisibilidad.

Recursos materiales y humanos

Instalación de cabina experiencial.

-Vitrina

-Equipo de sonido Bose.

6.4.3 Temporada de sombras

Objetivo

Transmigrar hacia el público lo que significa el jazz para los músicos.

Planteamiento y Justificación

La experiencia personal de los músicos en el jazz puede expandir los horizontes de entendimiento y empatía que posee el público sobre ese género y sus matices sociales. A su vez, el público puede expandir los alcances de su música al compartirla en una modalidad más íntima. De esta forma “Temporada de sombras” recoge el máximo beneficio que tiene el uno para el otro y lo reúne en torno a una convivencia fraternal cuyo objetivo es, por un lado, introducir al público al mundo del jazz de la mano de sus hacedores y, por el otro, generar un contenido digital que sintetice esa experiencia.

Insight

- Nadie me entiende.

- Todo lo bueno sabe mejor si lo compartes.

Idea

No te juzga, atesora tus intimidades más grandes y siempre está a tu lado.
Esa es tu sombra.

Concepto

Tu sombra por un día.

Objetivo por agentes

Jazz Mx (interventora)

El objetivo de Jazz Mx, como protagonista de esta estrategia, no es otro que el abandonarse a ser el mismo. A entreabrir la puerta de su intimidad para que el público se asome y le conozca mejor.

Estrategia

Video Blog

Entre la expectativa de confirmar el estereotipo y la de desahogar lo desconocido, la curiosidad sobre cómo es la vida de los jazzistas es lo suficientemente amplia como para generar una serie de videos en torno a este tema.

Así “Temporada de sombras” recluta a un vasto ejército de curiosos que formen parte de alguna de las categorías de consumidores del jazz, para que se sumen a una cruzada reporteril en la que registren en video, un poco al modo de “un día con” y como si de pronto jugaran el rol de sombra, el día a día de los músicos de jazz en nuestra capital.

Wiki-edición

El registro de la trayectoria musical de los músicos de jazz en México rara vez, mejor dicho casi nunca, figura en espacios de referencia popular como Wikipedia. Esto, guste o no, merma la visibilidad y por tanto el reconocimiento de los músicos.

De manera que una segunda forma de plasmar el ejercicio periodístico que realizarán los consumidores de jazz en “Temporada de sombras” es el de crear entradas con la ficha enciclopédica de los músicos.

La fraternidad, recordemos, tiene como máximas virtudes el apoyo y la confianza. Estos son los pilares de la estrategia: a cambio del importante gesto de dar acceso a la intimidad de los músicos, con los beneficios que eso pueda implicar de acuerdo a la personalidad de cada músico, el público (muchos de ellos con el deseo de ser más activos en la escena) retribuirán esa deferencia con actividades propias del periodista musical.

Así, se tendrán dos productos digitales derivados de una experiencia que no expirará con su simple registro en video y texto sino con la labor de difusión hacia públicos potenciales.

Canales de comunicación

Redes sociales: Facebook, Youtube y Vimeo.

Sitio web de Jazz MX.

Recursos materiales y humanos

Cámaras de video

Capacitación por Wikimedia

6.4.4 Somos los otros

Objetivo

El Jazz Mx como un agente que promueve la inclusión.

Planteamiento y Justificación

Una de las cualidades fundamentales del jazz, y a la cual, por cierto, debe gran parte de su subsistencia a lo largo de más de un siglo, es la inclusión. La inclusión no como un adorno de quien se arroja en una tolerancia movida por la vanidad y el deber, sino como una forma anhelada de enriquecimiento; como una forma natural de ser y estar en el mundo sin la cual la vitalidad no sería la misma.

En el jazz se dice que no puedes pensar en oír tu voz sin escuchar las otras voces. Novalis, desde la filosofía, decía que nadie se conoce a sí mismo, si sólo es él mismo y no otro al mismo tiempo. Esto, abstracciones aparte, quiere decir que nosotros somos los otros, y que la individualidad no está (o al menos no debería estar) peleada con esa condición.

