



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

**EL ROCK INDEPENDIENTE EN
LA ERA DEL STREAMING**

R E P O R T A J E

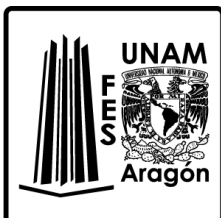
Que para obtener el título de

**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y
PERIODISMO**

P R E S E N T A

BRENDA SHADANI PLAZA TEPALT

DIRECTOR(A) DE TESIS
RICARDO RODRÍGUEZ INDA



**CIUDAD NEZAHUALCÓYOTL,
ESTADO DE MÉXICO, 2021**



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.

ÍNDICE

Carátula

Página de jurado

Dedicatoria

Agradecimiento

1. Introducción

2. Nacimiento del rock independiente

2.1. Atrapado en los suburbios

2.2. Do it yourself en la Ciudad

2.3. Paso al nuevo milenio

3. El surgimiento del streaming

3.1. Spotify rey

3.2. Efectos en la industria musical

4. Tus bandas favoritas no cobran aguinaldo

4.1. Impacto de spotify en la música independiente

4.2. ¿Cómo sobrevivir al mundo digital?

4.3. ¿Te afecta o te ayuda?

4.4. Tomorrow comes today

5. Anexo: Galería fotográfica

6. Referencias bibliográficas

Dedicatoria

A mi querido abuelo por haberme forjado en muchos aspectos de mi vida, sé que donde quiera que te encuentres estás orgulloso de mí y de este logro tan importante. Un abrazo hasta el cielo.

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad por acogerme desde mi formación en bachillerato y darme tantas satisfacciones, buenos amigos que aún me acompañan, a mis profesores por formar parte de mi día a día como estudiante y ayudarme a convertirme en lo que soy ahora. Gracias a mis padres y a mis abuelos por apoyarme en cada momento; gracias a mi familia y amigos por formar parte de esta aventura tan gratificante y hermosa, tan llena de enseñanzas y sabiduría.

El camino hasta ahora ha sido muy difícil, pero gracias a sus aportes, su amor y su inmensa bondad, he logrado terminar este capítulo de mi vida para comenzar a vivir cosas nuevas. Les agradezco y hago presente mi gran afecto hacia ustedes, mi maravillosa familia.

Introducción

El presente texto es un trabajo periodístico de casi tres años de conformación en manera de reportaje, el cual se entiende como una investigación híbrida conformada por diferentes elementos periodísticos como imágenes, entrevistas, notas informativas y crónicas que le dan cuerpo a un tema central elegido por el autor. El reportaje es el género periodístico más rico de todos por los componentes que lo acompañan y por la libertad de realización. Además de estas virtudes, puede ser utilizado perfectamente para diferentes medios como prensa escrita, televisión, radio e incluso películas de larga duración. El secreto está en basarse en un tema principal que suele ser sacado de una nota periodística de actualidad o de una problemática ya sea social, política e incluso artística.

La estructura de la investigación se encuentra dividida en tres partes fundamentales que son: inicio, desarrollo y final. Con éstas, se pretende explicar los tres momentos más importantes del rock independiente tanto en el inicio de su historia como en la era del *streaming* que es la que vivimos actualmente. En esta división podemos encontrar los momentos exactos en los que fueron sucediendo los principales acontecimientos: el nacimiento del rock independiente y la entrada de Spotify como servicio de streaming; la adaptación de los músicos, consumidores y productores a las nuevas formas de escuchar música; las consecuencias y efectos que tiene Spotify en la creación, consumo y distribución del rock independiente.

La redacción de este reportaje se encuentra dentro del género narrativo, la presentación de los acontecimientos es fundamental para lograr el entendimiento del contexto del rock independiente en la Ciudad de México; el toque de interpretación se debe a que por muchos años me encontré viviendo estos hechos. Son narrados desde mi punto de vista pero a la vez incluye perspectivas de otras personas con amplio conocimiento en el mundo musical como lo son músicos, productores, comunicólogos y fanáticos.

Una de las particularidades del reportaje es la utilización de elementos literarios y en este caso se utilizó el método narrativo como principal acompañante del lector, que por ser un trabajo de tipo documental, la narradora no es ningún tipo de personaje

ficticio, sino más bien quien comparte experiencias e información recopilada en cierto orden para que la investigación pueda digerirse de una manera ligera y emotiva, tocando sensibilidades de los fanáticos y dando voz a todos aquellos que acompañan al rock independiente desde un enfoque narrativo múltiple. Esto con el objetivo de ver la historia desde distintas perspectivas y respondiendo preguntas sensibles para aquellos que no han logrado tocar la fama dentro de la música.

Para realizar la investigación, además de la compilación de numerosos textos, artículos, columnas y documentales, se utiliza como elemento principal la entrevista, pues las vivencias de cada uno de los músicos que aquí se presentan son la máxima expresión de la “realidad” desde diferentes perspectivas porque a pesar de recientes trabajos elaborados por grandes cadenas cinematográficas o de investigación, lo que vive un verdadero rockero independiente te lo dice el chico al que le rompieron el corazón en mil pedazos y su única salida es ponerse a escribir, tocar la guitarra, tratar de grabar y difundir su música desde su casa.

Algunos fanáticos conocen la historia del rock independiente, conocen a las bandas más grandes que por error no deben ser llamadas así, pues en algún momento terminaron por firmar contratos con grandes disqueras y, en efecto, creando música un poco más comercial. En pleno siglo XXI no se le puede encontrar el hilo negro a las cosas, pero sí se pueden abrir caminos y mirar hacia otros lados, escuchar otras historias y conocer nuevas personas que, con 15 minutos de charla, comienzan a contar su historia de decadencia, tristeza y lucha ante la vida como músico y amante del rock.

Es eso precisamente lo que se encuentra en este texto, una recopilación de historias fusionadas con datos documentados de lo que ha sido este gran movimiento insuperable para muchos, pasado de moda para otros...

El siguiente trabajo periodístico tiene como objetivo principal narrar los efectos que ha tenido Spotify en la creación, consumo y distribución del rock independiente en la Ciudad de México. Esto con el fin de conocer las experiencias de músicos, productores, promotores, consumidores y de la escena en general del rock independiente.

Actualmente la música pareciera ser infinita, existen cientos de géneros y subgéneros, cada uno con un toque especial y todos con millones de seguidores y creadores que le dan placer a los oídos de los seres humanos. En este caso, la investigación se enfoca al rock independiente que ha tenido diferentes vertientes y subgéneros, ninguno se discrimina en la investigación.

Años atrás, la creación, consumo y distribución del género ya mencionado era sumamente lenta y dependía de unos cuantos. A partir de la invención de distintos aparatos tecnológicos e instrumentos menos complejos y el *do it yourself* (hazlo tú mismo) los músicos comenzaron a independizarse de la gran industria de promoción musical. Con esto muchas bandas empezaron a crear y distribuir su propia música sin necesidad de estar firmados con empresas que mantuvieran el control total de cualquier movimiento en el negocio.

La idea de la música independiente comienza como un movimiento, lo que impulsó a una nueva forma de vida entre los jóvenes; la expresión misma de su interior como cualquier artista. Por esta razón es que no buscan apegarse a lo establecido y gracias al talento emergente que existe desde hace décadas, hemos escuchado mayor variedad musical y tenemos la oportunidad de elegir.

Los efectos que han tenido las redes sociales y los servicios de *streaming* en el rock independiente han sido radicales, la forma de crear, distribuir y consumir ha cambiado demasiado en los últimos 10 años, ahora ya no es necesario comprar un disco de vinil de 30.5 centímetros de diámetro y con un contenido máximo menor a 1 hora el cual debías cuidar extremadamente no sólo por la fragilidad de su material, sino por el arte del disco. Hoy en día puedes escuchar a 50 artistas diferentes en el momento que quieras a un bajo costo.

Estos mismos servicios han ayudado a que los músicos puedan distribuir su música de una forma rápida, económica y eligiendo directamente a su *target*, y así fácilmente llegan a los oídos de las personas que quieren que los escuchen. Anteriormente, si una banda que te encantaba sacaba un nuevo álbum tenías que esperar semanas para obtenerlo y mucha gente que se dedicaba a la venta de discos viajaba constantemente para buscar nueva música que traer a sus clientes. El día de hoy si tu artista favorito saca nuevo material puedes escucharlo al momento en el que ha sido publicado tan sólo con un *click*.

Las grandes industrias se han tenido que adaptar a pasos agigantados a todos estos medios, la forma de ganar dinero es por medio de reproducciones en Spotify, que es un servicio de *streaming* en el cual puedes crear tus propias *playlist* y descargarlas por una cuota mensual y otros servicios como Deezer, Apple Music, Youtube Music, Amazon Music, Tidal.

La venta de discos físicos en la actualidad ya no es negocio. En los últimos años se ha valorado nuevamente a los vinilos, muchas bandas y artistas lanzan versiones de sus discos en vinil, incluso en casete, pero a muy altos costos, o por lo menos no al precio que tenían antes.

Aunque en los últimos años el rock ya no es el género número uno como lo había sido durante décadas, este ha tenido mucha difusión en conciertos y festivales, que casi siempre comparten cartel con bandas de otros estilos musicales, como es el caso de Vive Latino que comenzó siendo un festival de rock en español al 100% y actualmente se han abierto a presentar agrupaciones de cumbia, hip hop, pop y electrónica.

En México, la mayor parte de las ganancias de los músicos independientes se obtiene por la venta de su propia línea de ropa y accesorios, además de conciertos y toquines. La mayoría de las veces sólo se les apoya con viáticos y en ocasiones con “las chelas”. Para este tipo de eventos existen colectivos de promotores, fotógrafos, periodistas, productores y consumidores que organizan eventos en diferentes lugares de la república, en donde se le pide al público una especie de “acceso” y con esos recursos se pagan las bandas invitadas.

Mucha suerte tiene aquel que fue encontrado por un *manager* que le ve futuro a alguna banda, la difunde por todos los medios a su alcance y les ayuda a firmar con “los grandes”. Sin embargo, no es lo ideal para todos, la mayoría no busca estar bajo los términos y condiciones de alguien más.

Dentro de los medios masivos la música juega un papel muy importante pero cada día es más fácil aparecer televisión o ser escuchado en la radio, pareciera que actualmente las personas que tienen mayor alcance en las redes sociales y se convierten en *influencers* logran acaparar la atención de muchos ojos y oídos, que por supuesto algunos quisieran tenerlos en su programa de televisión.

Hoy en día es más fácil recibir ganancias de otro tipo de medios masivos como Youtube o en el STC Metro. Actualmente existen millones de canales en Youtube de todo el mundo que colaboran con músicos para difundir sus trabajos. Por otro lado, en los últimos años se han visto pantallas en las estaciones del STC Metro que transmiten, entre otras cosas, estrenos musicales muy populares y otros de artistas independientes que regularmente pasan por filtros de contenido para todo público.

A pesar de todos estos cambios recientes, los músicos independientes buscan adaptarse a cada uno de ellos y utilizarlos a su favor, pero no todos corren con la fortuna de tomar a los medios para su conveniencia. Es bien sabido que es necesario plantearse bien cada uno de los objetivos y sobre todo la ideología de su producto, pues al final lo que se busca es ser escuchado y para lograrlo debes saber venderte.

Aunado a esto es crucial tener un modelo de negocio, con esta investigación se busca responder a varias cuestiones; una de ellas es qué tienen todas esas bandas o qué es lo que hacen diferente para vender más o para lograr mayor difusión. No es necesariamente la misma respuesta para todos, pero ¿Será que exista alguna fórmula que pueda aplicarse a un gran porcentaje de los artistas de rock independiente para lograr un mayor y mejor alcance?

Una vez que podamos responder todos estos cuestionamientos podremos saber lo que el público está buscando y es sencillo: la música comercial no busca realmente expresar una ideología sino vender y ser escuchados por un mayor número de personas. Regularmente esta música no tiene como característica un contenido intelectual o muy complejo pues a las masas no les interesa esto. Cuando vas a una fiesta lo que buscas es bailar y cantar en el karaoke con tus amigos y lo haces con las canciones más populares.

Los ritmos de géneros populares son mucho más digeribles que un rock estruendoso que por supuesto a alguien puede gustarle, pero depende incluso de la zona geográfica en la que se ubique. En algún momento toda creación musical pasó por una etapa de penumbra y exclusión que no todos podrían comprender, hasta que logran enamorar a millones de personas con sus distintos ritmos.

El rock independiente busca llegar más lejos con su contenido. Las letras suelen ser más complejas y profundas con las que no todos se identifican y las bases

musicales tienen instrumentación básica compuesta por guitarras, bajo y batería: la variación de ritmos y fusión de otros instrumentos o sintetizadores dependen del estilo y el perfil de cada banda, así como las voces.

En el contenido lírico, las bandas de rock independiente componen sus propias letras, las ajustan a las voces de los vocalistas para lograr una mejor armonía. Difícilmente utilizan letras creadas por alguien más y es casi inimaginable que un compositor especializado en la materia escriba canciones especialmente para una banda, sobre todo por el costo que esto implicaría.

Todo lo que hay detrás de nuestras bandas favoritas es algo admirable, existe un arduo trabajo, miles de historias y anécdotas que te llegan a conmover y causar mucha sorpresa. Con esta consternación y un alto grado de interés en el tema, me aventuro a realizar esta investigación, en donde utilizo como recurso principal las fuentes vivas. De esta forma como lector podrás formar parte de cada una de las historias que nos cuentan músicos y productores que se han ocupado por mucho tiempo de que tengas buena música en tus oídos, con una canción adecuada para cada momento.

1. Nacimiento del rock independiente (Surgimiento del rock independiente)

Si bien es cierto que las nuevas formas musicales se adaptan a la cotidianidad contemporánea, las brechas en el mundo musical son muy amplias, pues la variación de géneros musicales parece ser infinita y es gracias a la accesibilidad que tienen los jóvenes -en su mayoría- de crear, distribuir y consumir sus propios proyectos, así como los de otros. Actualmente no es necesario pertenecer a una gran industria para que tu música sea escuchada en todo el mundo ¿o sí?

En los últimos años el género conocido como "*indie*" tuvo una etapa en la que se refería a cualquier estilo musical que fuera creado, producido y difundido por los mismos autores. El rock independiente ha viajado por las venas de muchos artistas entre músicos, cantantes, compositores, organizadores de eventos, medios de comunicación, fotógrafos, diseñadores, la mayoría conformados en colectivos que

buscan apoyar a los talentos emergentes de sus comunidades. Todo con un único fin: hacer lo que les gusta y poder vivir de ello.

Proveniente de la palabra inglesa “*independent*” cuyo significado en español es independiente, creado con la finalidad de promover el “DIY” *Do It Yourself* (hágalo usted mismo) un movimiento que ha cambiado la forma de hacer las cosas. Hoy en día casi todo lo que usamos está hecho o fabricado por otros, y al decir otros no sólo hay que pensar en personas, sino también máquinas, objetos y métodos que han reemplazado el trabajo de millones y le han quitado el valor humano a cualquier cosa que pueda imaginarse, lo que hace más fácil el día a día de la mayoría.

Pero por supuesto esto no era una opción hace 40 o 50 años. Los 80's fue una década que marcó el paso de muchas agrupaciones y movimientos. Con la oleada del punk llegó otro movimiento que marcó la historia del rock para siempre. A partir de la segunda mitad de la década las fiestas y discotecas sonaban no sólo al ritmo de house y hip hop, el rock en español comenzó a tomar una fuerza impresionante que no se había visto desde la época del rock & roll, cuando Enrique Guzmán y Los Locos del Ritmo dominaban el mercado comercial y El Tri representaba las zonas más urbanas y *underground* del Distrito Federal (ahora Ciudad de México).

El rock & roll que fue impulsado por el cine mexicano fue sin duda un precedente del rock independiente mexicano. Según el actual locutor y productor de radio Jorge Rugerio en una entrevista que brindó para este reportaje, la agrupación Three Souls in My Mind tuvo una fuerte repercusión en el rock independiente. Estaba en contra de todo lo establecido y comercialmente conocido, los suéteres de colores pastel y trajes con corbata fueron contrastados con chamarras de piel y pantalones rotos. Fue el inicio de algo nuevo y “rebelde” que los padres de aquellas épocas veían como indebido y hasta atrevido.

Con la llegada de nuevos ritmos y agrupaciones musicales, dio a lugar un evento memorable para la historia del rock en México, el festival de Avándaro. De acuerdo con el diario El País en su portal web, este evento tuvo una duración de 12 horas en las que, calculan, un aproximado de 250 mil personas acompañaron a 11 bandas que escandalizaron al gobierno de México tachados de “mariguanos”, “practicantes

de orgías” y otros insultos que fueron usados por la prensa para desprestigiar el festival.

Doce bandas fueron invitadas a este gran concierto de las cuales sólo once subieron al escenario: Los Dug Dug's, El Epílogo, La División del Norte, Tequila, Peace & Love, El Ritual, Bandido, Los Yaki con Marita Campos, Tinta blanca, El Amor y Three Souls in My Mind. La número 12, Love Army, no actuó. El evento fue la cima del rock en aquél entonces y el declive de los próximos 10 años. Una década en la cual el género musical desapareció de la radio y televisión, desde el 12 de septiembre de 1971, fecha en la que se llevó a cabo el festival.

Durante estos años tan sombríos, en 1981 aparece El Tri, liderada por Alejandro Lora quien estaba con Three Souls in My Mind en los 70's. Con esto la compañía discográfica alemana BMG Ariola, ahora llamada Ariola Records, crea una campaña de difusión para impulsar a bandas de rock mexicanas, españolas y argentinas que darían lugar a los clásicos que ahora escuchamos en las fiestas y reuniones de nuestros padres. Desde 1986 hasta 1990 se llevó a cabo esta asombrosa cruzada musical que levantó por completo la música en español para llevarla a todos lados del mundo, e impulsar a grandes músicos, Rock en tu idioma.

Con el gran oleaje de este movimiento más los nuevos formatos que han surgido de Rock en tu idioma, ha logrado un éxito rotundo en México y países de habla hispana. Lo que se logró fue darle la vuelta a lo que se escuchaba en ese momento y todos recibían calurosamente a bandas tan extraordinarias que pasarían a la historia del rock nacional y la música mexicana en sí como parte del patrimonio de los consumidores musicales.