El jazz, históricamente, ha sido incluyente, y ahora que esta palabra anida en cada vez más bocas es buen momento para hacer un par de señalamientos y una propuesta para reencaminarla hacia mejor puerto, si es que se encuentra descarriada (que lo está).

A bordo de una embarcación oficialista y dispersada con la sobriedad y el desánimo de un boletín de prensa, la promoción de la inclusión se encuentra en el umbral de la futilidad. Paradójicamente, su incansable repetición en discursos y propagandas la ha invisibilizado, la ha situado en terrenos del hastío y el tedio, al grado de que cualquier intento honesto por comunicarla o difundirla se antoja más como un fertilizante de esa tierra que otra cosa.

Como ocurre en la literatura, es la forma la que enriquece o empobrece el contenido, y la forma es más lograda cuanto más invisible es. Por eso el jazz, como agente que ha encarnado la inclusión, no digamos que mejor o peor que otros, sino al menos de manera ininterrumpida, se perfila como la forma más óptima para comunicarla. Pero esta tarea no la puede hacer en solitario. En todo caso precisa de hacerse de un aliado que brinde resonancia al mensaje de la inclusión o que, al menos, propicie una atmósfera más receptiva, como ocurre con el teatro.

Como un espacio donde suspendemos temporalmente nuestras vidas para trasvasarlas en aquellas que se suceden en el escenario, el teatro posee la virtud de permeabilizar estructuras mentales y emocionales con una efectividad envidiable.

Son muchos los formatos de esta expresión. Los hay ampliamente comerciales como el musical, innovadores como el micro teatro o el impro, cómicos como el clown y otros que, desde la marginalidad, logran con calidad de primer orden un teatro más comprometido con los ámbitos sociales y políticos, como es el caso del teatro de cabaret.

Al igual que el jazz mexicano, esta forma de hacer teatro nació estrechamente ligado a la cultura popular. Sabeos que la evolución jazzística desarticuló un poco el vínculo que mantenía con ese sector poblacional, enlazándolo, en su lugar, con sectores sociales más altos; sin embargo, el teatro de cabaret mantuvo, y a la fecha mantiene, esa cercanía con las personas ajenas a las esferas dominantes, además de que ha sido consecuente con el espíritu crítico y con la promoción de la inclusión.

El JazzMx, desde su trinchera, también ha sido consecuente en la inclusión de otras músicas a su propio discurso. Bajo la etiqueta de música

de fusión, o en ocasiones delatado por el nombre de las bandas, el jazz mexicano ha incorporado a su bagaje musical expresiones sonoras de diversos rincones del mundo y del país desde una perspectiva horizontal y alejada de la caridad artística.

Así, la alianza entre el jazz y el teatro de cabaret proyecta una convicción de que los demás, los otros, quienes están en la periferia de las atenciones y consideraciones de la sociedad, importan, e importan tanto como nosotros, y que pasarlos por alto no hace sino empobrecer el espíritu.

De modo que al ser la música (el jazz) un arte que, en términos formales, no tiene una función expresiva, su alianza con el teatro, un arte invariablemente portador de mensajes, representa una forma de suscribir los mensajes que aquél si puede expresar. Así, primero bajo la forma de acompañante musical en el escenario y luego como concierto formal o jam sesión, el discurso del jazz respalda el mensaje teatral y comunica, por sus propios medios, que quien incluye se enriquece.

Insight

- ¿Cómo crezco como persona?
- Conociendo gente nueva

Idea

Es más rico quien más estereotipos ha derribado.

Concepto

Quien incluye se enriquece

Objetivo por agentes

Jazz Mx (interventora)

Estrategia

Ciclo de teatro cabaret y jazz en torno a la diversidad y la inclusión.

Se trata de un ciclo que girará en torno a la diversidad musical y social, teniendo al jazz, esto es, a sus músicos, como compañeros de escenario durante la obra (primera protagonista de la noche) para después ceder la batuta a la música con un cierre sonoro con los exponentes más relevantes del jazz fusión (segundo y último protagonista de la noche).

Canales de comunicación

Por tratarse de una alianza cultural, el evento es en sí el canal de comunicación. Sin que medie publicidad alguna, esta estrategia integrada cae en los terrenos de la mercadotecnia en virtud de que está exponiendo (ofreciendo) una serie de valores atribuibles al jazz y al teatro de cabaret, con el firme propósito de resignificar los valores del público.

Recursos materiales y humanos

Teatro

Actores

Músicos

Conclusiones

Estructurar una red de promoción a través del reposicionamiento del Jazz Hecho en México entre los jóvenes fue la apuesta e hipótesis de este proyecto para consolidar al jazz como un género estable, rentable y de amplia preferencia en la Ciudad de México.

Visto su desarrollo, y conscientes de que toda conclusión aquí vertida se articula desde el discurso de lo verosímil, puesto que no deja de ser una propuesta estratégica, se puede decir que la hipótesis se confirma, en el sentido de que visto el panorama del jazz y el de la juventud en la Ciudad de México, una estrategia de comunicaciones integradas figura como la vía más óptima para reposicionar el género.

Al empalmar los panoramas se encontró que no existe una comunicación real entre ellos. Que, como se dijo, se han terminado por creer lo que no se han dicho. Que, por un lado, la escena del jazz cuenta con una promoción de circuitos muy cerrados y con una visión tradicional de las comunicaciones, fincada solamente en lo informativo, y que, por el otro, los jóvenes ya no son receptivos a estas formas arcaicas de comunicación.

Aun cuando la estadística ubica al jazz en una afición regular, donde son más quienes disgustan abiertamente del género, y donde los jóvenes figuran como el segundo grupo que más lo consume, después de los adultos de 30 a 49 años, el hecho de haber descubierto que son los jóvenes quienes encabezan un porcentaje importante de las bandas y agrupaciones de jazz en la Ciudad de México, dio claras señales de que su relación no estaba del todo perdida y reforzó el punto de que el problema no estaba sino en la comunicación.

Para hacer efectiva esa comunicación fue preciso estudiar, en primer lugar, al jazz en nuestro país. Aproximarse a su historia no fue tarea fácil. Al no figurar en la tradición musical mexicana sus fuentes de consulta son escasas y faltas de cohesión. Esto es que en ocasiones las fuentes se ignoran entre sí

Con todo, fueron suficientes para dar cuenta de una reveladora historia de persistencia a lo largo de más de un siglo, que llevó a la conclusión de que el jazz forma parte tanto de la historia reciente de México como de su vida cultural.

Ya adelantados en el tiempo, se vio que con el cambio de milenio se dio un nuevo brote a favor del jazz, una efervescencia o fiebre que empezó a visibilizar más al género. Hubo un aumento significativo en todos los sectores: más lugares, más músicos, más producciones discográficas.

Pero también se vio que no existía un crecimiento sostenido del público. Que, además, no se estaban realizando esfuerzos por diversificarlo. Que no se estaba viendo en la juventud una alternativa de crecimiento. Tal era su despiste, que se terminó por comprobar que, el menos en los últimos años, el jazz no ha figurado dentro de los géneros predilectos de los jóvenes.

No obstante, al momento de esbozar las tipologías de consumidores del jazz se encontró que existen tres categorías vinculadas, así sea minoritariamente, con los jóvenes: jazztrónomos, outsiders y fe de erratas.

Como se vio en los apartados “Brief Histórico” y “Pergeños contra la desmemoria” hubo una transición estilística del jazz que implicó, a su vez, una transformación del consumo popular del género hacia un consumo más selecto, frecuentemente vinculado con las clases sociales altas.

Pues bien, una vez puestas sobre la mesa estas tres categorías de consumidores, se vio que esa constante histórica del jazz como un género vinculado con las clases altas, persiste en las dinámicas de su consumo.