Entre las bandas participantes de Rock en tu idioma se encuentran: Caifanes, Maldita Vecindad, Fobia, Los Amantes de Lola y Neón representando a México; Miguel Mateos, Radio Futura, Los Toreros Muertos de España; y GIT y Virus figurando a Argentina.

La compilación de estas bandas llevó a su mayoría al estrellato, lanzaron grandes éxitos que formaron parte de la programación de nada más y nada menos que Rock

101, la emisora de radio que comenzó a transmitir el rock en español por primera vez en México. La radio aún jugaba un papel sumamente importante en la vida cotidiana de todos, especialmente de los jóvenes, pues era la manera más fácil y rápida de tener contacto con música, noticias, entretenimiento, algo ahora sustituido por la internet.

El número de volúmenes fue aumentando con el tiempo, pues hace apenas unos años lanzaron una versión sinfónica con la mayoría de los artistas que participaron. Entre las bandas originales se encontraban: representando a Argentina Soda Stereo, Enanitos Verdes, Miguel Mateos, Virus; por parte de España Radio Futura, Miguel Ríos, La Unión, Hombres G, Los Toreros Muertos, Nacha Pop, Alaska y los Pegamoides, Orquesta Mondragón; los participantes mexicanos Caifanes, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Los Amantes de Lola, Neón, Ritmo Peligroso, Rostros Ocultos, Kenny y los Eléctricos, Fobia, Ritmo Peligroso, por mencionar algunas.

Durante estos años y unos cuantos después, la industria musical mexicana se enfocó en producir a estas bandas y algunas otras que se comercializaron fácilmente y lograron popularizarse entre la población mexicana y latinoamericana rápidamente, lo que los acercó a los oídos de millones de personas. Ahora estas canciones son clásicos del rock en español que no pueden faltar en el repertorio de la generación X.

Durante este proceso, otros músicos y bandas menos conocidas luchan por sobresalir ante semejante monstruo de Rock en tu idioma liderado por un sello discográfico nacional de alto valor que buscaba apoyar a estas bandas que a su vez se encontraban atrapadas en el oscuro rincón subterráneo de la música. Este sello llamado Comrock creado por WEA (Warner, Elektra y Atlantic) fue un parteaguas de la música independiente en México, ya que por primera vez se fijaron en las nuevas propuestas prometedoras que no habían sido vistas por otros sellos extranjeros de renombre como El Tri, Luzbel y Kenny and the Electrics, que tuvieron que cambiar su nombre a Kenny y los Eléctricos.

Comrock inició en 1980 como principal promotor de rockeros mexicanos y fue coordinado por uno de los músicos participantes de Rock de tu idioma, Ricardo Ochoa, guitarrista de Kenny y los Eléctricos una de las principales bandas de la década, pues su vocalista Kenny es reconocida como la madre del rock mexicano.

Ricardo Ochoa con todo el equipo de Comrock realizó una rigurosa audición de muchos grupos del país, principalmente del Distrito Federal para seleccionar a 5 finalistas que obtuvieron un contrato para grabar un LP y también se tendría la oportunidad de participar con dos de sus materiales en una compilación realizada por el mismo sello grabada en vinilo. Ritmo Peligroso, Kenny y los Eléctricos, Maks, Los Clips y Punto y Aparte fueron los cinco grupos participantes.

Ritmo Peligroso, así como Kenny y los Eléctricos pasaron por un cambio de nombre en sus bandas puesto que tenían nombres en inglés, originalmente se llamaban *Dangerous Rythm* y *Kenny & the Electrics*. Este cambio lo hicieron porque fueron muy criticados por tener nombres en inglés siendo bandas mexicanas, además de que le dio una mayor identidad esta compilación como una promesa de la primera grabación independiente registrada en la historia del rock mexicano. Eso quedará guardado para siempre en los corazones de la escena *indie* nacional como una leyenda.

1.1 Atrapado en los suburbios (La poca difusión del género)

Desde el inicio de su existencia, la música ha sido la mejor compañera del ser humano. No importa a donde vayas o qué es lo que hagas existirá alguna canción que se ajuste a tu momento o circunstancias de vida. Durante la adolescencia puedes tomar camino sobre qué quieres estudiar, con quién quieres estar o a dónde quieres ir, pero todo el tiempo estás buscando con qué identificarte, y el gran porcentaje de las personas que cursan secundaria y preparatoria definen sus gustos musicales en esa etapa, por ello es tan importante la música, porque te saca de cualquier lugar donde te encuentres atrapado y cuando te dedicas a ella suele suceder lo contrario.

El apoyo a los artistas independientes siempre ha existido, no de la manera deseada pero siempre ha estado ahí. A pesar de esto hay un nicho que ha sido llenado y poco conocido, canciones y bandas atrapadas en los suburbios que logran formar parte de los clásicos, pero parece que aún no están en la historia como otras bandas.

En los últimos años del milenio anterior, muy al final del siglo, surgió una nueva ola con ritmos frescos, divertidos y tristes también, el punk rock mexicano. Esta ola parece que tuvo un breve momento de lucidez hasta el 2007 y terminó en 2010, pero sigue vigente hasta el día de hoy y ha formado parte importante del movimiento musical juvenil mexicano en los últimos 20 años.

Como se ha mencionado anteriormente en este mismo escrito, el rock comenzó en los años 70's como una contraposición cultural del pensamiento y la forma de vida. Con el paso del tiempo ha ido evolucionando y creciendo hasta desarrollar otros subgéneros que se mantienen en lucha por subsistir y tener un lugar donde puedan ser escuchados.

Uno de los subgéneros que más arranque ha tenido es el punk rock, proveniente del punk, pero con letras de amor adolescente y diversión. En el año 2006 comenzaron a tener un mayor empuje debido al movimiento emo que fue un tuvo mucha controversia en la Ciudad de México.

En los años 80's nació en Inglaterra, el movimiento emo, que coreaba *Love Will Tear Us Apart*, vestían playeras de manga a rayas, pantalones de mezclilla, converse y ojos delineados. Tras el suicidio de Ian Curtis, vocalista de la banda inglesa de post punk Joy Division, miles de adolescentes lo tomaron como símbolo y emblema de su movimiento, Héctor Castillo, investigador sobre temas de la juventud, mencionó en una entrevista realizada por Primavera Téllez Girón para BBC Mundo, en abril de 2008: "El movimiento llamado Emo proveniente de *emotional* (emocional) que no teme mostrar sus sentimientos ante todos, ése es su principio número uno".

1.2 Do it yourself en la ciudad

(Llegada del movimiento “Hágalo usted mismo”)

En los años 70's el *Do It Yourself* surge como una filosofía de vida, para darle de nuevo ese valor, emoción y color a cualquier cosa que pueda crearse, esta idea hace a un lado el hecho de comprarlo todo para poder reinventarse y **hacerlo por sí mismo**, bajo tus propios medios. Una filosofía creada por la cultura punk la cual rechaza toda idea “capitalista” y camina junto con sus amigos a redescubrir todo lo que se ha perdido gracias a la revolución industrial y búsqueda de la globalización. La lucha de este movimiento comienza con la creación de sus propios instrumentos musicales, su ropa y una nueva forma de vivir basada un poco en el hippismo

A pesar de ser un movimiento de “rebeldía”, llegó hasta la clase trabajadora más joven, comenzó en las clases altas, pues la gente amante de la música que tenía la oportunidad de viajar trajo a México este nuevo género musical y al movimiento. Fue así como pasó de la clase alta a la clase trabajadora, pues las letras de sus canciones con líricas de política y problemáticas sociales coincidían mejor con la forma de vida de los jóvenes trabajadores y con menos posibilidades económicas.

El movimiento punk rodea específicamente al género musical con el mismo nombre, surgió como la contracultura a mediados de los 70's. Fastidiados ya del rock progresivo con canciones muy extensas y ritmos más asociados al jazz, nace el punk, con canciones más cortas y agresivas cargadas de distorsión y guitarras más libres. Las líricas de sus canciones hablan acerca de temas políticos y sociales, temas de los que no se hablaba en ese momento. El punk además de ser un movimiento, fue una liberación de los estándares y estereotipos que se vivían durante esa época, como siempre lo ha hecho la música.

Con el tiempo, esta revolución se expandió por todos los rincones del mundo y con más géneros musicales. La respuesta a cuál es la primera banda de rock independiente en el mundo es muy ambigua, pues desde entonces existen muchas agrupaciones musicales que han llevado a cabo esta filosofía, sin embargo, nunca lograron la fama, pues la misma filosofía del movimiento lo haría un poco contradictorio e incongruente, sin embargo, existieron agrupaciones de punk que lograron lanzarse de manera muy comercial, como un artista de pop.

Carlos Pérez de Ziriza, periodista musical madrileño, menciona en un artículo para El País "Cuando se aborda una historia de estas características siempre se busca un momento fundacional, como sucedió con la 'Movida' y el concierto homenaje a Canito". "Movida" fue un movimiento contracultural madrileño surgido a mediados de 1980 el cual tuvo un concierto muy importante para España llamado Homenaje a Canito, que se llevó a cabo en la Universidad Politécnica de Madrid y fue fundamental para este movimiento.

Es por eso que existe un momento fundamental en la historia del punk, en este hubo un concierto de Sex Pistols el 4 de julio de 1976 en Manchester, Inglaterra, al cual asistieron entre 40 y 50 personas, sólo 50 % de los asistentes pagó para entrar y los demás fueron invitados que después formaron discos y sellos discográficos; Ian Curtis y Peter Hook (Joy Division), Morrissey y Johnny Marr (The Smiths) y el productor Martin Hannet. Por ello Pérez de Ziriza le da tanto valor a este momento, fue muy importante para la existencia de grandes agrupaciones, una causa para el efecto mariposa.

"Originalmente, el punk era una forma bastante independiente de hacer las cosas, **transmitir la creación sin las expectativas de tu sello, del público o de los medios de comunicación**", afirma Carlos Pérez de Ziriza. Para él, el movimiento ha variado desde sus inicios hasta ahora, por el paso de las décadas y géneros inigualables, lo que revolucionó las maneras de escuchar y crear música hasta convertirse en el movimiento *indie*.

En la actualidad, una banda de rock independiente puede elegir entre un montón de opciones y alternativas para crear y difundir su música, gracias al DIY la tecnología se ha adaptado para darles más independencia e individualidad a los artistas y consumidores, hoy en día puedes escuchar tus canciones preferidas camino al trabajo, con tu celular en el bolsillo y auriculares sin cable.

1.3 Paso al nuevo milenio (Inicio del año XX)

Durante la adolescencia se busca pertenecer a algo, se siente bien ser aceptado y formar parte de algo importante, sobre todo si se trata de otras personas con los mismos intereses que tú. En esta etapa el cuerpo humano pasa por cambios hormonales, afectando el estado de ánimo y la estabilidad emocional de los jóvenes, a esto se le atribuye el principio de la cultura Emo, el no tener que aparentar el estar tristes y son creadores y consumidores de la música que los entiende, por ello, el género emo se caracterizan por denotar sentimientos más tristes que otros.

En México a finales de 2006 y principios de 2007, llegó una ola de bandas tanto extranjeras como mexicanas que lograron difundir enormemente el movimiento emo, algunas de ellas My Chemical Romance, AFI, 30 Seconds To Mars, Fall Out Boy, Alesana y Panic! at the Disco. Entre algunas bandas mexicanas las más sonadas fueron Panda, División Minúscula, Allison, Insite, Delux, Thermo, Canseco, Seguimos Perdiendo, Finde, Tolidos y Hummersqueal por mencionar algunas.

En entrevista para este reportaje con Manu, uno de los integrantes de Finde, cuenta cómo se dio ese gran salto al mundo digital y cómo fue para él y su banda estar entre lo más escuchado hace tan sólo una década. “Siempre intentamos adaptarnos, hay alguien que se encarga de estar actualizado y todo este rollo de mantenernos presentes en la red”, confirma el baterista.

En el 2007 no se tenía idea de que una persona se pudiera mantener informada y subir la música de su banda a una plataforma, y además gestionara las redes sociales en las que se debe estar presente y además pagarle por ello, hace 10 años no se creía que nada de esto existiera, sin embargo es lo que hacemos actualmente cada día.

“Nos tocó un cambio muy rápido, estuvo muy loco, pero nos tocó la colita de lo análogo y la oleada nueva, nos ayudó mucho, está raro porque piensas que ya nadie escucha *CD's* pero me gusta sacar discos aunque sean pocos, es como nostálgico tenerlos”, cuenta Manu.

Hoy en día tener un disco físico o “disco objeto” es algo que parece obsoleto, pero despierta los sentidos y recuerdos de generaciones anteriores o incluso

generaciones actuales que aún les tocó disfrutar un poco del final de la época análoga, en donde necesitabas un aparato de gran tamaño para poder escuchar un disco con ilustraciones y diseños más artesanales.

El además productor es uno de los jóvenes quien vivió este cambio de una forma lúcida: “Ahorita está de moda, por nostalgia más que otra cosa, el tener discos de vinilo, sobre todo por el arte que ahora parecen darle mucho más valor y es algo muy padre”.

Según el también integrante de la banda Dolores de Huevos esta tendencia la están llevando a cabo bandas actuales, y no sólo de discos de vinilo también cassette, pero a costos muy elevados, pues regularmente estas versiones son de colección y con un bajo tiraje, es decir, ediciones limitadas que costaría una fortuna solo por traerlas al país, como es el caso de MGMT en EU y UK solamente.

Con el auge de la cultura emo nacieron nuevos problemas de violencia en la sociedad que se desarrollaron sin control. Según una nota del Universal, en 2008 en la Ciudad de México había aproximadamente 2 millones de adolescentes, jóvenes que no contaban con espacios para reunirse y conocer gente nueva, algo que se haría en algún bar temático pero al ser menores de edad no podían acceder, sin embargo, era algo necesario para lograr su desarrollo interpersonal.

A falta de estos espacios, los jóvenes pertenecientes a diferentes tribus urbanas - emos, punks, darketos, góticos, skaters- comenzaron a apropiarse de lugares públicos para establecerse como grupos sociales; el tianguis cultural del Chopo, ubicado en Buenavista, ya no era suficiente para una convivencia, pues jóvenes provenientes de otras tribus que no eran emos violentaron con frecuencia a los de este grupo, sólo con la finalidad de acabar con ellos porque “copiaban” sus estilos y eran demasiado “emocionales” para ser vistos en el mismo sitio.

A partir de eso la tribu emo comenzó a reunirse en la Glorieta de los Insurgentes, al salir del metro o pasar cerca podías observar a muchos grupos de chavos y chavas con pantalones entubados, cadenas, piercings, camisas a rayas de colores rosa y morado, tenis Converse y peinados muy esponjados cubriendo la mitad de sus

rostros, como si intentaran ocultarse del mundo pero a la vez queriendo ser vistos de una manera muy poco sutil, pues terminaban siendo muy “escandalosos” para la vista de cualquier persona que pasara por ahí.

En ocasiones, se llevaban a cabo peleas campales de todas las tribus contra los emos. Videos en la red mostraban a punks golpeando con tabiques las cabezas de jóvenes emos, intentos de asesinato en el metro fueron vistos y vividos por parte de esta tribu, una masacre que parecía no terminar y daba lugar a la incertidumbre de los jóvenes y padres. Estos casos fueron muy sonados en las noticias, pero no tuvieron la difusión que se puede tener ahora con las redes sociales como Facebook.

Al notar este tipo de violencia, el gobierno comenzó a implementar estrategias de seguridad, en la Glorieta los emos estaban acompañados de los *poderosísimos* granaderos. Poco a poco se comenzaron a dispersar, ahora en el Monumento a la Revolución se veían a los punks y góticos. A los *skaters* podías encontrarlos con mayor frecuencia en lugares donde hubiera un *skatepark* o un buen “spot” con desniveles y rampas para patinar aunque no estuviera permitido.

La violencia, la represión y la discriminación vivida por los jóvenes pertenecientes a la tribu urbana emo, fueron las razones por las cuales terminaron poco a poco con el estilo de vida con el que identificaban miles de adolescentes de la Ciudad de México. Poco a poco comenzaron a dispersarse y a tomar estilos diferentes que los enmarcaron en algo más aceptable para otras tribus y el resto de las personas quienes no estaban de acuerdo con su forma de vivir y de expresarse, sin embargo, su lucha no fue del todo perdida, pues surgieron nuevas oportunidades para los jóvenes.

Muchas de las bandas establecidas en ese momento y otras nuevas propuestas, se dieron a conocer en estos años, a partir de los eventos musicales masivos que comenzaron a tener una mayor difusión y participación de todos. Los toquines y festivales tomaron una mayor fuerza, se veían muchos jóvenes con fácil acceso a eventos masivos para lograr ver tocar a sus bandas favoritas o para obtener un autógrafo de su *skater* favorito.

Sin duda grandes marcas comenzaron a tomar cartas en el asunto y no desaprovecharon la oportunidad de realizar estos eventos en colaboración con el gobierno, dando gran conocimiento y publicidad a sus productos como Snickers y Corona. Festivales que los *millennials* jamás borrarán de sus memorias, pues un gran número de jóvenes del entonces Distrito Federal y del Estado de México formaron parte de cada una de sus ediciones con todos sus amigos.

Según la nota de Freim Tv en septiembre de 2018 titulada “¿Qué es lo que le sucedió al Snickers Urbania?”, este festival dio su primera edición en 2005. Un festival único en toda Latinoamérica en el cual había competencias de *skateboarding*, *BMX*, *grafiti* y *break dance* además de demostraciones por profesionales de cada deporte extremo y entretenimiento puro para los jóvenes.

Fue hasta la edición 3.0 que tuvieron mayor difusión. Se llevó a cabo en el Zócalo del entonces Distrito Federal el 23 de agosto del 2008, la entrada fue completamente gratuita y se ofrecieron 120 mil pesos en premios a los ganadores de los primeros lugares de cada categoría. En la alineación se pudieron ver a La Maldita Vecindad, Los Bunkers y a No Somos Machos Pero Somos Muchos. Además de la asistencia de invitados especiales como el *skater* profesional Mike Vallely, el tatuador Alex Reinke y el *biker* Alex Gross. Un evento que sin duda causa mucha nostalgia entre los *millennials* que alguna vez asistieron a un “Urbania”.



Cartel oficial de tercera edición de Snickers Urbania. Fuente: dixo.com

Las siguientes ediciones de Snickers Urbania se llevaron a cabo en otras locaciones, en su mayoría en el estacionamiento del Estadio Azteca y con dinámicas diferentes. El acceso dejó de ser gratuito y se debía obtener entradas muy accesibles, pues sólo necesitabas juntar 4 envolturas de chocolate Snickers e intercambiarlas por tu *ticket* en establecimientos determinados, regularmente se ubicaban en algunas estaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro. No existían restricciones de edad y con los años su alineación fue creciendo cada vez más hasta ser uno de los más grandes de América Latina.



Estaciones del metro para canjeo de boletos, Fuente: rocksonico.com

Algunas de las bandas y músicos que formaron parte del festival en los siguientes años fueron: Los Pericos, Plastilina Mosh, Fidel Nadal, DLD, Los Concorde, Los abominables, Rey Pila, Radio Catoche, El Gran Silencio, Estrambóticos, Enjambre, Da Punto Beat, Nana Pancha, División Minúscula, Finde, Panteón Rococó, Kinky, Sussie 5, Nortec, Vicente Gayo, Maskatesta, Instituto Mexicano del Sonido, Bengala, Lost Acapulco, Quiero Club. También se contaba con la participación de la banda ganadora del “Rastreo de Bandas”, un concurso en el cual podías inscribir a tu banda para participar en el festival y formar parte del cartel de ese año.

El festival funcionó como entretenimiento para los asistentes, pero también impulsó la difusión de nuevas bandas de diferentes géneros, que al día de hoy han tenido éxito y han podido participar en otros festivales. Es aquí en donde las redes sociales juegan un papel muy importante para los músicos; estas bandas ahora aprovechan las posibilidades de *streaming*, quienes se encontraban en plataformas como Youtube (en ese momento era el más conocido y utilizado entre los jóvenes por ser gratuito) lograron que los asistentes a ese concierto pudieran encontrarlos y seguir en su carrera musical.



Cartel oficial de Snickers Urbania 2011, Fuente: rocksonico.com

A pesar del éxito y la aceptación de este festival solo se realizaron seis ediciones, la última fue en el 2011 en el Tecnológico de Estudios Superiores de Ecatepec. No se conoce abiertamente el motivo por el cual dejaron de realizar este festival. Desde el inicio de la última edición, cambiaron la fecha del evento diciendo por motivos

ajenos a la marca no se podría llevar a cabo en la fecha señalada, después tuvieron problemas con la locación, pero si se llevó a cabo, sin embargo, no hubo nada más después de esa noche, a pesar de las 55 mil personas que asistieron aquel día.



Cancelación de Snickers Urbania, Fuente: colission.com

Casi al mismo paso que Snickers Urbania, hubo otro festival aclamado por los adolescentes en esos años: Corona Music Fest. Esta marca cervecera tiene un gran interés por realizar festivales ¿Será acaso una buena oportunidad de negocio? Más adelante se podrá obtener esa respuesta, mientras tanto será bueno recordar más sobre este "pequeño festival" llevado a cabo casi todas sus ediciones en la explanada del Estadio Azteca, la cual en 2014 cambió su nombre por Corona Music and Fut por motivo de la Copa Mundial de la FIFA Brasil del mismo año.



Logo oficial de Corona Music Fest. Fuente: vinyl.tv

Para asistir a este festival se debían adquirir pulseras que se canjearan en Modeloramas, 7-Eleven y tiendas Extra. Las pulseras se daban a cambio de 24 botes de cerveza y el acceso era permitido para menores de edad también. El

evento también tuvo lugar en el Estado de México y se llevó a cabo en el Tecnológico de Ecatepec. El mismo lugar en donde se realizó la última edición del Snickers Urbana. Lo curioso de estos festivales es que comenzaban por la mañana y terminaban alrededor de las 10 de la noche, lo significa que estaban hechos especialmente para adolescentes y menores de edad, sin embargo, podías comprar bebidas alcohólicas.

Desde hace un par de décadas apareció en la Ciudad de México uno de los festivales más importantes en todo el mundo, El Festival Iberoamericano de Cultura Musical Vive Latino, o conocido simplemente como Vive Latino. Este festival es el más importante de toda América Latina y hasta hace poco el único en su tipo.

Comenzó con un enfoque de lleno al rock en español, sin embargo, a través de los años se ha diversificado, llenando sus escenarios de bandas de muchos géneros y no sólo artistas latinos, se ha dado paso a artistas internacionales incluso de otros continentes que casi siempre encabezan los carteles de los últimos años.

Según el sitio oficial de Cultura Colectiva en **Historia del Vive Latino**, un artículo de Rodrigo Ayala publicado en marzo de 2019, el festival se lució con su primera edición el 28 y 29 de noviembre de 1998 en el Foro Sol de la Ciudad de México como el primer festival Iberoamericano de rock, en el cual estuvieron las bandas más emblemáticas del rock en español de toda la historia, tales como Café Tacvba, Molotov, Maldita Vecindad, El Tri, Santa Sabina, Tijuana No!, Cuca, Titán, Los de Abajo, Salón Victoria, Guillotina, Miguel Ríos, Los Tres, Cecilia Toussaint, La Gusana Ciega, Ely Guerra y La Ley.



Cartel oficial de primera edición de Vive Latino, Fuente: sopitas.com

El cartel del evento tiene una elaboración muy sencilla y repleta de elementos que hoy en día no es para nada atractivo, pero eran los 90's y en ese entonces todo era muy diferente. A pesar de haber tenido un gran éxito, no se realizó la segunda edición en el año siguiente, es decir en 1999, fue hasta el año 2000 que continuó este gran evento y para esa edición el cartel contó con artistas como Enrique Bunbury, Jaguares y Ska-P. Conforme pasaba al siguiente año, el evento tenía más y más popularidad. En el año 2002 decidieron hacer una pausa para continuar hasta el 2010 con un *line up* cada vez más atractivo.

Entre los artistas que se sumaron a cada una de las ediciones se pueden encontrar agrupaciones totalmente independientes a las que les abrieron un espacio, y ya no solo se trataba de rock, sino también de otros géneros como el rap y el pop poco a poco comenzaron a integrarse. Algunas agrupaciones destacadas son: Zurdok, Jumbo, Los Pericos, Moderatto, Babasónicos, El Cártel de Santa, Sussie 4,

Zoé...fue hasta la edición número seis del festival que la escena del independiente en México comenzó a ser vista, pues en el *line up* se pudieron ver a bandas como Thermo y Tolidos.

Para el 2006, el cartel de la edición número siete comenzaba a verse por toda la ciudad, en ese tiempo la difusión de los eventos era muy diferente, aún no se contaba con las redes sociales, las que existían en ese momento no funcionaban de la misma forma y una mínima parte de la población en México y en todo el mundo, tenían algún equipo con acceso a internet.

La publicidad este año fue muy importante, apareció en medios masivos y sobre todo se cambió de patrocinador principal, ese año estuvo a manos de Movistar, el diseño el cartel fue muy diferente y tuvo el primer formato de dos días, lo cual hizo que hubiera una mayor participación musical, aunque las bandas eran casi las mismas de cada año.

El año 2010 tuvo un papel muy importante en el festival, se llevó a cabo en el mismo año que el bicentenario de la Independencia de México y el diseño del cartel fue bastante colorido y alusivo a la ocasión. Para este año ya contaban con 4 escenarios, el número de bandas y artistas que participaron aumentó considerablemente, además de un nuevo formato de tres días.

El festival número 11 fue memorable por la participación de bandas extranjeras pero de música en el idioma inglés. El Vive Latino se comenzó a diversificar y a obtener mayor atención del público, la actuación de bandas como Deftones, Empire of the Sun le dieron un giro totalmente distinto. Principalmente se dedicaba a presentar a bandas latinas y de habla española pero el éxito mejoró desde este volumen. Esto habla que el mexicano no apoya a la música nacional, mucho menos a la independiente y obviamente al rock.

11^{er} FESTIVAL IBEROAMERICANO DE CULTURA MUSICAL

SABADO 24 DE ABRIL

ABOMINABLES
AGUAMALA
AESTIN TV
BANDA DE TURISTAS
BOCA FLOJA
CALEXICO
CECILIA TOUSSAINT (ARPIA)
CELSO PENA
CHETES
CRANEO DE JADE
CUCA
DAPINTOREAT
DEFTONES
DESIARTES A KANY
DLD
DR. KRAPULA
EL CUARTETO DE NOS
ELY GUERRA
ESTADOS ALTERADOS
FRANCISCA VALENZUELA
KLEMERSON
LA BANDERVILLE
LA CHILANGA HABANERA
LE BUTCHERETTES
LEBARON
LIBER TERAN
LOS MUSICOS DE JOSE
LOS NEGRETES
LOST ACAPULCO
MAGO DE OZ
MALACATES TROBOL SHOP
MONTE NEGRO
MUNA ZUL
NACHO VEGAS
OZOMATLI
QUE PATAZOS
QUIERO CLID
RISE AGAINST
ROSTROS OCULTOS
SALON VICTORIA
SAN PASCUALOTO BET
SHE S A TEASE
SILVERIO
SESSIE 4
THERMO
VED MUERTOS
VICTIMAS DEL DR. CEREBRO

VIVELATINO

23, 24 Y 25 DE ABRIL FORO SOL

www.vivelatino.com.mx

DOMINGO 25 DE ABRIL

AGORA
ANDRES CANTISANI
ASTRO
ATERCOPELADOS
CALLE 13
CABCA
CIENFUE
CRISTA GALLI
EMILIO RODRIGUEZ
EMPIRE OF THE SUN
ENJAMBRE
FURLAND
HELLOSEA HORSE!
JAVIER CORCOBADO
JUAN PABLO VILLA
JULIETA VENEGAS
KAFKA JONES
KAPANGA
KENNY Y LOS ELECTRICOS
KIMAI
KUMBLA QUEERS
LATIN BITMAN
LIBAN BOLL
LOS AMANTES DE LOLA
LOS AMIGOS INVISIBLES
LOS AUTENTICOS DECAIDENTES
LOS MENTAS
LOS ODO
LOS ROMANTICOS DE ZACATECAS
LOS TRES
MANUEL GARCIA
MYSTICA GIRLS
NOS LLAMAMOS
PANTEON ROCOCO
PITE DE PUA
PITO MACHETE
PEDRO PIEDRA
POLKA MADRE
RODRIGO Y GABRIELA
SKA-P
SONEX
TILIANA NO!
TODOS TUS MUERTOS
TROKER
VENTILADER
YETUSTA MORLA
VICENTE GATO
VICTORIA MIL

VIERNES 23 DE ABRIL
DR. FRANKENSTEIN (OPERA ROCK)

OCESA

SAL CONOCE DISFRUTA MEXICO

Banamex

Coca-Cola

TELEFONIA

Doritos

AXE

TELE HIT

REACTOR

FORO SOL

Boletos en ticketmaster.com.mx Liverpool Fabricas de Francia MEGA gandhi 5325-9000

Cartel oficial de Vive Latino edición número 11, Fuente: sopitas.com

Viendo el éxito rotundo de este cambio, se comenzaron a incluir bandas internacionales de este tipo cada año. Y lo novedoso de tener bandas internacionales más viejas o de otras épocas, de mucha fama en México y en otros países. Es contradictorio, ya que en el cartel se muestran aspectos visuales muy nacionales y propios de la cultura mexicana pero los quienes encabezan la lista de participantes son extranjeros.

Para el 2011, que se llevó a cabo la edición número 12, utilizaron esta misma fórmula, esta vez con elementos prehispánicos coloridos. Con letras grandes se observan las mismas bandas de siempre: Babasónicos, Jarabe de Palo, Enanitos Verdes y casi hasta el final Chemical Brothers. Cambiando completamente el

quedaron decepcionadas con esto y la imagen del cantante quedó aún más dañada, pues siempre se ha dado a conocer por algunas actitudes negativas hacia sus fans.

En los últimos años la diversidad que abarca Vive Latino es muy grande, se ha abierto a nuevos géneros como la cumbia con la presencia de Los Ángeles Azules, o acompañando a Titán: La Tesorito. Los boletos se han vendido por fases, como ya se mencionó anteriormente. Estas fases consisten en liberar cierta cantidad de boletos a un precio, al terminar esa fase continúa otra con un costo más alto, regularmente los eventos tienen *sold out* desde la primera fase.

El 2020 es un año prometedor para todos los conciertos y festivales, esta vez, la variedad y diversidad del cartel es muy grande. Para revelar el *line up* utilizaron una campaña bastante atractiva que trae vuellos locos a todos los seguidores; colocaron espectaculares por toda CDMX con ilustraciones alusivas a los participantes de este año. Twitter fue la herramienta de mayor participación.

Los músicos más famosos presentados en la edición número 21 son: 31 Minutos, algo que llamó mucho al público, a pesar de ser un programa de televisión chilena para niños, los adultos jóvenes y adolescentes son los seguidores más apegados, y con el gran éxito que tienen las canciones del programa, lograron aparecer en esta edición en ambas fechas del festival. Entre otros tenemos a The Cardigans, The Rasmus, Guns N' Roses, Vicentico, DLD, Los Tucanes de Tijuana, Ely Guerra, Zoé, Cultura Profética, Porter y Nortec.

A pesar de las bandas vistas una y otra vez en los carteles del Vive Latino, hay algunos talentos que nos dieron su apoyo para completar este reportaje: Say Ocean. En las primeras partes de este trabajo, Dan, integrante de esta banda, dio un mensaje clave que logró embonar muy bien. Hace algunos meses que se llevó a cabo la entrevista, la banda no tenía ni idea de que llegaría tan lejos, pero la fórmula secreta para el éxito es muy fácil y como él lo mencionó "Para nosotros esto no es *hobby*, es nuestra vida".



Pistas de cartel Vive latino 2020, Fuente: reporteindigo.com

Para cerrar con broche de oro esta investigación sobre el festival Vive Latino, debemos analizar el impacto que puede llegar a tener formar parte de uno de estos festivales. Según El Herald de México, una nota realizada en marzo de 2019, indica que a este festival asisten alrededor de 90 mil personas en un día.

El evento abre sus puertas a las 14:00 horas y las cierra después de las 24:00 horas. Esto quiere decir que tiene una duración de más de 10 horas, algunas personas llegan desde mucho antes para tener un mejor acceso a ciertos escenarios y poder disfrutar más de cerca a sus bandas preferidas de toda la vida.

Durante estas aproximadas 10 horas, la gente que asiste consume sobre todo alcohol y alimentos, los cuales obviamente no podrán faltar. Casi todos los músicos y artistas tienen lugares para vender su mercancía dentro del evento (mercancía oficial) y esto les aporta aún más ganancias a los participantes. Se considera que el gasto es aproximadamente de mil pesos por persona por día, dependiendo de su nivel de consumo. Cerca de las 50 bandas que se presentan, son vistas y escuchadas por miles de personas que aportan a las riquezas de algunos, y a los inicios de otros.

Pero realmente quien se lleva la mayor ganancia es la marca patrocinadora número uno. Indio es una cerveza mexicana perteneciente al grupo Cuauhtémoc

Moctezuma, que se creó en Monterrey Nuevo León en 1892, según el canal de Youtube, Beer Vlogger en su video Cerveza INDIO - Cata, Reseña e Historia.

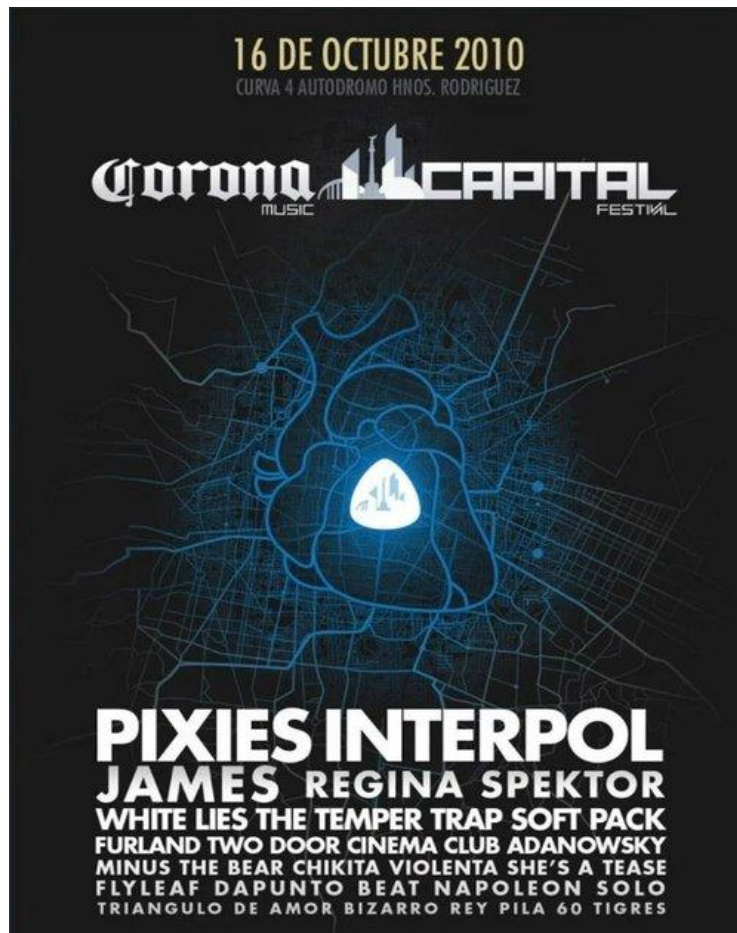


Cartel oficial Vive Latino 2020, Fuente: sopitas.com

Centenario de la Revolución Mexicana, bicentenario de la Independencia de México, un año de fiesta para los mexicanos, desde luego; los últimos millennials se graduaron de la secundaria en ese año y Facebook comenzaba a tener auge entre los adolescentes y jóvenes en México. Los teléfonos celulares ya contaban con touch y la comunicación comenzaba a acelerarse por medio de internet. Los memes eran demasiado primitivos para ser comprendidos por gente mayor y los espacios para adolescentes se abrían cada vez más. Fue este año en el que Ocesa apostó por un nuevo festival diferente y de mayor producción.

La mejor idea que pudo tener Ocesa es la creación de Corona Capital, un festival anual de rock llevado a cabo en la Curva 4 del Autódromo Hermanos Rodríguez y que desde entonces trae a bandas europeas y norteamericanas amadas por miles

de mexicanos. Desde las más famosas y aclamadas hasta los talentos emergentes más extraños y desconocidos que, al probar su suerte en el CC, saltaron a la fama en cuestión de meses. Nada mal para un principiante.



Cartel oficial Corona Capital 2010, Fuente: dondeir.com

En las primeras ediciones, se mostró un *line up* pequeño en el cual estuvieron presentes bandas nacionales como es el caso de Chikita Violenta, She's a Tease, Dapuntobeat y Rey Pila, que, por supuesto forman parte de la escena del rock independiente, aunque con sonidos pop y electrónicos, sin embargo, el apoyo brindado por Corona Capital a bandas emergentes como estas, que una década atrás eran menos conocidas, fue muy grande.

Para la segunda edición, tuvieron a Quiero Club, Ximena Sariñana, Disco Ruido, Javiera Mena, Torreblanca, Lebaron y Ruido Rosa; además de las bandas internacionales como The Strokes y Portishead.

Para el 2013, quisieron marcar una gran diferencia y sacaron del festival el talento nacional, el giro que dio Corona Capital fue radical y se identificaba por algo más, ya que Vive Latino estaba dedicado a las bandas nacionales y no existía en México un festival de música 100% internacional. Este cambio pareció funcionar a la perfección, pues cada año aumenta más la cantidad de asistentes, en donde los atuendos y la compañía son de lo mejor para asistir a este festival tan único.

CC se llevaba a cabo regularmente en octubre, pero hubo un ligero cambio debido a el renacimiento de la Fórmula 1 en la ciudad y desde 2016 el festival se hace en noviembre, justo en el puente vacacional de la Revolución Mexicana. Entre las bandas reconocidas que han pisado los distintos escenarios del Corona Capital son: Pixies, Interpol, The Strokes, Portishead, New Order, Franz Ferdinand, The Black Keys, Deadmau5, Travis, Blondie, Imagine Dragons, Arctic Monkeys, Massive Attack, MGMT, Two Door Cinema Club, Beck, Kings of Leon, Muse, Calvin Harris, The Libertines, The Killers, Lana del Rey, The B-52's por mencionar algunas.



Cartel oficial Corona Capital 2019, Fuente: sopitas.com

Ocesa continuó con el mismo formato del Vive Latino de venta de boletos por fases es el que utilizan actualmente casi todos los conciertos en México, como ya se

mencionó, a mayor tiempo de espera para comprarlo, mayor es el costo de las entradas. Regularmente se venden en abonos de dos o tres días o por día, el cual tiene un costo más alto al de ambos días. Sin embargo, se han mencionado muchas fallas en el sistema de Ticketmaster al momento de comprar abonos en preventa, el sistema se satura y es poco probable que puedas conseguir tus *tickets* a ese costo.

“Nos vamos a encontrar” -Jumbo

El 2013 fue un año de estrenos gloriosos para el rock, en la estación de radio Reactor 105.7 sonaba todas las mañanas durante semanas Welcome to Japan de The Strokes, Reflektor de Arcade Fire, Alien Days de MGMT, Ya Hey de Vampire Weekend y Do I Wanna Know de Arctic Monkeys; David Bowie seguía con vida haciendo música y por otro se encontraba la separación de My Chemical Romance y The Mars Volta pero ¿Qué hay de la música mexicana?.

Este mismo año llegó un nuevo festival que tiene varios días de duración. El gobierno de la Ciudad de México con el Instituto Mexicano de la Juventud creó una opción de recreación y entretenimiento llamada “La Semana de las Juventudes”. Según el sitio oficial del Injuve el festival comienza en el 2013 para conmemorar el Día Internacional de la Juventud.

El festival se realizó en la explanada del Monumento a la Revolución del 22 al 25 de agosto, en el que se llevaron a cabo más de 47 actividades como lo son conferencias, presentaciones de libros y la presentación de 17 bandas musicales.

Para este evento se realizó un híbrido de propaganda digital como tradicional, pero en su mayoría, los jóvenes se enteraron de este evento gracias a las redes sociales que, desde este año, ya tenían una mayor relevancia.

Por supuesto grandes marcas cerveceras comenzaron a buscar cómo obtener ganancias abismales, pues la música, el entretenimiento y sobre todo el interés social, parecen ser de lo mejor que hay para lograr millones en ganancias. La idea

de asistir a un evento masivo en el cual tocará más de una de tus bandas preferidas, en compañía de tus amigos y con una cerveza es demasiado buena para la mayoría de las personas que les gusta la música, sea de cualquier género.

Estos eventos masivos, ahora reciben el nombre de festivales, prevalecen a lo largo de varios lustros y podemos encontrarlos en las ciudades más importantes del mundo. Actualmente existen de los géneros más populares como el rock, electrónica y hasta reggaeton. El costo de las entradas a estos eventos varía dependiendo del festival al que quieras ir y del momento en que los obtengas, pues incluso el tiempo de venta es un negocio que les funciona muy bien a las cadenas cerveceras. Son vendidos por fases, en preventas e incluso antes de conocer la lista de las bandas o artistas de cada edición del festival.

Pero una de las interrogantes más pronunciada es si en realidad lo importante de estos eventos es ver y escuchar a las bandas. Algunas veces es sólo la melancolía y lo único que se tiene enfrente es a un servidor del pasado en copa nueva. Pareciera para algunos una razón de estatus la asistencia memorable de un evento en donde lo único tangible son litros de cerveza y alimentos el triple de costosos de lo que normalmente son.

Al encontrarse en un festival como estos se observan generalmente dos tipos de personas: los que mueren por ver a la banda, ponen atención y disfrutan como cualquier concierto, y los que sólo están interesados en convivir y las bandas que se están tocando son más bien música de fondo para estos jóvenes.

2. El surgimiento del *Streaming*

(Inicio del streaming y sus consecuencias)

Una de las tendencias que más ha revolucionado el mercado de contenidos a nivel mundial ha sido el *streaming* de música y plataformas como Spotify, es una de las que mejor representan esta actividad. *El streaming* es una plataforma digital con acceso, reproducción y descarga de contenidos como música, cine y video, la cual regularmente existe en versión de paga y gratuita con limitaciones.

Al igual que plataformas de video como Netflix, ahora las cosas funcionan de una manera distinta, llegando más allá de lo que la generación X (todos aquellos nacidos entre 1961 y 1981) jamás imaginó, aun presente en el cambio de milenio con el acceso a miles de contenidos por una cantidad mensual incomparable con el costo de álbumes que se tendrían comprarían de manera física para escuchar música de manera legal.

El *streaming* se ha convertido en un modelo de negocio que en los últimos 15 años ha logrado convertir a la música en una estrategia comercial sumamente exitosa. La pasión por la música, la comunicación y la programación se han convertido en grandes aliados para poner en alto el nombre de productos como Spotify, que compite en un mercado de audio y en otros casos multimedia fortaleciendo a plataformas como Youtube y le ha dado fuerza a redes sociales como Facebook.

Para comprender esto es necesario dar un vistazo a cifras que brindadas por Spotify; en el último trimestre de 2018 logró superar los 200 millones de usuarios activos a nivel mundial. “La compañía apunta a **207 los millones de personas** que hacen uso de su plataforma al menos una vez al mes, sumando 16 millones más que el trimestre previo en lo que supone un incremento anual del 29 %”, escrito por Luis del Barco para el sitio Hipertextual en febrero de 2019.

De estos 200 millones de usuarios 96 millones son de paga, por lo cual, buscan aumentar el número de usuarios Premium por obvias razones, “ha pasado a ingresar 4,89 euros de media por cada uno de ellos, ascendiendo la cifra desde 4,73 € del trimestre anterior”, dato obtenido por el mismo texto de Luis de Barco. La mayoría de las suscripciones de paga son con los planes familiar y para universitarios, lo cual quieren potenciar aún más, pues de aquí provienen realmente las ganancias de la empresa.

En el siguiente trimestre buscan obtener entre 97 y 100 millones de usuarios de pago, un récord para la empresa y los servicios de *streaming* musical. El nuevo número de usuarios activos que estiman tener está entre 215 y 220 millones. Es decir, un mayor alcance para su competencia.

“En su lanzamiento el 7 de octubre de 2008, Spotify se concibió como una aplicación para escuchar música online por ordenador, y estaba disponible para algunos países europeos como Suecia, Finlandia, Noruega, Francia, Reino Unido y España. Los usuarios podían acceder a millones de canciones sin necesidad de descargarse nada”, escribió María Varela para el sitio *Marketing Ecommerce* en agosto de 2018.

Spotify, la principal multiplataforma de reproducción y descarga de música vía *streaming* en el mundo, cuenta modalidades Premium y servicio gratuito básico que incluye publicidad. Por una renta mínima en México de 99 pesos al mes tienes la oportunidad de escuchar toda la música que quieras, armar tus *playlists* y descargarlas para escucharlas desde cualquier lugar sin tener conexión a internet.

Según el sitio *Genbeta* el 18 de febrero de 2019 Spotify cuenta con un total de 207 millones de usuarios, de los cuales, 96 millones están suscritos en modo Premium. Estas cifras son casi el doble que Apple Music, la plataforma alcanzó los 50 millones de suscriptores en esta misma modalidad. En el último trimestre de 2018 obtuvieron de 87 a 96 millones de suscriptores premium y de 191 a 207 millones de usuarios en total.

2.1 Spotify Rey

(Spotify es la plataforma de *streaming* número uno)

"Desde que tenía cuatro años, mi vida ha girado en torno a la música y la tecnología", según BBC escribe Daniel Ek, el creador y CEO de la plataforma de *streaming* con mayor éxito en todo el mundo. Por algunos años el empresario vivió en Ragsved Estocolmo con su madre, su padrastro y su hermano más pequeño.

Comenzó con el diseño de sitios web a los 13 años y a los 18 ya tenía a personas trabajando para él como director de su propia empresa, algo realmente extraordinario y que sin duda lo lanzaría directo al éxito. Ingresó al KTH Royal

Institute of Technology y desertó a las 8 semanas al darse cuenta de que una ingeniería tenía matemáticas.

Intentó trabajar en Google pero fue rechazado por no contar con un título universitario, como es el caso de innumerables bandas y empresas exitosas o famosas rechazadas incluso por sus mismos integrantes pero no se daban cuenta de que cometían un grave error; este fue el caso de Google.

En 2003 funda Advertigo, una empresa de marketing digital que vendió a los 23 años para fundar Spotify en el 2006 en Europa, aliado con Martin Lorentzon. Después de tener problemas con las licencias de la música, logran lanzarlo con la música Europea en Suecia, Finlandia, Noruega, Francia, Reino Unido y España. El servicio sólo se encontraba de forma gratuita para aquellas personas invitadas por otro usuario.

La aplicación móvil se crea en el 2009 y a su vez sale a la luz la versión de pago sin publicidad Premium; en 2011 fue lanzada en Estados Unidos. El 2013 sería el año que marcó una expansión cosmopolita por más de 50 países con 36 millones de usuarios en total y 8 millones de usuarios de pago.

En 2014 eliminan el límite de horas de freemium y añaden publicidad que anuncia uno o dos comerciales cada determinado tiempo y eso orilla a la gente a querer pagar un servicio Premium, además de poder elegir y cambiar canciones en la aplicación móvil.

Como todo nuevo producto en el mercado debe tener un competidor de renombre para dar una alternativa en el streaming musical, en el 2015 aparece Apple Music, con opción a suscripción individual o suscripción familiar que viene instalado por defecto en cada iPhone y iPad desde su lanzamiento con iOS 8.4, a diferencia de Spotify donde puedes copiar y/o convertir desde otros formatos como CD o descargadas desde iTunes. Es así como hasta ahora puedes tener toda la música al alcance de tu mano.

Spotify se lanzó como la mejor opción para obtener música vía *streaming* y a pesar de haber llegado después que otros servicios como Napster, se ha convertido en la preferida del público, contando con una mayor cantidad de consumidores dejando atrás a otras empresas como Apple Music, Deezer, Tidal, Pandora, Amazon Music, Google Play Music y Youtube Music.

Todas estas plataformas cuentan con algún extra o alguna característica que las hace diferenciarse de Spotify para parecer más atractivas, aunque como todas las alternativas que hay ante un producto siempre hay algo en desventaja ante el líder. Sin duda se puede elegir la que más se ajuste a las necesidades de cada individuo o grupo familiar, pues un atractivo de los servicios de *streaming* es contratar un plan familiar a precio accesible.

Apple Music

Este servicio nació en 2015 y ha logrado superar a Spotify en número de canciones alojadas con un total de 50 millones en 2019, según el sitio oficial de Apple. Esta plataforma tiene la ventaja de utilizar las canciones que se encuentran en iTunes, las puedes “ripear” desde un álbum físico o incluso otros formatos de disco y *cassette*, siempre y cuando cuentes con las herramientas para convertirlo en formato digital. Según el sitio en internet Apple Sfera, en marzo de 2019 alcanzó los 56 millones de suscriptores.

La plataforma es únicamente de paga, después de terminar los tres meses de prueba debes obtener algún plan si es que deseas continuar con el servicio. Sus tarifas en México son casi iguales a las de Spotify: plan para estudiantes \$59.00 mensuales, plan individual \$99.00 y plan familiar \$149.00 al mes. En cualquiera de estas modalidades se tiene acceso a más de 50 millones de canciones, puedes escuchar tu música sin tener conexión a internet, descargar hasta 100 mil canciones, series originales y programas de radio en vivo y on demand de Beats.

Otra de sus características es que es compatible con todos los dispositivos, sin embargo, en las tiendas digitales tiene una calificación de 3.5. Algunos comentarios mencionan que en ciertos aparatos no tiene una funcionalidad óptima. Por ejemplo: “Al momento de descargar un álbum no cargan las portadas, se distorsiona, se trava

y termina por cerrarse la aplicación”, -Un usuario de Google. “¡La aplicación es lentísima, todos los elementos tardan demasiado en cargar!”, -Mike Acosta. “Ha mejorado bastante desde las últimas actualizaciones, aún tiene cosas que mejorar, pero va por buen camino”, -Jorge Miguel Cárdenas García. Todos publicados en *Play Store* en 2019.

Otro de sus atractivos es “Radio”, en donde puedes escuchar emisoras de radio según el género preferido o crear las tuyas de forma personalizada. Además de contar con Beats 1, una emisora internacional que transmite de forma interrumpida DJ’s Zane Lowe, Ebro Darden y Julie Adenuga. También cuenta con “Conecta”, la parte social de la plataforma en donde los artistas suben contenido de foto y video para interactuar con los fans, pero esto no está disponible para todo público.

Deezer

Una de las plataformas de música en *streaming* más escuchada y menos usada, ya que cuenta en este año con tan sólo 14 millones de usuarios y la mitad son de paga. Creada por Daniel Marhely, es la primera plataforma legal francesa de *streaming* musical, según la biografía de su sitio web oficial. Es utilizada en más de 182 países y tiene un aproximado de 53 millones de canciones, dato obtenido del sitio digital de la revista Selecciones México.

Su servicio es muy parecido al de Spotify. Cuenta con servicio gratuito con anuncios y baja calidad de audio y los planes se componen de plan individual con renta mensual de \$99.00, plan familiar con una mensualidad de \$149.00, anualidad por \$990.00 y el plan Hifi sin pérdidas por \$199.00 al mes que su página oficial explica; “Cuando se comprime una canción para el formato MP3 o el *streaming*, un algoritmo retira bits para reducir el tamaño del archivo. La escucha en streaming normal y en MP3 se reproduce a 320 kbps, lo que es suficiente para reconocer una canción. Pero el HiFi se reproduce a 16 bits / 44,1 kHz en calidad FLAC, de modo que puedes escuchar todos los bits presentes en las fuentes audio analógicas de origen. Es como una ampliación acústica”.

Es compatible con iOs, Android, sistemas Sonos (sistemas de audio para el hogar), Smart TV y dispositivos para automóviles. Una mayor variedad que Spotify. Además

de incluir “Radio” con emisoras de radio temáticas, ya sea por artista o género y otros estilos. Algo muy parecido con lo que cuentan Spotify y Apple Music.

Las características más llamativas de esta alternativa de *streaming* es que tiene desarrolladas otras aplicaciones complementarias en las cuales puedes conseguir letras y partituras de canciones y te da la oportunidad de compartir tus listas de reproducción en las redes sociales y difundir a tus artistas preferidos.

En las tiendas digitales tiene calificación de 4.1 y los comentarios son en su mayoría positivos en comparación con otros sistemas, la empresa responde los comentarios para brindar un mejor servicio y tener una realimentación con los clientes. Podemos ver algunos a continuación: “Es una aplicación buenísima, el *streaming* de música nunca me falló, la calidad del audio se ajusta, pero es bastante buena...”, -Tony Ariza. “No soy de muchas aplicaciones en mi celular y esta es mi favorita, pero desde la última actualización si uno va a agregar una canción a una lista de canciones sale un error que dice que no se puede agregar...”. -Carolina Celis Guerrero. “Llevo años usando esta aplicación, estoy muy contento...” -Miguel Mico.

Tidal

Empresa emergente adquirida por el rapero Jay Z en 2015 por la cantidad de 56 millones de dólares, que comenzó Andy Chen en Suecia, ahora se encuentra entre los grandes competidores del *streaming* musical, estableciendo alianzas con Ericsson y Nokia “apostando por los juegos interactivos, los tonos de llamada y los horóscopos en los orígenes de los móviles con conexión a internet”, escribe José Luis Avilés para La Sexta en Madrid.

Jay Z buscó apoyo de artistas con mucha fama para darle renombre al producto y ofreció darles más regalías que los otros sistemas de *streaming*, esto elevó la renta público y la gente optó por contratar otros servicios. Hasta el momento la situación de Tidal parece un poco incierta.

Cuenta con más de 60 millones de canciones, eso lo convierte en el sistema de *streaming* con mayor número de canciones y 240 mil videos, un servicio que actualmente sólo lo tiene Youtube Music, con un audio sin pérdida y calidad de

sonido de alta fidelidad, además de estrenos exclusivos de los artistas más famosos.

Su precio varía mucho más que el de los otros servicios, si bien los demás se mantienen en \$99.00 al mes, Tidal ni siquiera muestra sus precios en su página principal del producto, sólo puede verse la prueba gratuita de un mes y los costos se encuentran en dólares: 9,99 al mes en plan Premium, HiFi con alta fidelidad de sonido 19,99 dólares, Familia Premium 14,99 dólares, Familia HiFi 29,99 dólares mensuales hasta 5 miembros, Estudiante Premium 4,99, Estudiante HiFi 9,99 USD, Militar Premium 5,99 dólares y Militar HiFi 11,99 dólares al mes.

En la tienda digital tiene una calificación de 4.1 y dan respuesta a los comentarios con dudas respecto a la aplicación, por ejemplo: “Es la mejor *app* de *streaming* de audio, y eso que duré mucho tiempo con Spotify...” -Termodinámica Aplicada. “Ha mejorado bastante y pesa mucho menos que las otras aplicaciones de música, gracias por poner empeño en hacerla mejor, espero implemente nuevas funciones como las demás y hacerla más intuitiva. Gracias.”-Carlos C. “Ahora que me quiero dar de baja de la suscripción no hay manera. Ni número ni email de servicio técnico. Siempre sale el error de contactar un servicio técnico, pero no especifica. Un timo.” - Toni Salvador.

Pandora

Uno de los servicios de *streaming* más antiguos que se basa en la radio por internet. Llegó para revolucionar la industria musical en el año en el cual inicia un nuevo milenio, 2000. Aunque sus competidores directos deberían ser otros sitios para escuchar la radio, se ha llegado a comparar su llegada con la de Spotify, pues ambas cubren el campo de servicio de *streaming* novedoso e inigualable.

“Durante la mayor parte de su ‘reinado’, el catálogo de Pandora incluyó aproximadamente 1-2 millones de canciones, pero es una cifra incapaz de competir contra Spotify o Apple Music”, escribe Estefanía Oliver para Digital Trends. “Tras la adquisición de Rdio, Pandora firmó acuerdos con varias de las principales discográficas y lanzó finalmente Pandora Premium. Spotify todavía tiene más música, debido principalmente a *remixes* y *covers* que no encontrarás en Pandora,

pero las bibliotecas son ahora muy comparables, y no hay artistas notables que aparezcan en un servicio y en el otro no”, confirma.

Fue creado en el proyecto The Music Genome Project a nombre de Will Glaser y Tim Westergren. Encontrar música nueva es la base de todo Pandora, ofrece a sus oyentes la música que les gusta con base en las variables. Puedes crear estaciones de radio y seleccionar listas de reproducción (disponible sólo para el plan Premium de paga) a agregar música en automático.

“Pandora ofrece la mejor transmisión de radio online, basada en calificaciones positivas o negativas. Los usuarios pueden elegir un artista o pista favorita y presionar *Reproducir*, dejando que los algoritmos de Pandora entren en acción. Si bien el nuevo servicio de música ‘a pedido’ es una buena adición, Pandora es lo mejor para esas personas a las que les gusta simplemente sentarse y dejar que las canciones vayan apareciendo por sí solas”, detalló, Manuel Matus para Digital Trends.

Amazon Music Unlimited

Una plataforma fundada en Estados Unidos Americanos por Jeff Bezos, nada más y nada menos que el quinto hombre más rico del mundo, es Amazon Music que cuenta con 50 millones de canciones según su sitio oficial. El plan de su sistema Prime, cuenta con entregas gratis y rápidas, además de un sistema *streaming* de video con las series más populares del mercado y producciones originales, pero sólo con acceso a 2 millones de canciones. Para tener la biblioteca completa necesitas contratar Amazon Music Unlimited, con 30 días de prueba gratis y un costo de \$99.00 al mes.

Funciona en todos los dispositivos incluyendo los propios de la marca y te ofrece recomendaciones musicales de gente que compra los mismos productos que has comprado en la tienda en línea. El extra de este sistema es el almacenamiento de hasta 250 canciones en la nube de la librería personal con adicional de letras de canciones.

La calificación de esta plataforma es de 4.3 con comentarios respecto a la limitación de canciones en el sistema Prime y no Unlimited, algunos de los usuarios comentan: “Funcionamiento fluido y sin errores, algún pequeño lag ocasional en búsquedas-descargas”, -Manuel Espinosa Mejías.

La versión básica cuenta con un acervo musical muy limitado, comparado con otras aplicaciones ésta se queda muy corta. Hay cantantes muy básicos que ni siquiera aparecen”, -Ignacio Bonilla. “En general todas las aplicaciones de música son algo caóticas en la forma de presentar y organizar tu música. Pero Amazon es el único sitio donde podrás tener todo el catálogo audiovisual en una sola cuenta...”-David Valuja Framiñán.

Google Play Music

Creada por el monstruo Google, se lanzó en 2011 como un servicio de almacenamiento de música en la nube para convertirse después en una plataforma y aplicación móvil de streaming musical. Cuenta con 40 millones de canciones y a pesar de no ser el servicio más utilizado de google, es uno de los más conocidos en el mercado.

Utiliza herramientas como la ubicación de tu teléfono para sugerirte listas de reproducción, no importa si te encuentras en tu casa, en el trabajo o de viaje. Cuenta con un contenido extra que es la suscripción a Youtube Red dependiendo de la disponibilidad. Otra de las opciones que te ofrece es poder agregar hasta 50 mil canciones de tu computadora sin importar el lugar donde te encuentres.

El servicio Incluye prácticamente lo mismo que todos los servicios de streaming, un plan free con anuncios y planes de paga desde \$99.00 el plan individual y \$149.00 el familiar en el que puedes incluir hasta 6 miembros. Puede ser utilizado en todos los dispositivos y descargar tu música para escucharla sin conexión.

La calificación de esta aplicación que muchos teléfonos ya traen por defecto es de 4.0, la mayoría de sus comentarios en la tienda digital son positivos, como los siguientes: “La App es muy buena, es simplemente perfecta, excepto por un problema que siempre me ocurre, y es que cuando descargo una canción, a los

pocos días desaparece o se borra...” -Vkook_is_destiny. “ESTAFA tras dos meses de suscripción gratuita, comienzan a cobrarse sin previo aviso, y si no te interesa...pues ya es tarde” ... -abraham bp. “La App es buena, me reproduce todas las canciones que he subido y hasta el momento sin problema alguno. Un buen punto es el ecualizador incluido”. -Geek lam.

Youtube Music

Para algunos esta plataforma ha llegado para superar a Spotify ya que cuenta con un as no necesariamente bajo la manga y es algo tan grande como el Video. Si bien los servicios anteriormente mencionados ofrecen una amplia gama de música para reproducirla en donde quieras, *Youtube Music* añadió para lo que está hecho. Mientras para un gran número de personas el alcance a su música en un servicio de *streaming* es lo ideal, para otros la experiencia audiovisual puede ser lo máximo y llegó para competir con los más grandes como Spotify o Apple Music.

Según el sitio web Libretilla, Youtube es la segunda web más visitada en todo el mundo. Si se piensa en un sitio para ver algún video automáticamente se viene a la mente Youtube. Esto hace su catálogo musical mucho más grande y con un acceso más fácil y rápido en cualquier dispositivo y con la opción que todos quieren... reproducir un video de esta plataforma con la pantalla bloqueada.

Las tarifas son iguales a las de los demás sistemas: \$99.00 mensuales en el plan individual, \$49.00 para estudiantes y \$149.00 en plan familiar. Ofrece un mes de prueba sin costo, puedes encontrar la música que quieras buscando las letras o describiendo la canción -punto extra- y te ofrece tendencias según tu comunidad.

Los usuarios de la aplicación en la tienda digital le han dado calificación de 4.1. Entre las reseñas: “Hace falta agregar un *widget* para la aplicación. Además de que podrían agregar la opción de poder desvanecer las canciones, para no esperar entre cada canción”. -Omar Gómez. “Las descargas se borran al actualizar la aplicación. Por otro lado, las “suscripciones” a los artistas debería funcionar independientemente de Youtube, es decir, yo sólo quiero seguirlos por esta app, no por la que ocupo para ver videos”. César.

Los servicios de *streaming* han llegado a revolucionar la manera de escuchar música, buscando adaptarse a la vida y la rutina de los seres humanos, como ha sido desde siempre con la creación de aparatos de reproducción, ahora no es solamente eso, también se buscan nuevas alternativas para hacer el día a día más fácil con métodos, técnicas y herramientas que estén al alcance de la mayor cantidad de gente posible. Así es el caso de los músicos independientes, cada día optan por mejores estrategias para abrir su propio camino.

2.2 Efectos en la industria musical

(Consecuencias causadas en la industria musical por los servicios de *streaming*)

Por consecuencia de todos estos cambios originados en el corazón de la programación, la música y los nuevos modelos de negocio, han originado efectos directos en la industria musical tanto para los artistas más famosos y reconocidos como para los artistas independientes que buscan una oportunidad en los nichos musicales, no todos con las grandes firmas. Tan sólo esperan y buscan ser escuchados lo suficiente como para lograr vivir de ello.

David Byrne en su libro *Cómo Funciona la Música* habla de la manera en la que cambia la composición de muchas canciones, adecuándose a los nuevos lugares en los cuales se llevan a cabo los conciertos, así como la instrumentalización. Y esto se explica de una forma muy cruda pero fácil: no es lo mismo escuchar a King Crimson en el Teatro Metropolitano, que escuchar a Green Day en la curva cuatro del Autódromo Hermanos Rodríguez. A pesar de eso muchas bandas y artistas se incluyen en los festivales más grandes del mundo, tratando de adaptar sus shows a los nuevos lugares en donde se llevan a cabo la mayoría de los conciertos.

En estos tiempos es muy accesible crear sonidos en una caja de ritmos o con aplicaciones en tu celular, es por ello que se adaptan perfectamente a los servicios de *streaming* ya que la música de estas plataformas se escucha más en aparatos móviles o componentes tecnológicos. Se puede escuchar Revolution 9 en un tocadiscos y en una computadora, pero el sonido jamás será el mismo.

Actualmente los géneros más escuchados en el mundo son el hip-hop y el reggaeton, la producción de estos géneros está masterizada para ser escuchada en dispositivos con algún amplificador de sonido. La composición de las canciones consta de ritmos ya establecidos los cuales pueden ser modificados en un programa desde una computadora en cuestión de minutos y las “bases” musicales están creadas con “samples”, que son mezclas de otras canciones en su mayoría famosas o con ritmos pegajosos agregando toques con el estilo de cada intérprete.

Para algunos, el “sampleo” es considerado un plagio, puesto que no le dan al público la oportunidad de escuchar nuevos ritmos y los artistas originadores de estos sonidos no reciben regalías por utilización ni reproducción. Tampoco son utilizadas para realizar un *cover* o tributo. Lo que tal vez no se sepa por muchos es que los dueños de las canciones son las grandes firmas y han producido tanto a viejos como nuevos talentos.

El 11 de mayo de 2019 *Sin Embargo* publicó el artículo ¿Por qué algunas canciones son más pegadizas que otras? Para escribir este artículo se basaron en un estudio, el cual comprueba que las canciones que se quedan grabadas en la memoria con mayor facilidad tienen contornos melódicos globales más comunes.

Josué Aaron estudiante de la carrera licenciatura en música, en El Conservatorio de las Rosas en Morelia Michoacán, nos explica que éstos son una sucesión melódica característica de ciertos países o géneros musicales. Explica también que los ritmos constantes elementales y melodías básicas y fáciles de digerir se hacen muy pegadizas.

El ritmo es un elemento fundamental en la música y es una de las principales piezas para ser una de esas canciones que se pega en tu mente y no desaparece en todo el día e incluso se llega a convertir en la favorita de millones de personas. Pero si ya se tiene esta fórmula esencial ¿Por qué aún existen bandas que no alcanzan el estrellato?

Es bien sabido que sin importar el tamaño de la industria musical o de la “escena” que formes parte existen otros elementos que lanzan a una banda a lo alto de la cima. Dani, guitarrista de Say Ocean nos cuenta cómo es que su banda ha logrado posicionarse entre las más escuchadas del género y ser cabeza del cartel de eventos importante. “Nuestra banda está conformada por integrantes que conocen y son estudiados de publicidad y marketing digital. Piña conoce a mucha gente en el medio porque se ha dedicado muchísimo tiempo a hacer videos en youtube, no en forma *influencer* pero si *bloggero*”.

Actualmente el canal de Say Ocean cuenta con 30 mil suscriptores y millones de vistas. Otro de los elementos que los han ayudado a tener ese posicionamiento, nos comenta Daniel, es el siguiente: “En realidad todo salió de tener un objetivo en común y fue cuando nos juntamos a hacer la banda que dijimos vamos a tocar esto, tenemos estas metas y queremos llegar a aquí. Todo nuestro trabajo enfocarlo a un sólo camino, todos nos encontramos trabajando para hacer la misma cosa”.

Tener objetivos claros y tomar en cuenta todos los recursos que se tienen es algo primordial para cualquier proyecto, no sólo en el mundo musical. Así es como todos los grandes servicios de *streaming* se han convertido en la parte más importante dentro de la industria musical, el impacto que han generado en millones de casas productoras es inmenso, llegaron para salvarlos de un problema que permaneció muchos años y se aceleraba cada vez más... la piratería.

Desde las primeras manifestaciones de almacenamiento musical como el vinilo, se idearon formas para reproducir y vender ilegalmente cualquier canción que prefirieras -aunque claro está que entre más lejano el tiempo del que hablamos más difícil era obtener cualquier pieza incluso original- con esto mucha gente se veía beneficiada tanto el consumidor, se conformaba con contenidos baratos y de baja calidad, como los vendedores que por muchos años obtuvieron ganancias sin ser detenidos o pagar algún tipo de multa aunque existiera.

Con el tiempo la reproducción ilegal de música tomó formas de mayor alcance. Para el 2002 ya existían plataformas de compartición de archivos de todo tipo, tal es el ejemplo de Ares Galaxy más conocido como “Ares”, el cual fue popular durante muchos años por la facilidad de descarga que en ese entonces era sensacional. Podías subir tus propios archivos como música, libros, videos y eran descargados por cualquier persona que tuviera acceso a ellos.

El software contaba con un buscador y preferencias de tipo de archivo que buscaras descargar. Después sólo tenías que dar click en “Descargar” y *voilà*, sólo dependía de la demanda de personas que la estuvieran descargando en ese momento para determinar el tiempo de descarga y se convirtiera en “tuya”. Sin duda esto llegó a

romper con los CD's y discos de MP3 piratas que se vendían como pan caliente en cualquier tianguis de la ciudad.

Sin duda todas las modalidades de piratería que han llegado a existir comenzaron a impactar de forma significativa en la industria musical, las ventas de discos disminuyeron considerablemente y los artistas comenzaron a ver un declive en las ganancias, ya que en realidad ellos se veían más afectados que las grandes productoras.

El 5 de mayo de 2019 el diario Milenio publica el artículo que lleva el título de esta parte del reportaje: "Streaming rescata los ingresos de la industria musical". "Nueva era. Tras el surgimiento de las descargas ilegales y la decadencia del CD, plataformas como Spotify, Apple Music, Google Play y Deezer han dado un fuerte impulso al sector."

El modelo de negocio tuvo que dar un giro de 180°, aquí es donde los programadores apasionados por la música y los negocios hacen su "agosto" ofreciendo una solución a la industria. Según este artículo del diario Milenio, en 2018 la industria de la música grabada tuvo un valor de 19.1 mil millones de dólares a escala global con un crecimiento del 9.7 por ciento respecto al 2017, de los cuales 47 por ciento fueron producidos a través de estas plataformas de audio, en contraparte, el formato físico solo cubrió 25 por ciento del total, de acuerdo con datos de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica.

En México hay 100 millones de *smartphones* activos con recepción de datos de internet y en el 2018 14.1 millones de usuarios de esta tecnología utilizan algún servicio de *streaming* y según Milenio esta tendencia continúa creciendo cada vez más y más rápido. Aún existe un grupo de personas que no utilizan alguno de estos servicios lo cual significa que el crecimiento seguirá por mucho tiempo.

"Para el consumidor se vuelve una gran alternativa más no para la industria de la música", afirma Álvaro Fong en la entrevista realizada especialmente para esta temática, como periodista que ha escrito en Rolling Stone México, Sónika y Latin Pulse.

Al igual, menciona los efectos negativos y positivos de los servicios de *streaming*. “Yo creo que son positivos porque nunca en la historia de la humanidad habíamos tenido acceso a tanta música. Tú puedes crear tus playlist de 4 mil o 5 mil canciones, puedes dedicarte meses a recopilar música para escucharla y eso obviamente te sirve como consumidor”. Una de las características de estos servicios, como ya se ha mencionado, es la libertad de elegir entre tanta música y seleccionar tus pistas favoritas, un punto más para las nuevas generaciones.

“Obviamente para los artistas no necesariamente es bueno porque muchos, sobre todo tomando en cuenta que estas plataformas de música, por cada reproducción le dan 0.0001 dólar, entonces, a menos que tengas un éxito así tipo “Despacito” empiezas a ganar dinero, pero si eres un artista promedio, independiente y que recién sale pues vas a tener como 5 mil o 6 mil reproducciones al mes y te vas a ganar 20 dólares, que obviamente como artista no es absolutamente nada, pero también tiene la cuestión de que través de esas plataformas te puedes dar a conocer en todo el mundo”.

Cada plataforma ofrece beneficios y costos distintos a los artistas que se integran. Mientras hay artistas que ganan millones de dólares al año, existen otros que apenas y llegan a los 20 dólares por mes. Esto se debe a la selección musical hecha por la gente, los éxitos más populares son los más buscados. Muchos artistas independientes tienen mayor número de oyentes por ser recomendados por la misma plataforma o provenientes de redes sociales como TikTok o Instagram.

Apple Music se encuentra entre las plataformas que pagan más con \$0.0074 dólares por reproducción con una audiencia de 36 millones de usuarios según el diario digital “El Español”. Otros servicios ya antes mencionados como *Deezer* pagan 0.0064 centavos de dólar por reproducción; *Tidal* es de los que pagan más a los artistas por reproducción, encontrándose un lugar arriba de *Apple Music* con 0.0125 dólares; *Pandora* y *Youtube* son las plataformas que les ofrecen menos a los artistas 0.0013 y 0.0007 dólares por reproducción. *Amazon* se encuentra tan sólo un lugar después que *Youtube* y ofrece 0.0040 dólares al contrario de *Google Play Music* es de los que da mejores ganancias, pues su cantidad es de 0.0068 dólares.

Por otro lado, el servicio de *streaming* que se analiza principalmente *Spotify* les da a los artistas una cantidad intermedia de 0.0044 dólares por reproducción. A pesar de no ofrecer mucho, la mayoría de los músicos se inclinan por tener su música en esta plataforma porque es la que cuenta con mayor número de usuarios actualmente y éste aumenta de forma exponencial año con año.

La forma de reinventarse de este servicio ha sido tan atinada que en tan sólo 5 años reinaron el mundo del *streaming* musical. Casi todos los artistas más sobresalientes en el mundo musical se encuentran en esta plataforma, incluso los que se negaron por un buen rato como The Beatles, Adele, AC/DC, Taylor Swift, The Black Keys y Tom York terminaron formando parte de ella.

Para un artista independiente, estas cifras no representan en lo absoluto una cantidad con la que se pueda vivir. En comparación lo que se podía obtener antes incluso para músicos muy populares, si antes una casa productora trabajaba con 10 grupos o artistas diferentes, siendo poco popular; imagina que un disco tenía un costo 150 pesos, y mensualmente vendían 100 copias tenían una ganancia de 15,000 pesos, pero con la desventaja de que esa ganancia era única, pues un disco puede almacenarse por décadas y podías escucharlo una y otra vez sin volver a gastar un centavo.

En la actualidad, con una sola canción en esta plataforma podrías obtener esa cantidad de dinero, pero necesitarías aproximadamente 178 mil 147 reproducciones para ganar 15 mil pesos, reproducciones que solo tienen las bandas Los Viejos desde el principio de los tiempos en *Spotify* hasta hoy, lo cual no representa una ganancia.

En abril del 2019 la revista digital The Medizine lanzó un top 10 de los artistas más escuchados en Spotify con enormes ganancias al día por canción. En el número 10 nos encontramos con el rey del reggaeton, nada más y nada menos que Daddy Yankee con su tema "Con Calma", cuenta con 505 millones 180 mil 926 reproducciones en esta plataforma. Estamos hablando de un total de 42 millones 277 mil 581 pesos sólo por una canción que salió hace 6 meses.

En el lugar número 9, se encuentra French Montana y Swae Lee con el tema “Unforgettable”, una canción del género urbano que tiene 1023 millones 217 mil 788 reproducciones. El número 8 le corresponde el rapero Drake con el tema “God’s Plan”, que actualmente tiene 1321 millones 756 mil 828 reproducciones y permaneció posicionada como el número uno del rapero durante meses.

En el número 7 está uno de los DJ’s más reconocidos a nivel mundial por la cantidad de éxitos obtenida en toda su trayectoria: Calvin Harris; y la canción que la revista The Medizine colocó en este top no es One Kiss con Dua Lipa, la canción que se llevan 934 millones 211 mil 621 reproducciones es This Is What You Came For.

Una de las tácticas más funcionales dentro de la industria musical que no se ha dejado de utilizar desde 1986 ha sido fusionar dos géneros musicales y a grandes representantes de éstos. Una de las primeras muestras de esta genialidad fue “Walk this way” the Aerosmith mezclada con el rap auténtico de RUN DMC. El sexto lugar de este conteo se trata de una fusión más de figuras artísticas que de géneros en sí, DJ Snake con la cantante pop Selena Gómez, la rapera Cardi Bi y el reggaetonero Ozuna. Cuenta con 776 millones 243 mil 793 reproducciones.

En el quinto lugar se encuentra “Danger” por Millos y Marshmello con uno de los géneros más escuchado últimamente el trap, una combinación de rap, funk y música electrónica. No se encuentran datos de sus reproducciones en la plataforma, sin embargo, así lo ubica la revista The Medizine.

El cuarto lugar lo inaugura Khalid. Su sonido R&B provoca un agrado y aceptación de la gran mayoría, además de que su estilo se diferencia de otros artistas del mismo género. La canción por la que se encuentra en este conteo es Lovely, interpretada junto a Billie Eilish, una artista adolescente que ha tenido mucho éxito. En la plataforma cuenta con 595 millones 73 mil 319 reproducciones.

El conteo se acerca a los últimos tres lugares, es pertinente conocer la cantidad de dinero en pesos que han ganado con sus canciones, esto con la finalidad de tener

una idea clara de lo que sucede cuando eres un artista muy popular con un gran alcance en todo el mundo, que a diferencia de los artistas independientes ganan cantidades exageradas de dinero por una sola canción.

En el tercer lugar está el cantante, productor y compositor estadounidense Post Malone con el tema "Rockstar" junto al rapero británico 21 Savage. Esta canción cuenta con mil 604 millones 100 mil 673 millones de reproducciones en *Spotify*. Eso significa que ha ganado un total de 7 millones 58 mil 42 dólares con 96 centavos. Lo que se reduce a 134 millones 243 mil 977 pesos considerando el tipo de cambio es de 19.02 pesos por dólar.

El lugar número 2 le corresponde a uno de los más grandes representantes del reggaeton en los últimos años, J Balvin con la canción "Reggaeton". Su versatilidad es lo que le ha llevado a obtener el segundo lugar en este conteo y ser quien rompió el récord de reproducciones a nivel mundial en 2018 según el sitio "El Herald" llegando a 48 millones de oyentes mensuales. Lo que en este año han rebasado artistas como la siguiente.

El lugar número uno del conteo de esta revista digital, lo recibe una de las cantantes de pop con más éxito en la última década. Tras aparecer en series como "Victorious" y "Sam & Cat" ha logrado aparecer en el primer lugar del conteo y de otras listas en la radio y canales musicales de televisión. Con su éxito "7 Rings", Ariana Grande ha alcanzado las 753 millones 896 mil 837 reproducciones.

Este conteo se encuentra un poco desordenado en cuanto a la cantidad de reproducciones, sin embargo, son los artistas más buscados e importantes del momento. Los millones de dólares que ganan por tan sólo una canción no se comparan en lo mínimo con lo que llega a ganar un artista independiente. Un factor sumamente importante además de formar parte de las grandes industrias es la publicidad pagada, los artistas pagan cierta cantidad por aparecer en anuncios publicitarios de *Spotify* para aquellos que no tienen cuentas *Premium* o para aparecer en las recomendaciones musicales.

Cada año algunos sitios obtienen del portal oficial de *Spotify* el top 10 de las canciones más escuchadas durante todo ese año. “El Observador” publicó este conteo al finalizar el año 2018. En los siguientes párrafos se presentarán las canciones de este conteo con el número de reproducciones que tienen actualmente (julio 2019). Estos números pueden variar ahora ya que han pasado 7 meses de haberse realizado estos conteos de 2018 pero las siguientes canciones fueron las que obtuvieron más *plays* durante el año anterior.

En el número 10 se encuentra uno de los artistas antes mencionados: Marshmello, sólo que esta vez colabora con la inglesa Anne-Marie en la canción que actualmente cuenta con 746 millones 4 mil 225 reproducciones en la plataforma y la segunda más escuchada de su repertorio. FRIENDS, además ha sido titulada en las redes sociales como el himno oficial de la *friendzone*.

Quien se lleva el número 9 en este conteo también participa una cantante y modelo británica de 23 años quien llegó a conquistar a 30 millones 512 mil 763 oyentes mensuales, Dua Lipa. La canción con la que se ubica en este conteo lleva el nombre de “IDGAF” y cuenta con 810 millones 532 mil 476 reproducciones.

El número 8 se lo lleva uno de los Dj más famosos en el mundo musical que también forma parte de la lista de los artistas más escuchados en *Spotify*, Calvin Harris, en colaboración con Dua Lipa Esta canción tiene 823 millones 73 mil 147 reproducciones, sin embargo, lo supera en reproducciones actualmente This Is Wath You Came For, colaboración con Rihanna.

I Like It de Cardi B con J Balvin y Bad Bunny es la canción que ocupa el número 7 de este conteo con 866 millones 978 mil 470 *plays*. Una canción que tuvo bastante publicidad durante una larga campaña en YouTube para los usuarios que no son Premium. Esta canción llegó a alcanzar los oídos de millones de personas sin querer escucharla.

El sexto lugar lo tiene el rapero Post Malone, quien también forma parte de la lista anterior de los artistas más escuchados. La canción más reproducida durante el año anterior es “Better Now” con 955 millones 641 mil 157 *plays*, sin embargo, la canción

más escuchada hasta hoy es la mencionada en el conteo anterior, al parecer probó la suerte en el 2019.

El mismo rapero que se encuentra en la lista anterior e incluso en dos posiciones de este top, es el dueño de la canción número 5 más escuchada en el 2018. El además productor, ha tenido un éxito imparable desde hace unos años atrás. “In My Feelings” fue sin duda un éxito que se escuchaba incluso en el transporte público como el Metro y el Metrobús.

El lugar número 4 cuenta con 1,500 millones de reproducciones y lo ocupa nuevamente Post Malone con la canción “Psycho”. A esta producción musical asistida por “Ty Dolla \$ign” la acompaña un video apocalíptico muy estilo “Mad Max” con tanques de guerra, fuego, lobos rabiosos, y mucha artillería militar. El video tiene 617 millones noventa mil 438 vistas en la plataforma Youtube.

Post Malone también se encuentra en el número 3 del top, esta vez con la canción Rockstar, el mismo tema que aparece en el top de los artistas más escuchados en Spotify, pues se encuentra en tres posiciones de las canciones más escuchadas muy cerca de los primeros lugares, siendo el hip hop el género más escuchado. Actualmente cuenta con 1,986 millones de reproducciones en la plataforma, eso significa un aproximado de 17 millones de pesos.

El segundo lugar le corresponde a la canción titulada “SAD!” de XXXTentacion, un cantante, compositor y rapero que probó su suerte y éxito por muy poco tiempo. En junio del año anterior fue asesinado en Florida a los 20 años de edad por un par de asaltantes. Eso no evitó que tuviera un éxito rotundo en el mundo musical.

En la posición número 1 se encuentra el mismo rapero que ocupa el lugar número 5, uno de los mejores compositores y productores de estos tiempos y el preferido de muchos. La canción más escuchada de 2018 cuenta con más de 1,365 millones lo que significa 11 millones 457 mil 589 pesos tan sólo con una canción. El también actor se hizo conocido por interpretar a Jimmy Brooks en Degrassi.

Se había visto que The Beatles llegaron a ocupar varios lugares en el mismo top, o que Queen obtenía millones de ventas en tiempos muy cortos. Desde hace unos años, los géneros que han gobernado a las grandes industrias son el hip hop, el reggaeton y el trap. Géneros que han estado en las sombras del pop y del rock durante décadas y que ahora la gente los ha volteado a ver repentinamente logrando cambios radicales en la industria musical. Esto sin duda afecta mucho al rock independiente, a pesar de que los artistas independientes no buscan pertenecer a una gran disquera la difusión que les dan es mínima.

3. Tus bandas favoritas no cobran aguinaldo

(El desempleo y falta de ingresos dentro del mundo musical independiente)

La publicidad es la herramienta más importante para que cualquier producto sea todo un éxito, después de ésta sigue la calidad del producto ¿Cuántas veces no has utilizado un producto realmente malo, pero por el comercial de la televisión lo sigues comprando? ¿Recuerdas ese café que no te gusto, pero lo compraste para verte “en onda”?

Eso mismo pasa con la música, las canciones que están en el top 10 de las más escuchadas del año son muy buenas por el éxito obtenido pero en cuanto a sus líricas o su complejidad musical no son las mejores para algunos. Esas canciones son las mismas que escuchas en cada antro que visitas y sin importar si te gusten o no, te las sabes de memoria.

Los artistas más famosos han llegado hasta ese punto gracias a un gran factor que es la publicidad, algo con lo que no cuentan la mayoría de las bandas de rock independiente. Se necesita una gran inversión de tiempo y capital para lograr ser escuchado en muchas partes del mundo. Para comenzar el principal ingreso de una banda independiente es hacerse de su propio estudio y comenzar a grabar sus propias canciones para no gastar más en producción y con eso mismo producir a otros artistas que tienen toda la intención de grabar su material.

Por supuesto que armar tu propio estudio o casa productora requiere de una inversión inicial con equipos costosos -en caso de querer una buena calidad de audio, y es algo que hizo Manu, el baterista de una de las bandas independientes más sobresalientes de la década anterior, Finde. Actualmente miembro de “Dolores de Huevos”, una banda de rock sin fines de fama, sólo tocan por el puro gusto de tocar rock con amigos.

“Este estudio es mío y de Gonzálo Heredia, somos amigos, socios y los dos construimos el estudio. Lo conocí cuando él estaba en Home Studio, los dos ya

andábamos en la onda de grabar bandas, él me dijo que pusiéramos un estudio con la infraestructura necesaria, hasta que hicimos Infinito, todo lo que hacemos es de producción, tracking”. Es como Manu comienza a compartir su historia. Él jamás estudió una carrera referente a Ingeniería en Audio, música o algo que se asimile, su carrera es de Diseño Gráfico, pero el ser autodidacta le abrió el camino para crear su propio negocio y un ingreso para poder vivir de lo que le gusta.

A pesar de grabarse en un estudio como banda independiente, para poder sobresalir en la escena musical en la que se encuentran otros factores importantes que los ayudaron a llegar hasta el lugar en donde están ahora sin dejar de hacer su propia música y sin ser contratados para tocar algo que no proviene de su sentir.

Este factor es esencial y su nombre es difusión. Si no cuentas con los medios necesarios y un plan de ataque, jamás ganarás la guerra, ni siquiera una batalla.

“Nosotros empezamos a hacer los demos, los vendíamos a 30 pesos o los regalábamos y en las tocaditas empezamos a darnos a conocer y conocimos a muchas bandas. Llegamos a tocar en un festivalito en el que tocó División y ahí fue en donde conocimos a nuestro mánager, fue el que nos ayudó en todo, ya habíamos grabado el primer disco, Memo nos escuchó y nos metió a una gira con Panda luego, luego”, nos cuenta Manu sobre su historia con Finde.

Memo, fue también mánager de otras bandas como Panda y al “descubrir” a Finde, se abrieron las puertas para la banda en muchos lugares. Comenzaron a darse a conocer en diferentes partes del país hasta llegar al extranjero e incluso aparecer en medio masivos tales como televisión y radio que una década atrás aún tenían un gran impacto en los medios de comunicación.

“Todas esas apariciones en televisión y eso fueron por Memo, él era mánager de Panda y jaló a bandas como División Minúscula, él hizo realmente todo este movimiento, juntó a todas las bandas, armó tocaditas juntos con Thermo, Tolidos. Realmente esa escena se hizo conocida gracias a Memo” afirma Manu.

Gracias a su mánager lograron aparecer en MTV y Canal Once, en aquellos tiempos del My Space. Hace tan sólo una década las cosas eran muy diferentes, la forma

para encontrar nuevas bandas era a través de los medios ya mencionados en programas como Los 10 + pedidos en MTV o Los Videos del Once en Canal Once, sólo por mencionar algunos, pero principalmente éstos se especializaban en dar a conocer nuevas propuestas musicales de rock y punk nacional. En la radio, no existían muchas estaciones que quisieran dedicarse a difundir a bandas que “sólo conocen en sus casas”, la más importante fue y ha sido Reactor 105.7, la cual, desde siempre ha brindado su apoyo a la música independiente y nacional.

Otro de los medios masivos de comunicación muy importantes en esa década es la prensa escrita, especialmente revistas musicales, la principal precursora del género fue la revista Grita, además de presentar propuestas comerciales tenía un espacio muy grande para agrupaciones de rock y punk independiente, así como para todos sus lectores, existía una retroalimentación que apoyaba realmente a la escena.

En los medios digitales aún no existía una gran difusión, pues existía todavía un gran porcentaje sin internet y antes sólo tenías acceso desde una computadora, lo cual limitaba las puertas para todos los músicos, aunque en ese momento no lo sabían. MySpace, era la red social que dominaba en ese momento, en donde millones de bandas subían su música y fotografías invitando a hacer nuevos amigos y difundir de esta forma su música. Pero un error catastrófico en su servidor llevó a esta red social a la perdición, pues borraron por error 12 años de audio y fotografías de millones de usuarios.

Artistas como Arctic Monkeys y Kate Nash fueron de los músicos que lograron todo su éxito gracias a MySpace. Finde también fue una de las bandas que se apoyó demasiado en esta red social, sin embargo, Manu sigue afirmando que gran parte de su éxito se logró gracias a Memo: “No todas las bandas corren con esa suerte de encontrarse a alguien como Memo. Realmente sin él habríamos crecido muy lento”. También menciona que él fue quien les dio ese “cobijo” para poder obtener tanto éxito, pues organizaba shows para toda esa escena (Panda, División Minúscula, Thermo, Insite, Tolido, entre otros).

Pero no sólo se necesita a una persona posicionada en el medio con un gusto por el género y facilidad para hacer shows y contactos, pues el talento y lo que ofrece

cada proyecto musical son, por muy obvio que parezca, cosas que te hacen sobresalir frente a otras 100 bandas. Sobre eso nos habla Dan, guitarrista de Say Ocean.

“Es lo que nos diferencia, nosotros lo tenemos en la cabeza todo el tiempo, es nuestra vida...” -Dan, Say Ocean

Existen algunas claves muy importantes dentro de la industria musical, para algunos puede ser un *hobbie*, pero no puedes esperar obtener grandes resultados, es lo que nos dice Dan, integrante de Say Ocean “Yo creo que trabajar en tu proyecto es lo que te diferencia de otros. Si tú todos los días haces algo para que tu banda esté mejor pues va a crecer en algo y es eso, trabajar todo el tiempo porque si no haces nada no vas a crecer y eso es lo que nos diferencia, nosotros lo tenemos en la cabeza todo el tiempo, es nuestra vida. La constancia, organización y sobre todo creer en ti y en tu trabajo son lo más esencial”.

La dedicación y la pasión que los integrantes de Say Ocean tienen por su proyecto son para ellos lo más importante, se mantienen organizados, unidos y, sobre todo, la mayoría del tiempo están trabajando en su proyecto, haciendo mejoras continuas y agregando un toque especial en cada una de sus melodías. “Casi todos traemos las mismas influencias musicales, pero tenemos estilos diferentes y al juntarlos se hace una mezcla muy padre”. Menciona Dan, la unión hace la fuerza.

Actualmente, necesitas sí o sí estar presente en las redes sociales y servicios de *streaming*, pareciera que, si tu banda no se encuentra en internet, no tendrás ningún futuro. Según el sitio M4rcketing Ecommerce, en 2019 el 57 por ciento de la población total del mundo se encuentra en internet, es decir que más de la mitad de los seres humanos son internautas y el no estar en la red sería un grave error.

Para el Ingeniero en Audio Mauricio Escobedo, productor musical en su propio estudio La Habitación Roja desde hace 5 años, baterista en Ferrara's, vocalista y

primer guitarrista en Merán, y músico desde hace 19 años, las redes son una gran ayuda, pues ha vivido este cambio en la industria musical, “Yo creo que las redes sociales te ayudan a difundir tu música, no es como antes que tenías que grabar un disco y buscar productores o disqueras para que te pudieran promover, desde que puedes grabar en tu casa ya puedes subir tu música a las redes sociales tú mismo y hacer lo que quieras, es más fácil ahora difundir tu música”.

Además de estos puntos importantes como banda, hay algo de lo que no se olvidan y es su marca. Tanto Finde, como Say Ocean, tienen especialistas que los apoyan gestionando sus redes sociales. En el mundo del *marketing* digital sabemos lo importante que es internet actualmente y más que otros sitios, las redes sociales ocupan el número uno para lograr que tu negocio, sin importar de cual se trate, tenga éxito.

“Nosotros siempre hemos tenido una idea muy clara de quiénes somos, qué es lo que hacemos y qué queremos ofrecerle al mundo. Mantenemos nuestro estilo tanto en forma de vestir, como el diseño de nuestra mercancía, nuestros logos, nuestra ideología. No puedes estar a favor de una cosa y al otro día convertirte en un ecologista, tienes que ser firme en lo que quieres ofrecer como banda”. Afirma Dan con mucha seguridad.

Definir a su propia banda brindará mucha seguridad y cada paso que den juntos será firme, la gente comenzará a reconocerte y asociará ese elemento con tu proyecto. Debe ser algo que los haga únicos e inigualables, a pesar de que no están encontrándole el hilo negro a algo, el estilo que los identifique les dará un plus total.

La escena actual de rock y el punk mexicano independiente tienen como otras actividades la creación de su propia *merch*, que abre una mayor oportunidad de llegar al público por medio de su creatividad visual. El contenido de la mercancía es muy variado, todo depende de su nivel de inversión, imaginación y estilo. Entre los artículos podemos encontrar playeras, gorras, pines, *stickers*, bolsas, sudaderas, discos y calcetines; lo interesante de la mercancía de cada banda es tener diseños muy llamativos y con un estilo propio que los haga identificarse, ya sean animaciones, frases de sus canciones...infinitud.

Lo más importante es su música, para esto no sólo componen canciones por montones, algunos tienen estrategias y realmente buscan ser escuchados. Cuando tienen contratos con grandes firmas, los elementos de cada integrante son minuciosamente estudiados para que después, un grupo de expertos pongan en marcha lo mejor de cada uno, como ritmos, sonidos y sobre todo letras. Adecúan composiciones de otros autores a sus voces con las que según ellos se escucharía mejor y podría tener un éxito rotundo.

Generalmente las bandas independientes no buscan que otra persona aparezca para decirles qué cantar o qué tocar, como ya se ha mencionado, ellos son responsables de su música, componen sus propias melodías y escriben sus letras, pero en muchos casos tienen estrategias para lograr difundir su música y pueda digerirse más fácilmente, como es el caso de Say Ocean... “Escribimos una canción sobre nuestras experiencias pero la componemos de tal forma que los que nos escuchen logren sentirse parte de eso”.

La identificación ha sido parte del proceso de crecimiento y desarrollo del ser humano, desde el principio de su existencia ha creado innumerables influencias que evidentemente necesita para poder existir. La pertenencia del ser humano a otros grupos -sobre todo en la adolescencia- es de lo que vive el arte, tal y como lo afirma la psicóloga Lizette Alarcón en una consultoría sobre el tema. El autor no precisamente busca que los demás se sientan “parte de” algunos sólo buscan expresar lo que alberga en lo más profundo de su alma y termina siendo un éxito.

La importancia que le dan los seguidores y fans a sus bandas es brutal, por ello es que la creación de mercancía -que ha existido desde el inicio de la publicidad- ha logrado que salgan adelante para subsistir en el medio. Además de las ventas que obtienen de su música y el porcentaje brindado en streaming que no es lo suficiente.

El medio tradicional para difundir tu música no es Facebook ni las disqueras, no hay nada como ir a un toquín para ver a la banda de tu amigo y toparse con un proyecto divertido compuesto por menores de edad que tocan covers de intros de caricaturas en su propia versión, o encontrarte chicas que les apasiona la fotografía y capturan

los mejores momentos del grupo en el escenario, muchas de ellas pertenecientes algún medio digital que se dedica a la difusión de la escena.

Ahora que se ha dado una mención a los medios digitales es bueno saber que al igual que los músicos, existen miles de jóvenes creando sus propios espacios en donde escriben, suben fotografías, graban podcast o videos de los eventos que hay por todo el país; una especie de “tú me ayudas yo te ayudo” en el cual los que siguen el medio conocen la música de los eventos que cubren y los seguidores de las bandas leen las notas y conocen el trabajo de los jóvenes periodistas y fotógrafos a través de los artistas que comparten su contenido.

3.1 Impacto de Spotify en la música independiente

(Spotify crea nuevos gustos y oportunidades para la música independiente)

El *streaming*, de alguna manera, nos ha vuelto consumistas, pero dándole una vuelta completa al hágalo usted mismo. Millones de artistas independientes crean su música, la distribuyen en estos servicios y en las redes sociales para darse a conocer, mientras que el público sigue pagando por tener acceso a la música que quiere escuchar en el momento. “Cuando estaba chavo y empecé a ganar mi dinero el 80 por ciento lo gastaba en discos, cuando te vuelves adulto dejas de consumir música, ahora tus gastos se enfocan a otras cosas” cuenta el académico de la UNAM Álvaro Fong Varela en entrevista para este reportaje.

Es una realidad que ahora no necesitas gastar mucho dinero para tener acceso a toda la música que quieres, pues con \$99.00 mensuales puedes escuchar hasta 60 millones de canciones de cualquier parte del mundo, descargar, hacer tus listas de reproducción y hasta compartir con todos tus amigos, cuando en décadas atrás los dueños de tiendas de discos se dedicaban a viajar a otras partes del mundo para visitar otras tiendas y llevar nuevas propuestas musicales a sus clientes.

La situación musical actual nos da muchas opciones que antes ni siquiera podrían imaginarse. “La llegada de estos servicios de *streaming* de alguna manera, para gente numerosa que le gusta mucho la música, se convierte en una mina musical y

entonces todas las canciones, todos los artistas, todos los discos que te gustan están disponibles en una simple página de internet. Esto ha logrado que uno ya no vaya a las tiendas y compre discos”, opina Álvaro Fong.

Esto ha permitido que la música se encuentre al alcance de “todo el mundo”, las aplicaciones y portales web de servicios de *streaming* cada vez son más fáciles de manipular para que pueda utilizarlo cualquier persona sin importar edad ni condición. Desde un niño pequeño hasta un adulto mayor pueden comprender de manera fácil y rápida el *software* de cualquier servicio, brindando practicidad para tener toda la música que quieras al alcance de tu mano, tan sólo con click.

El fanático musical desde hace más de 50 años y dueño de la tienda de discos Recuerdos Musicales, Antonio Martínez Zentella, en entrevista para la realización de este reportaje, habla sobre lo fácil que es obtener música en estos tiempos: “Hace unas décadas no nos imaginaríamos todo lo que está a nuestro alcance, para poder escuchar nuevas propuestas de otros países teníamos que viajar y así fue como comencé con mi tienda de discos, traía material del extranjero o a veces lo intercambiaba por otras propuestas musicales de por acá”.

Y aunque las generaciones anteriores se rehúsan a utilizar tecnologías de este tipo, el gran monstruo digital no deja nada a su paso. Para contrarrestarlas, muchos artistas y consumidores le están dando un nuevo valor al disco objeto, algunos sacan álbumes de edición especial grabados en vinil o en cintas de una o dos canciones con diseños y colores extravagantes buscando devolverle el arte a los discos como en décadas anteriores, algunos incluso de colección.

Sin embargo, las tiendas de discos que antes abundaban en el país han ido desapareciendo debido a las nuevas formas de escuchar música, nos cuenta Antonio Martínez: “Tuve que cerrar mi tienda porque ya no había ventas, y ahora los chavos prefieren escuchar otras cosas que se encuentran en Youtube y ahí la tienen a su alcance con todo y video, mi negocio ha quebrado”.

El experto en música Antonio Martínez habla de los aspectos positivos de los servicios de *streaming*: “La facilidad de tener toda la música que te gusta a tu

alcance es algo fascinante, yo nunca me habría imaginado que todos estos discos los podría tener usando mi celular y llevarlos a todos lados". El simple hecho de tener acceso y control total de tus gustos genera felicidad a cualquiera y también provoca que jamás se ponga un alto a los deseos del ser humano. Las grandes empresas dan respuesta a necesidades del ser humano que no habían sido cubiertas con anterioridad.

Estas necesidades no llegan de la nada y tampoco se trata de que las empresas las hayan creado, sino que el ser humano desarrolla su día a día de una forma distinta a la de hace 10 años. Se necesitan transportes más pequeños, recetas de cocina que no te roben mucho tiempo o gente que lo haga por ti, lo lleve hasta tu puerta y puedas comprarlo desde tu celular. Actualmente un celular puede almacenar millones de archivos entre música, texto, fotografías y videos de alta calidad.

Las aplicaciones (apps) acompañan al teléfono móvil, sin importar sexo, edad, lugar de residencia, gustos, profesión o nivel socioeconómico, hay una adecuada para ti. ¿Qué es lo que tenemos en común la mayoría de los seres humanos? algo con lo que hemos vivido desde hace miles de años, y nos vibra en cada estado de ánimo, que puede acompañarte en cualquier momento sin estorbarte, algo que se adapta a la época y evoluciona de manera constante, eso llamado música es lo que puedes compartir con todo el mundo y es por ello que los servicios de *streaming* llegaron para complacer a gente de muchos lugares del mundo.

Una vez que se ha comprendido el contexto de los servicios de *streaming* es momento de reconocer a Spotify como un negocio de dimensiones colosales, ha brindado opciones y facilidades para los usuarios con precios de mucha accesibilidad inclusive con servicio gratuito (con limitaciones, claro está). La siguiente parte de la investigación responde a la interrogante que surgieron para realizar este reportaje: para la industria musical ¿Cómo es este cambio? ¿Qué efectos ha tenido la causa de este nuevo modelo de negocio? ¿Cómo ha afectado al rock independiente la nueva era digital?

3.2 ¿Cómo sobrevivir al mundo digital?

Como ya platicó Manu anteriormente, Memo fue su mánager, y gracias a él lograron estar presente en lugares que algunos sólo pueden imaginar. El cobijo que le dan a las bandas es muy grande, pero es más grande el que se brindan entre ellos, pues la escena la hacen los músicos, ingenieros de audio, periodistas, amigos, managers, familias, fotógrafos, productores, diseñadores y promotores.

Aunque a veces todo parece un gran apoyo y una oleada de gente que quiere apoyar a la escena, existen caso de algunos promotores que se aprovechan de la necesidad de los músicos independiente de ser escuchados y de llegar a algún escenario haciendo tratos poco justos, pues buscan a gente que quiera tocar en eventos junto a bandas más conocidas y les permiten tocar con la condición de vender determinado número de entradas y no se cumple con el número se les hace un cobro que en la mayoría de las veces las bandas no pueden pagar.

Además de estos casos se han visto otras situaciones muy comunes en las que están invitados a ciertas tocaditas con promesas de una remuneración o incluso de equipo de audio y no cumplen con estas promesas. Son tan sólo algunos de los riesgos a los que se enfrentan en el mundo de la música, en cualquier lugar podemos encontrarnos con gente deshonesto.

Sin embargo, la mayoría de los promotores se dedican a apoyar a las bandas y a buenas causas, llevan a cabo festivales en locaciones rentadas por ellos mismos. El acceso al evento se conforma por un *cover* accesible el cual se utiliza para pagar la renta del lugar y del sonido y para apoyar a las bandas que vengan de otros estados o países. En otros eventos el acceso se lleva a cabo con útiles escolares, alimento para mascotas y todo para brindar ayuda a niños, animales de albergues entre otras organizaciones no gubernamentales que se dedican a eso justamente.

El cobijo que se les da a los músicos independientes existe. La Ciudad de México, por ser la más grande del país y la tercera más grande del mundo, tiene la mayor sustentabilidad e interés para llevar a cabo festivales y eventos, aunque se ha visto muy buena aceptación por parte de otros estados de la República, sobre todo de Puebla, Querétaro, Guadalajara y Tijuana.

Los promotores juegan un papel muy importante, tal vez en mayor porcentaje. Un promotor debe saber sobre Relaciones Públicas, una excelente habilidad de negociación, comunicación verbal y escrita, además de contar con destreza para reconocer talentos, la cual está formada del conocimiento del mercado y del género musical al cual se están dedicando. Es una persona sociable, extrovertida y de muchos contactos y con un gusto incontrolable por la organización y la vida social. Esto le permite hacer grandes cosas con muchos músicos que buscan hacer lo que más quieren.

La principal actividad de un promotor es saber “vender” a cierta banda, claramente cada uno tiene sus estilos, sus contactos y sus alcances pero es esencial tratar de mostrar la mejor parte de cada uno de los músicos, por ello es que aunque muchos se rehúsan, la imagen de la agrupación cuenta mucho, así como es importante su estilo musical, también sus atuendos, cabello y actitud son realmente importantes, generan impresiones en todos los que los conocen, al igual pueden lograr que muchos los sigan y quieran ser como ellos. La marca de tendencias y estilo ha estado siempre en todos los géneros musicales.

Entonces denotamos grandes fallas que tienen muchas bandas al igual que grandes anotaciones para lograr éxito. Por un lado, tenemos a los músicos que sólo buscan pasar tiempo con amigos y liberarse del estrés haciendo les gusta y por otro, tenemos a jóvenes que les apasiona la música y la convierten en su vida entera. En este punto se puede concluir que, como todo, el éxito que quieras tener depende del empeño que le tengas a lo que hagas y la inversión de tiempo y dinero.

Otro de los puntos es tener muy claro el estilo e ideología de tu proyecto y con base en esto crear canciones que se apeguen a tus ideales para lograr ser una tendencia y una marca que te defina. Algo que se grabe en la memoria de las personas que te vean y te escuchen. Para eso se necesita un análisis previo de cuáles son las principales virtudes y gustos generales de la banda y después plasmarlos en un sentido creativo y cautivador para el público.

Posteriormente a la hora de la creación deben darle su lugar al público, es decir, “Yo canto lo que tú sientes y lo canto porque lo siento”, escribir letras que no sólo expresen su sentir, sino el de las personas que los escuchan o incluso quieren que los escuchen, como si su público les hubiera platicado una de sus más dolorosas, felices o intensas experiencias y después la banda las lleve al papel y los instrumentos. Un as bajo la manga que tienen casi todos los entrevistados.

Y para finalizar tratar de ser creativos... “Ya todo en este género está creado, no puede existir algo nuevo, simplemente debes buscar hacerlo con tu propio estilo y buscar formas de que suene diferente”, afirma Dan de Say Ocean con palabras más claras. No le encontrarás el hilo negro a algo que ya está inventado, pero siempre puedes mejorarlo, complementarlo... reinventarlo.

3.3 ¿Te afecta o te ayuda?

(Músicos independientes buscan sobrevivir al mundo digital)

“El punk rock arruinó mi vida”. -Lng/SHT

Una de las frases más célebres en la escena de rock y punk rock nacional que destacó a partir del lanzamiento del tema “El punk rock arruinó mi vida” (2014) del rapero Lng/SHT, que además llegó a impactar a todos los seguidores de ambos géneros por el estilo tan único y la nueva tendencia de 2009, pero comenzó a sonar con mucha fuerza al inicio de la segunda década del siglo XXI con su primer EP titulado “Hip-hop para punk rockers”.

La llegada de esta tendencia le abrió el camino entre dos géneros: el punk rock y el hip hop. Sus canciones basadas principalmente en el estilo de vida de un punk rocker y experiencias propias por medio de la hipérbole llevando sus rimas más allá de lo cotidiano dentro del hip hop. En una lucha contra los géneros urbanos, Lng/SHT sale del underground para convertirse en una figura conocida por todo el mundo incluso en medios como MTV pero ¿Por qué mencionar a este rapero?

La rapidez con la que avanza la tecnología no sólo en robots, computadoras o maneras de escuchar música, sino también en cómo crearla. Dependiendo del género musical se utilizan ciertos instrumentos “predefinidos” que con el paso de los años han dejado de ser necesarios para realizar música sin importar que quieras tocar. Hoy en día existen infinidad de herramientas e instrumentos que facilitan la realización de cualquier pieza musical, incluso hay aplicaciones para el móvil en las que puedes componer una canción con la intención de pasar un rato entretenido.

La música electrónica ha dado pie a la existencia de muchísimas técnicas novedosas y fáciles de manejar que incluso un niño pequeño podría dominar. Gracias a esto comienza el “DIY” (Do it yourself) del que se ha hablado anteriormente y que les da a los jóvenes esa oportunidad de sentarse en su computadora una tarde de ocio y comenzar a crear ritmos copiados de otras canciones como una especie de sampleo para realizar sus propias piezas musicales que difícilmente podrán convertirse en un hit.

Este es el mismo motivo que arroja a las nuevas generaciones a ser tan apegados a géneros como el hip hop o el reggaeton, además de que sus oídos son bombardeados en cualquier sitio al que vayan, las facilidades para crear o mezclar estos géneros musicales son mayores a las de obtener un instrumento musical y aprender a tocarlo porque además ¿Quién cuenta con un patio para ensayar con su banda? más puntos a favor para este par de géneros.

Algunas de las personas entrevistadas especialmente para este reportaje compartieron sus opiniones y experiencias acerca de las redes sociales, los jóvenes y los entrevistados pertenecientes a generaciones anteriores como la generación x (cuyo nacimiento se comprende entre los años 1960 y 1980) y los *baby boomers* (nacidos entre 1946 y 1965) están de acuerdo en que las redes sociales y la internet en general les roba demasiado tiempo a los jóvenes, los estilos de vida y pasatiempos ya no son los mismos que hace apenas una década.

Pero ¿Por qué mencionar los cambios generacionales con el hip hop? ¿Será acaso que las nuevas generaciones están definiendo nuevas formas de hacer música?

Ariz Chávez, comunicóloga, músico, presentadora y locutora en el Instituto Mexicano de la Radio, confirma puntos muy importantes acerca del tema, con la experiencia que ha tenido en estos tres rubros, conoce la situación musical actual.

“Yo creo que desde muy chiquita mi papá tuvo la buena costumbre de inculcarme la buena música”, refiere Ariz Chávez a bandas como The Beatles, Rolling Stones y Pink Floyd. “Yo estoy enamorada del rock en todos sus subgéneros, es un género muy versátil, desde melancólico hasta super prendido. Personalmente me generan un sentimiento de nostalgia, es un género que da muchísimo y que es muy raro actualmente encontrar una melodía que tenga un toque rockero”.

Con Ariz podremos visualizar los cambios generacionales desde un punto de vista “rockero”, se encuentra dentro de los jóvenes adultos nacidos en la Generación X. “Creo que existe una decadencia en todo, creo que puedo decir a qué se debe y la realidad es que la culpa la tiene Facebook. Si tú te das cuenta de la cantidad de horas que tiene que dedicar para que aprendas algo, para aprender a tocar un instrumento, para ensayar una partitura. Los chavos ya no invierten tiempo en eso, ahora prefieren hacerse fotos chidas y subirlas a Facebook”. Afirma la locutora.

Es una realidad que las redes sociales crean adicción en las personas y aún más en personas susceptibles que todo el tiempo están en búsqueda de aprobación por parte de sus amigos y conocidos, en donde muestran partes de su vida e incluso no existen. Por supuesto los grupos con mayor riesgo de generar alguna adicción a las redes sociales son los adolescentes de la época actual, pues es característico de su desarrollo humano y social buscar este tipo de aceptación en su entorno.

El rock por mucho tiempo fue el patito feo de la música, discriminado principalmente por el jazz el blues por ser un género “fácil” y con un ritmo disonante, sólo basta con juntar 3 instrumentos para crear una banda, lo cual no lo hace tan complejo y elaborado como el jazz o el blues. A pesar de esto, el rock ha sido el rey de la música por su popularidad y lo versátil que puede llegar a ser, sin embargo, no parece ser el favorito de las nuevas generaciones.

Y es que es más fácil un *centennial* se siente frente a un computador, descargue un programa free, vea unos cuantos video tutoriales en Youtube de otros adolescentes

y comience a crear música con sonidos predeterminados y comparta con sus amigos en fiestas con sonidos pegadizos y bailables, hacen menos compleja la comprensión y reproducción de las piezas musicales que ha creado.

Por otro lado, para crear música rock es necesario contar con algún instrumento musical como guitarra, bajo o batería (principalmente), posterior a esto es el poseedor debe saber tocarlo, no necesariamente como un profesional pues muchos lo hacen a oído pero sus limitaciones son bastantes. En caso de contar con el dinero, asistir a clases de música es la opción, siempre y cuando cuenten con el apoyo y aprobación de sus padres porque en pleno siglo XXI hay padres que se oponen a esto. Una vez que se tiene el conocimiento tiene la elección de crear sus propias canciones o tocar covers, lo cual funciona para los guitarristas.

No obstante puede optar como hacer videos y subirlos a sus redes pero tarde o temprano debe tener una grabación de estudio para difundirla en cualquier lugar. Otro caso es los chicos y chicas que se reúnen con sus amigos y tocan en grupo, así se complementa mejor. Cuando al fin logren grabar, la difusión de su música entre sus amigos se ve limitada a los que sólo escuchan ese género, en una fiesta común y corriente no se escucha rock en la actualidad.

Esta es tan solo una perspectiva de la forma en la que actualmente se hace música entre los jóvenes, la cual no es muy favorecedora para los músicos rockeros. Ahora en las fiestas sólo se escucha reggaeton, trap, hip hop y en casos exclusivos pop y música electrónica. Actualmente si se quiere escuchar rock la única alternativa es asistir a bares con esta temática o a toquines en donde se tiene asegurado que estarán las bandas que deseas escuchar. Es un ejemplo muy burdo pero real y es lo que se vive actualmente en las últimas dos generaciones.

Las facilidades que se le ha dado al ser humano para crear cosas le quitan la complejidad a sus creaciones. Desde siempre han existido las modas, la fuerza con la que se queda y se vuelve tendencia una agrupación depende la difusión y alcance de ésta. Ahora gracias a las redes sociales las modas pueden durar días u horas y las tendencias son cada vez más banales. Lo que se puede ver ahora con exactitud es un conjunto de acciones efímeras y gente famosa que pasa al olvido,

que por poner una opinión polémica en Twitter puede ganar dinero y llegar a las pantallas de todo el mundo.

Muchos jóvenes piensan de esta manera, pues es complicado obtener miles de pesos para realizar una producción profesional, aunque sea en un estudio pequeño y de “cuates” ese tipo de trabajos son costosos para adolescentes que aún siguen en la escuela y dependen de sus padres económicamente y al ser mayores es peor.

3.4 Tomorrow comes today

(Los nuevos retos del *streaming*)

A pesar de que existen muchas nuevas propuestas de jóvenes creando rock de forma independiente, se siguen escuchando como dicen Silvio Rodríguez y Luis Eduardo Aute en su canción *La Maza* de álbum *Unicornio* de 1982 “Un servidor de pasado en copa nueva”, lo que quiere decir que la gente sigue escuchando a los viejos artistas y bandas famosas de décadas anteriores que a las nuevas propuestas y o necesariamente gente adulta, los jóvenes también se unen a esto.

El profesor Álvaro Fong, quien además ha hecho estudios y observaciones sobre los servicios de *streaming*, es quien afirma este hecho: “Después de géneros como el reggaeton y la música regional mexicana se encuentra el rock clásico. Llevamos unos 10 años sin que salga una superestrella. Mira los catálogos de rock en español y dime quién es la última gran superestrella. Casi todos los grupos que están llegando al top tienen una antigüedad mínima de 15 años”.

El dato que da el profesor Álvaro Fong es cierto, al teclear “rock mexicano” en *Spotify* lo primero que aparece es una playlist de rock mexicano urbano en la cual podemos encontrar música de agrupaciones como Liran’ Roll, El Haragán y Compañía, Charlie Montana, Heavy Nopal, El Tri, por mencionar algunos. Algunas de las agrupaciones antes mencionadas no son de México, sin embargo, son catalogadas como “rock mexicano urbano”.

En segundo lugar, aparece una *playlist* de 80's y 90's en cual se puede encontrar música de Molotov, La Gusana Ciega, Plastilina Mosh, Control Machete, El Gran Silencio, Botellita de Jerez, Los Estrambóticos y Resorte. Como si el género hubiera muerto o desaparecido al comenzar el nuevo siglo, y es una realidad de que en las fiestas y bares para jóvenes de 25 años en adelante cuando ponen rock ponen canciones de estas bandas sin mencionar otras agrupaciones importantes como Café Tacvba, Fobia, Jaguares, Maná, Panteón Rococó, Caifanes, Zoé, Jumbo, La Lupita, Cuca, Elefante, La Maldita Vecindad.

Por otro lado, existe el "Top 50 México", una compilación realizada por Spotify en la cual se encuentran las 50 canciones más escuchadas en México en su plataforma y el género que predomina este top es el reggaeton con artistas como J Balvin, Bad Bunny, Karol G., Rosalía. Hace unos días (noviembre 2019) estuvo un nuevo artista adolescente seguido actualmente por millones de centennials llamado Ed Maverick.

Ed Maverick es una de las promesas jóvenes actuales que surgió a mediados de 2018 como un fenómeno entre los adolescentes de la Ciudad de México. Se encuentra dentro del género folk que suena fuertemente en E.E.U.U. Este adolescente ha alcanzado a probar suerte gracias a las plataformas y redes sociales, pues su música es novedosa y diferente entre el tumulto de artistas reggaetoneros y raperos extranjeros en su mayoría provenientes de América Latina.

Eduardo Hernández Saucedo, un adolescente nacido en Chihuahua en el 2001 es cantante y compositor de sus propias canciones, se presume aprendió a tocar la guitarra de manera autodidacta y comenzó a componer apenas en 2017. Se ha presentado en el Auditorio Nacional y el Teatro Metropolitán que son unos de los auditorios más importantes en el país y el mundo entero.

En una entrevista para Telehit en agosto de 2019 cuenta su experiencia de cómo llegó a la fama: "Saltar de lo independiente a lo *mainstream* porque acá de que me publicaban en medios que eran de compas míos o que crecieron junto conmigo, y ahora con la disquera intentan lanzarme a otro público; acá me publican en las páginas oficiales de las tiendas en las que voy a tener espectáculo que hacen memes". La forma en la que viralizó fue exacta y con una clave muy importante para

lograr en menos de dos años, elevar su carrera a los lugares más altos del TOP en México.

Tener este nivel de fama y viralización es algo que las bandas de rock vigentes como Zoé han podido lograr y se está hablando de una banda que se consolidó en la Ciudad de México en el año de 1997. Es normal que las nuevas generaciones se coman a mordidas a las bandas más añosas, pues pareciera que las nuevas generaciones nacen con un chip integrado para utilizar las redes sociales y las herramientas de streaming a su favor, logrando casos excepcionales como éste. En poco tiempo. Ed Maverick pasó de tener 5 mil a 450 mil reproducciones diarias.

Este Top 50 México ha tenido otros visitantes rockeros, otro caso muy sonado fue la aparición de Queen después del lanzamiento de la película Bohemian Rhapsody la cual tuvo un gran éxito, tal que logró apariciones de al menos 5 de sus canciones en este Top. Han querido utilizar esta misma fórmula con otros filmes, sin embargo, no han logrado un fenómeno parecido al de Queen.

Otro intento por mantener a salvo al rock es la creación de “Rock en tu idioma” en volúmenes 1 y 2, que son compilaciones de canciones de “Rock en tu idioma” utilizando instrumentos sinfónicos como flautas, clarinetes, chelos, arpas, pianos, contrabajo, entre otros; para la realización de estos conciertos colaboran artistas de la época que participaron en el legendario movimiento musical “Rock en tu idioma” como una especie de campaña colectiva en la que participaron grupos mexicanos, españoles, argentinos para ser difundidos en una sola compilación de éxitos que pasarían a historia del rock en español alrededor del mundo.

Algunos usuarios y consumidores han llegado a opinar que se trata de algún truco de la misma empresa y otros piensan que los revendedores aprovechan para comprar muchos de estos boletos para después obtener mayor ganancia. Estas opiniones pueden leerse sobre todo en las redes sociales y los grupos de reventa de boletos, aunque no está permitido que se lleve a cabo, miles de personas lo hacen, o compran boletos de cierto día para intercambiarlos por los de otro día.

Luis Enrique, actual bajista de Celofán y ex integrante de Attlas, es un consumidor activo de la música tanto nacional e internacional, que ha asistido a los principales festivales de música en la Ciudad de México como lo son Vive Latino y Corona Capital. Él como muchos músicos nació y creció en provincia como todos los integrantes de su banda. Con su banda anterior se abrió paso por muchos lugares de la República y actualmente con Celofán ha tenido la oportunidad de conocer muchos lugares más.

No se dedica sólo a la música, el actualmente cuenta con estudios superiores y tiene un trabajo con el que puede vivir bien, la música es solamente su hobby y no busca obtener ingresos de ella, aunque muchas veces los obtiene, no son los suficientes, apenas alcanzan para sostener a la banda. “Yo he ido a algunas ediciones del Corona Capital y del Vive Latino. Al Vive Latino va de todo, gente diversa de casi todas las edades, algunos sólo van por el Cartel de Santa otros por Gorillaz, pero el Corona Capital es muy diferente, la gente que va es más fresca, la música es más fresca, todo es muy nice”.

Los asistentes de los festivales podrían pensar que no tienen importancia, pero algunos piensan que los gustos musicales son en función a su forma de ser, de vestir y de su contexto socioeconómico, aunque sea el mismo costo de ambos festivales, para la mayoría de los jóvenes se separan por preferencias musicales.

El apoyo brindado al rock independiente nacional no parece ser el suficiente para que el talento emergente pueda ser escuchado. Dedicarte a lo que amas es una decisión tal y como lo menciona Adrián Álvarez, actual integrante de Meran: “La escena sabemos que no es muy grande, ya sea en cualquier lugar, en el estado o provincia o en la capital. Lo que una necesita es echarle muchas ganas, hacer las cosas con amor para que la gente consuma eso y pueda sentir todo lo que tú estás transmitiendo en tus canciones y ellos también puedan transmitírselo a los demás”.

Adrián es un músico por amor al arte, pues sabe que dedicarse a la música no le dejará ganancias para poder vivir. Él piensa que las redes sociales no le han afectado, al contrario, le han ayudado a su banda a difundir su música por todo el mundo, tiene una mayor oportunidad de ser escuchado a través de los servicios de

streaming y de las redes sociales que se han vuelto el plan de cada día de casi todos los seres humanos.

Dan de Say Ocean por otro lado, se dedica casi al 100% a la música, a pesar de tener otro trabajo para sostenerse, ensayan casi todos los días y todo el tiempo se encuentran escribiendo nuevas canciones. Tienen más definida su marca, tienen una ideología que los identifica e incluso sus atuendos están bien pensados para cada una de sus presentaciones, todo esto lo hace otro de los integrantes que cuenta con estudios de publicidad y relaciones públicas.

Por otro lado, Celofán tienen una calidad de sonido mayor, 3 de sus 4 integrantes son músicos de estudios profesionales e ingenieros en audio, tienen conocimiento musical y su música tiene un sonido más comercial y agradable para los oídos del público en general, sin embargo, no cuentan con el tiempo para continuar con su proyecto y tampoco para estar en todos los eventos a los que los invitan.

“Las bandas o proyectos además de tener un buen material grabado y audiovisual deben conocer y utilizar las herramientas digitales y un buen marketing. Explotar las redes sociales en lo que hagan, sentir a sus seguidores como parte del proyecto y mantenerse activas presentándose en espectáculos y saliendo de tour. Después de eso vienen los contactos o gente que les ayudará a potenciar su carrera y no achicarse ni menospreciar ninguna oportunidad”, opina el bajista de Celofán.

Cada paso que ha dado cada una de las bandas que se entrevistaron, será esencial para toda su carrera. Algunos lo toman como pasatiempo, otros como diversión y otros como su vida. La seriedad con la que se tomen sus proyectos y el empeño que le pongan a cada uno de ellos definirá el camino de su banda, algunos llegarán a Nakamas Fest para después llegar a un Vive Latino como Say Ocean.

Sin embargo, para poder lograr todo lo anterior mencionado se necesita empeño, una inversión de tiempo suficiente para su proyecto; inversión de dinero para instrumentos, tours, estudio de grabación; esfuerzo para que todo salga de la mejor forma posible y sus seguidores se tomen en serio cada paso que dan; fuerza para

caer, levantarse, desvelarse, aceptar comentarios negativos, rechazos; amor; amor al arte, a su banda, a sus seguidores, a la escena y sobre todo a la música, al rock.

Para todo aquél que quiera tener un lugar en la música deberá tener sus propios retos, un plan inteligente y cruzar las fronteras musicales que cierran a los géneros a crear leyendas increíbles como Walk This Way de Run D.M.C. con Aerosmith y así revolucionar la música.

En el mundo digital todo es efímero, lo que se recuerda es todo aquello que se viraliza y queda guardado en la conciencia colectiva, tal y como lo estudió el sociólogo Émile Durkheim, es así como podrán sobrevivir los grandes movimientos sociales respaldados en la música como en otras artes.

Anexo: Galería fotográfica

Vimana and friends

Tony el Gordo

Marzo 2018

Por: Shadani Plaza



Split Cerrando Ciclos

Red House

Julio 2017

Por: Shadani Plaza



Fuentes de consulta

Bibliografía

- Byrne, David, "Cómo funciona la música", Editorial Sexto Piso. Reino Unido, 2014.
- Estrada, Tere, "Sirenas al ataque", Editorial OCEANO. México. 2008.
- Genette, Gerard, "Figuras III", Editorial LUMEN, España, 1989.

Cibergrafía

- BBC Mundo, Redacción, "Quién es Daniel Ek, el niño prodigio que revolucionó la historia de la música con Spotify y se convirtió en multimillonario, BBC Mundo, abril 2018, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43646280>, 6 de mayo de 2018.
- Bt, Irene, "Música Indie rock ¿Cómo y dónde surgió?", 2017, <http://todoindie.com/musica-indie-como-durgio/>, 5 de julio de 2017
- Nicolás, Antonio, "La música actual está en decadencia ¿muerte del rock?", TARINGA! Noviembre 2013, <https://www.taringa.net/posts/offtopic/17135820/>, 5 de noviembre de 2017.
- Histografías, "La historia de Spotify convertida en infografía", Histografías julio 2020, <https://histografias.com/infografia-historia-spotify-daniel-ek.html>, 16 de agosto de 2020.
- Varela, María, "Nacimiento de Spotify", Marketing Ecommerce, enero 2017, <https://marketing4ecommerce.net/>, 30 de octubre de 2017.
- Vázquez, Esmeralda, "La pobreza cultural, enemigo de los músicos independientes en México, 2013, <http://expansion.mx/entretenimiento/2013/12/05/la-pobreza-cultural-enemigo-de-los-musicos-independientes-en-mexico>, 5 de julio de 2017.

Fuentes vivas

- Álvarez, Adrián, músico y bajista en Merán y Ferrara's.
- Carrillo, Daniel, músico y guitarrista en Say Ocean.
- Chávez, Arizbeth, comunicóloga, músico y locutora en el Instituto Mexicano de la Radio.
- Escobedo, Mauricio, músico, ingeniero en audio, guitarrista en Maerán y baterista en Ferrara's, productor en La Habitación Studios.
- Espinosa Malagón, Arturo, ingeniero en audio, músico y productor independiente.
- Fong Varela, Álvaro, profesor en la Facultad de Estudios Superiores Aragón UNAM.
- Martínez Ruiz, Luis Enrique, músico bajista en Celofán.

-Martínez Zentella, Antonio, fanático musical y dueño de tienda Recuerdos Musicales en Ciudad de México.

-Rubio Mendonza, Manuel, músico y productor en Infinhito Estudio.

-Sánchez Hidalgo, Josué Aaron, músico y guitarrista, Zacatecas, México.

-Tepalt Alarcón, Lizzethe, psicóloga especialista en juventud y niñez, Estado de México.