No hay mucha claridad sobre qué propicio ese giro en su apropiación, de ahí que se haya sugerido como marco interpretativo una obra acerca de la lucha de clases desde el gusto y el poder simbólico, sobre todo en lo competente a los estilos de vida, que sirve para comprender cómo algunas de sus peculiaridades influyen en el espacio de consumo cultural, en este caso, el del jazz.

No obstante, más allá de ver antagonismos entre un tipo de consumidor y otro, con la elaboración del instrumento de investigación enfocado en temas de percepción, y respaldado por la obra de Bourdieu que aporta una claridad explicativa como pocas, se abren las posibilidades de encontrar puntos en común.

Sobre *La distinción* de Pierre Bourdieu se rescató una valoración teórica importante: si los bienes culturales no son valorados por sus cualidades intrínsecas, como suele pensarse, sino a través del juego de relaciones y expresiones sociales de capital cultural, entonces el jazz, por sí mismo, no es sino neutro.

Esta consideración abrió paso a un entendimiento estratégico que se preocupó más por aprovechar las relaciones y expresiones sociales subyacentes al jazz como el vehículo para desmitificarlo como un género elitista, inapetente y poco afín a los jóvenes.

En ese orden de ideas, todo parece indicar que las estrategias, al proponer nuevas formas performativas para el jazz (figurar en ejecuciones de marketing de guerrilla, en un cine minuto, en un video blog o en una atmósfera teatral, y al estarle sumando atribuciones que históricamente no ha tenido, sin duda contribuyen a enterrar en el olvido las viejas apreciaciones que de él se tenían.

Refuerza lo anterior, el hecho de que las estrategias plantean, así mismo, una red de apoyo en donde músicos, industria privada y promotores se suscriben a un modelo de comunicación que, además de ser beneficioso para todos, propone inaugurar una nueva tradición acerca de la experiencia del jazz en la ciudad.

Así, seguros de que las estrategias integradas son la forma más asertiva de comunicar, por constituir una forma creativa y segmentada; conscientes de que la relación del jazz y los jóvenes precisa sobre todo de estrechez; y satisfechos con que el cuadro estratégico plantea una evolución en su intimidad, del acercamiento al enamoramiento, el éxito de la implementación de este proyecto no puede ser sino alto.

Bibliografía:

- (2016) *Por qué pierde tanto dinero Spotify si aumentan sus ingresos?* BBC Mundo, recuperado el 14/03/2017 de: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/05/160524_economia_spotify_perdidas_ingresos
- Alain Derbez. (2001). *El jazz en México: datos para esta historia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Alejandro Ortiz Bullé Goyri, *El teatro de revista mexicano: una forma de periodismo escénico*, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Álvarez, Juan. 2013. *Cómo hacer investigación cualitativa*. Editorial Paidós Educador: México, D.F. Octava Edición, p. 221.
- Andrew Falagan (2016) *Independent Labels Release Global Study on Their Business*, Billboard, recuperado el 10/03/2017 de: <http://www.billboard.com/articles/business/7393514/independent-labels-release-global-study-on-their-business>
- Antonio Malacara Palacios (2002) *De la libertad en pequeñas dosis: notas del jazz nacional*, México, Angelito Editor.
- Antonio Malacara Palacios (2008). *Viaje al fondo del jazz*. Coloquio llevado a cabo en el Museo Nacional de Culturas Populares. México. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y Universidad Autónoma de Baja California.
- Artes e Historia México. (2016). [Arts-history.mx](http://www.artshistory.mx). Recuperado el 02/03/2016, de http://www.artshistory.mx/sitios/index.php?id_sitio=664140&id_seccion=112710&id_subseccion=154314&id_documento=1867
- Berendt, Joachim Ernst (1998) *El jazz: De Nueva Orleans a los años ochenta*. México: FCE, 901 pp.
- Bordignon, Nelso Antonio (2005) *El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto*. Revista Lasallista de Investigación, vol. 2, núm. 2, pp. 50-63 Corporación Universitaria Lasallista. Antioquia, Colombia.
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus: México, D.F.
- Covi Drueta, D. (Coord.). (2013). *Industrias culturales en México: reflexiones para actualizar el debate*. México: Universidad Nacional Autónoma de México/ Productora de contenidos culturales Sagahón Repoll, 400 pp.

- De Barba, Georgie (11 de abril de 2016) 4 tipos de Millennials. Entrepreneur. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/273881> el 23 de octubre de 2017.
- Edgardo Toledo, La industria cultural y sus transformaciones, recuperado el 10/03/2017 de: [chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://www.lagrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/download/285/257](http://www.lagrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/download/285/257)
- Fausto Ramírez, Luise Noelle y Hugo Arciniega coords. (2012) El nacionalismo musical mexicano: una lectura desde los sonidos y los silencios en El arte en tiempos de cambio 1810-1910-2010, Instituto de Investigaciones Estéticas, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- González, Fernanda (24 de octubre de 2014) ¿A qué tipo de millennial le habla tu marca? Merca 2.0. Recuperado de: <https://www.merca20.com/que-tipo-de-millennial-le-habla-tu-marca-descubrelo/> el 23 de octubre de 2017.
- Horace Trubidge (2015) *Salvaguardar los ingresos de los músicos*, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, recuperado el 11/03/2017 de: http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2015/02/article_0002.html.
- INJUVE CDMX (2013) Consulta de tendencias Juveniles. Recuperado de: <https://issuu.com/injuvecdmx/docs/consulta-tendencias-juveniles-2013> el 27 de noviembre de 2017.
- Isabel Piquier (2000) *Batalla contra la piratería en la red*, El País, recuperado el 13/03/2017 de: http://elpais.com/diario/2000/07/28/cultura/964735201_850215.html
- Jesús Flores y Escalante. (2010). "El jazz lúdico y mexicano", *Relatos e historias en México*, 28, 78.
- Juan C. Calvi (2006) *La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e internet. Algunas transformaciones y salto en la concentración*, recuperado el 13/03/2017 de: [chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-08-calvi.pdf](http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-08-calvi.pdf)
- Juan Solis (21 de mayo de 2006). Pioneros en Radioarte. El Universal. Recuperado de: <http://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/48837.html>
- Martínez, Carla (11 de octubre de 2017). México, campeón en consumo de música online. El Universal. Recuperado <http://www.eluniversal.com.mx/cartera/tu-cartera/mexico-campeon-en-consumo-de-musica-online> el 23 de octubre de 2017.

- Mendoza, Daniel (17 de mayo de 2015) 6 tipos de millennials y sus hábitos de consumo. Informa BTL. Recuperado de: <https://www.informabtl.com/6-tipos-de-millennials-y-su-habitos-de-consumo/> el 23 de octubre de 2017.
- Pablo Dueñas (2014). "XEB. Los inicios de la primera voz radiofónica en México", *Relatos e historias en México*, 73.
- Pons, Javier (9 de noviembre de 2016) Millennials en México, un mercado menos homogéneo de lo que se cree. *Marketing 4 Ecommerce*, Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.mx/millennials-en-mexico-un-mercado-menos-homogeneo-de-lo-que-se-cree/>
- Roberto Aymes, "Una historia de esfuerzo y tenacidad contra todo pronóstico", *International Jazz Archives Journal*. University of Pittsburg [en línea] 1999, Vol. II, No. 2. Disponible en: <http://www.robertoaymesmusic.com/desarrollodeljazz.php>
- Secretaría de la Economía Nacional (1940) Estados Unidos 6ª Censo Nacional de Población. Recuperado de: <http://goo.gl/LkC5B6>.
- Vecino, Diego (2010). Sellos discográficos independientes y nuevas tecnologías en la crisis de la industria de la música. Los casos de los netlabels Ventolín Records y Mamushka Dogs Records. VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.
- Vicente Gutiérrez (26 de abril de 2017) Resurge la industria musical en México, *El Financiero*.
- XEB, nueve décadas de historia con mayúsculas. (2014). *La B grande de México*. Recuperado de: <http://www.imer.mx/xeb/xeb-nueve-decadas-de-historia-con-mayusculas/>
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal