



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Estudios Superiores Iztacala

"La juventud y el rock en la era digital"

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA
P R E S E N T A

José Fernando Olivares Cardona

Director: Lic. **Jorge Víquez Rodríguez**

Dictaminadores: Dra. **Berta Elvia Taracena Ruiz**

Lic. **José Antonio Amador Melo**



Los Reyes Iztacala, Edo de México, 2015



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.

“Si el éxito de un hombre puede ser juzgado por la cantidad de buenos amigos que tuvo, entonces fui exitoso”

Johnny Ramone “The Ramones”

**Agradezco a las personas que creen en mí
y me apoyan de manera sincera.**

Un reconocimiento especial a:

Estibalis Anaya

Veronika Lukešová

Pavel Rodríguez Daza

Lula Bertoldi

Israel Olguín “Bam Bam”

Pär Sundström

ÍNDICE

Introducción.....	1
1: El rock como movimiento cultural	
1.1 Antecedentes de la juventud del rock.....	9
1.2 El rock en la actualidad.....	15
2: Diversificación del rock en México y otros países	
2.1 Aceptación de la música en ámbitos dominantes.....	21
3: Esplendor y diversificación del rock: la llegada de las nuevas tecnologías	
3.1 El rock y las redes sociales: Myspace, YouTube y Facebook.....	25
3.2 Medios digitales: Comercialización y divulgación musical.....	28
4: La tendencia de la música en las redes sociales	
4.1 Las redes sociales y el internet ¿una relación recíproca o unidireccional?.....	31
Método.....	36
Resultados.....	39
Conclusiones.....	66
Referencias.....	72
Anexos.....	78

Introducción

Las redes sociales por internet nacen como una unión de personas conocidas o desconocidas que interactúan entre sí, redefiniendo al grupo y retroalimentándolo (Durand, 2011). En estos espacios se generan nuevos tipos de relaciones: financieras, de amistad, laborales, etc.; relaciones que en el pasado no hubieran sido posibles debido a la falta de tecnología necesaria que propiciaran una mayor interactividad. Castañeda, González y Serrano (2011) señalan dos elementos importantes que componen a las redes sociales: el primero de ellos es el perfil, obligatorio en todas las redes sociales para mostrar información y las opciones de búsqueda, la cual permite encontrar personas, grupos y cosas de interés. El objetivo fundamental es la comunicación entre los distintos usuarios, mediante una amplia variedad de herramientas como chats, video llamadas, mensajes públicos y mensajes privados. Las redes sociales permiten disfrutar de aplicaciones y juegos, así como expresar ideas, pensamientos, estados de ánimo, creencias acerca de cualquier hecho considerado como relevante para el usuario, todo casi de manera inmediata. Cada día son más los sitios que posibilitan la subida de información en forma de videos, imágenes y audios, así como la capacidad de enlazar contenido desde otras herramientas de publicación, lo cual aumenta la posibilidad de que los usuarios expresen sus opiniones. Urueña (2011) menciona que existen algunos riesgos importantes del uso de las redes sociales, de los cuales destaca: la suplantación de identidad, posibilidad de que alguien observe lo que estás haciendo, un uso adictivo y realizar actos ilícitos.

A finales de siglo XIX, con la llegada de la posibilidad de grabación de audio, se crea una industria musical de consumo, genera que la escucha que antes era colectiva (experiencia presencial en eventos públicos) se convierta en una escucha solitaria, transformando la relación de cada uno de la música. Márquez (2011) comenta que el hecho de poder almacenar música y repetirla un sinnúmero de veces genera que los oyentes prefieran la versión grabada y a las ejecuciones en vivo, que en ocasiones les parecen deficientes en comparación. Centrando la atención en el ambiente artístico musical en México, el uso de las redes sociales para fines artísticos ha ido en aumento, se pueden conocer y seguir a los artistas favoritos, enterarte de shows, comprar todo tipo de artículos, ver y escuchar

presentaciones en directo, escuchar música en distintos portales de manera gratuita y mediante pago. Durand (2011) señala que la venta digital de música aumentó un 50% gracias a la apertura de iTunes en nuestro país.

Para Chen, De y Hu (2009) existen dos claros efectos de las descargas vía web, el primero es que una descarga ilegal sustituye a una descarga legal. El segundo efecto consiste en que una descarga ilegal y un sampling (muestreo de canción) permiten a los posibles consumidores tener una mejor opinión para decidir si compran o no el material de forma legal, debido a que las personas en ocasiones dudan de comprar cierto material por temor a que no sea de su agrado.

Resulta interesante el carácter delictivo en el área musical, según la Federación internacional de la industria discográfica (IFPI siglas en inglés), México encabeza junto con Brasil, la lista de países que hacen el mayor número de descargas ilegales de música. Aun no existen acciones legales en concreto para detener el crecimiento de la piratería de la música en espacios digitales, se debe en parte a que no existe una autoridad que persiga de forma exhaustiva los ilícitos de esta índole.

Si algo resulta claro es que la música por internet permite descubrir y experimentar con nuevos géneros y artistas, debido a la facilidad para subir a la red contenido propio en diversos portales; por lo cual exige actividades como: crear y mantener amistades, conocer gente nueva, crear música de forma conjunta, compartir fotos y noticias de eventos musicales. De Aguilera, Adell y Borges (2010) refieren que la música no solo se descarga y se escucha, en los últimos años ha cambiado el comportamiento del oyente debido a que se utiliza como un elemento para la configuración de identidad. Desde edades muy tempranas a las personas se les expone a la música en casa, escuela, transporte público y espacios académicos; por lo que resulta difícil que transcurra un día sin entrar en contacto con ella.

Un género que resulta de particular interés es el rock en sus distintas variantes (metal, punk, ska, hardcore, etc.), debido a las características únicas presentes en sus letras, músicos, escena musical y las personas que gustan de

escucharlo; que son poco probable de encontrar en géneros dominantes o populares. Además de coincidir con otros géneros en temas como el amor o cosas de la vida cotidiana, el rock tiene la particularidad de ser más que un género o estilo musical, para algunos de sus escuchas es una forma de pensar y actuar; así como de proponer algo distinto a lo establecido y denunciar los supuestos males de la sociedad. No resulta raro encontrar temas a favor de los derechos de los animales, del cuidado del medio ambiente, del compañerismo y libertad; como tampoco resulta extraño escuchar temas en contra de la violencia, la desigualdad o la guerra. En ocasiones se les designan los siguientes términos al rock y a sus subgéneros: tribus, contra-culturas o culturas alternativas; en el transcurso del presente trabajo se cuestionará la pertinencia del uso de estos términos, así como el uso de la palabra género.

Desde joven he tenido una afinidad por la música de corte no comercial o popular, así como la cultura generada por determinados géneros musicales. A la edad de 14 años empecé a aprender a tocar la guitarra y el bajo, a los 15 años forme mi primera banda de rock. Para poder tener un grupo musical, es deseable tener ciertas influencias de otros músicos: me di cuenta que había una gran cantidad de grupos, algunos llevaban tocando más de 30 años, pero otros existían algunos pocos meses o unos cuantos años. En otras ocasiones surgían cambios en las alineaciones como en el estilo musical, se realizaban videos musicales, grabaciones de discos y hacían giras locales o internacionales. Al ingresar a la carrera de psicología me di cuenta de la existencia de diferentes áreas donde el psicólogo desempeña su labor, áreas relacionadas al trabajo en una empresa, en clínicas u hospitales, en escuelas desde los niveles más elementales hasta los más avanzados. Noté la ausencia del psicólogo en el área artística, así como la falta de una aproximación libre de prejuicios en la elaboración de investigaciones relacionadas a las culturas juveniles, algunas de ellas claramente realizadas en una falta de contexto. Dicha condición se puede deber a que estos fenómenos podrían ser tachados de coloquiales y a la aparente similitud con otros fenómenos causada por la desinformación, ya que en nuestra cultura resultan temas poco relevantes para el funcionamiento de la sociedad que se encuentra bajo la norma. Mi

aproximación al fenómeno de las culturas juveniles en relación al movimiento del rock no busca generalizaciones ni estandarizar algo que por su propia condición está libre de cualquier control de la norma, mi papel es describir las diversas perspectivas de la realidad del fenómeno, haciendo uso del discurso de los músicos que puede ser encontrado a través biografías, autobiografías, video entrevistas y claramente de la voz directa de algunos personajes.

Agregando el dominio de tecnologías, la cual es un área descuidada en la formación de los estudiantes de la FESI, no se incluye en el plan curricular a pesar de que a lo largo de la carrera y en el área laboral es indispensable. El manejo de software y de la navegación por internet con diversos propósitos se encuentra en los estudiantes en niveles muy elementales. Encontré un espacio para desarrollar mi propuesta de trabajo en el programa de investigación e intervención “Subjetividad y Sociedad”, el cual ha respaldado y promovido diversas investigaciones desde la metodología cualitativa y se ha interesado en abordar problemas sociales de tipo emergente. El programa ha desarrollado como objetivos la creación de un espacio institucional para llevar a cabo estudios reflexivos sobre los individuos en distintas áreas del conocimiento, realizar y promover trabajos de investigación que contribuyen al enriquecimiento de los análisis de las prácticas profesionales, interesarse en investigaciones de problemas sociales, educativos o de salud; así como generar mecanismos necesarios para el intercambio de trabajos con otros investigadores. Así mismo, aprovecho para agradecer al Programa de Apoyo a Proyectos para la Innovación y Mejoramiento de la Enseñanza (PAPIME) por otorgarme una beca.

La psicología no solo en la FESI, ha centrado su atención en áreas como lo son: educativa, laboral, deportiva, jurídica, etc.; pero en una menor proporción se ha preocupado por abordar el área artística. Por otra parte, también se ha descuidado la formación de los alumnos en áreas relacionadas con la tecnología, principalmente en el uso de las redes sociales. Estando inmersos en una era donde la tecnología asume un lugar elemental en el proceso de enseñanza- aprendizaje y difusión de ideas, resultaría poco benéfico no darle la importancia que se merece.

La influencia de la música y en especial la música rock, permite realizar un seguimiento del desarrollo de los medios de comunicación y las tecnologías a través del tiempo. Estudiar las TIC es relevante para la psicología debido a que el fenómeno del internet ha venido modificando de manera considerable la forma en que las personas interactúan y se comunican con otros. De igual forma, resulta importante estudiar la música rock (el arte en general) porque es una significativa forma de expresión, se convierte en un grupo de referencia y funge como un catalizador en el proceso de construcción de identidad, especialmente en los jóvenes hoy día. Los grupos musicales al no ser de carácter plenamente formal parecieran no pertenecer al sistema, Aliano (2010) señala que es vital centrarnos en la “comunidad rockera” para poder divisar no solo las prácticas relacionadas al consumo, los rituales y recitales, se debe dar lugar también a sus relaciones familiares, amistosas, barriales y laborales, sistemas de valores y creencias, problemas, etc. (pues nadie es ajeno a esas dinámicas o estructuras).

Concordando con Reguillo (2012), la mayoría de las investigaciones emplean un lenguaje normativo de la ciencia (punto de vista externo al fenómeno), mediante el cual descalifican al conocimiento generado en el interior del mismo. Los discursos en pocas ocasiones superan los niveles descriptivos, los datos se quedan en niveles anecdóticos, generando una distorsión de la juventud y sus prácticas, empleando una lógica causal donde los individuos asumen un papel pasivo al ser una consecuencia o síntoma de las deficiencias de la normatividad.

La presente propuesta, es realizar es realizar una investigación de tipo mixto (triangulación cuanti-cuali). Patton (1990) define lo cualitativo como descripciones detalladas de eventos, situaciones, personas, interacciones así como conductas observadas y sus manifestaciones. Corbetta (2003) explica que en la metodología cualitativa se evalúa el desarrollo natural de los sucesos al no haber manipulación ni estimulación con respecto a la realidad, construyendo conocimiento a partir de las experiencias de los participantes. Se entiende por cuantitativo información recolectada de los objetos, fenómenos o participantes que puede ser expresada en

datos numéricos y analizada mediante procedimientos estadísticos para establecer patrones de comportamiento y comprobar teorías (Grinnel, 1997).

Donolo (2009) precisa que la triangulación es un procedimiento de control que permite garantizar la confiabilidad entre los resultados. Blaikie (1991) comenta que una de las principales características de la triangulación es aumentar la validez de los resultados, disminuir los problemas de sesgo y ampliar la comprensión de la realidad a estudiar. Okuda y Gómez-Restrepo (2005) sostienen que una ventaja de la triangulación es que al arrojaras las dos estrategias resultados similares, esto corrobora los hallazgos (debido a que se evalúa un mismo fenómeno desde perspectivas diferentes). La triangulación resulta vital para profundizar en la comprensión de la complejidad de cualquier fenómeno a estudiar. Se optó por una triangulación de métodos; la cual consiste en el uso de dos o más métodos de investigación, de diseño o de recolección de datos (Arias, 2000). Los datos recogidos mediante los diferentes instrumentos utilizados (entrevista semi estructurada y cuestionario) se analizaron por separado y posteriormente se compararon los hallazgos para validarlos.

Desde una perspectiva plenamente cuantitativa, los instrumentos de investigación como los cuestionarios son sumamente estructurados; debido a que suelen administrarse a una gran cantidad de sujetos buscando una estandarización para poder obtener resultados comparables, en palabras de Taylor y Bogdan (1987) bajo esta modalidad el investigador tiene las preguntas y el sujeto de investigación tiene las respuestas. Resulta vital para alcanzar los objetivos planteados de esta investigación, principalmente para obtener cifras que sirvan de soporte para los planteamientos expuestos. En contraste, se recurrirá también a entrevistas de corte cualitativo las cuales son mucho más flexibles y dinámicas, son no directivas, no estandarizadas y abiertas, van dirigidas hacia la comprensión de la vida, experiencias y situaciones; siguen la forma de conversación entre iguales.

Taylor y Bogdan (1987) señalan tres tipos de entrevistas a profundidad. La primera es la historia de vida o autobiografía sociológica, busca aprender acerca de experiencias destacadas. El segundo tipo se dirige al aprendizaje sobre

acontecimientos y actividad que no se pueden observar directamente. El tercer y último tipo tiene la finalidad de proporcionar un amplio cuadro de una gama de situaciones, escenarios y personas. Hay que recordar que las entrevistas son susceptibles a engaños, falsificaciones, distorsiones, etc., es vital que el entrevistador no comprenda mal el lenguaje de los informantes. Es importante aclarar que en la investigación cualitativa no es necesaria la representatividad estadísticamente hablando, es igualmente valioso entrevistar a un número considerable de individuos que a unos pocos (Grinnel, 1997). Se requiere de un diseño flexible de la investigación, por lo que en ocasiones es complicado determinar a cuantas personas se debe entrevistar.

La información recolectada de tipo oral provee información en un estado bruto aptos para ser analizados y ser narrados nuevamente en el reporte de la investigación. Los datos se obtienen a partir de documentos, biografías, entrevistas o testimonios, los cuales se pueden encontrar en distintos formatos como grabaciones, artículos, diarios, cartas, etc. (Hernández, Fernández, Baptista, 2003). El marco teórico se utiliza principalmente desde una perspectiva que permite entender a un individuo o a un grupo mediante una contextualización. Se analizan eventos y factores de interés para posteriormente identificar temas y categorías útiles para el entendimiento del fenómeno.

Fue utilizada una combinación de estudios narrativos según la clasificación señalada por Mertens (2005): de tópicos, consistiendo en enfocarse en una temática; biográfica, de personas sin recurrir a la narración de participantes en vivo; y autobiográficos, de personas incluyendo sus testimonios de forma oral en vivo. En este tipo de diseños es fundamental el seguimiento en la evolución de los acontecimientos hasta la actualidad, así como contar con distintas fuentes de datos para aumentar la validación y descartar sesgos a causa de información falsa, deformada o exagerada. (Hernández, Fernández, Baptista, 2003). Para poder realizar el presente estudio se llevó a cabo una revisión documental en fuentes secundarias como libros y revistas acerca del fenómeno del uso de redes sociales y del movimiento rock, además de entrevistas semi estructuradas.

En la presente investigación se empleó un muestreo no probabilístico por juicio del investigador, donde el número de casos resulta irrelevante y se le da prioridad al potencial de cada caso. Una de las técnicas más efectivas para constituir al grupo de informantes es: bola de nieve; la cual consiste en contactar a algunos informantes y que ellos puedan presentar a otros. Es recomendable al inicio comentar a los informantes que quiere mantener una o dos entrevistas y progresivamente si se requieren más hacerlo de manera sutil, a diferencia de los instrumentos más estandarizados donde hay un único contacto o aplicación con el sujeto a investigación; es indispensable no iniciar la entrevista con preguntas directivas, es presumible realizar algunas preguntas generales. Para Spradley (1979) un requerimiento para un buen informante es la enculturación completa, lo que significa que conozcan muy bien una cultura que ya no piensan acerca de ella.

El objetivo general es identificar los usos de herramientas web y de redes sociales con fines musicales en estudiantes de la Carrera de Psicología de la FESI.

Como objetivos específicos se encuentran:

- Conocer el nivel socioeconómico de estudiantes de Psicología de la FESI y si este influye en el acceso a las TIC y a medios musicales.
- Identificar antecedentes musicales en músicos estudiantes de Psicología de la FESI.
- Analizar el rock mexicano de los 80s a la actualidad desde una perspectiva histórica socio cultural.
- Analizar las formas de comunicación y difusión del Rock en México de los años 80 a la actualidad.
- Identificar el papel que desempeña el rock en la juventud.

1: EL ROCK COMO MOVIMIENTO CULTURAL

1.1 Antecedentes de la juventud del rock

Mead (1970) define que la cultura de antes es la misma que la de ahora pero en espacios temporales diferentes. Así mismo, clasifica la cultura en tres tipos: postfigurativa, configurativa y prefigurativa. Dicha clasificación permite poner en contexto tanto a los escuchas como a la música.

La cultura postfigurativa es aquella donde las personas jóvenes aprenden de las generaciones anteriores, las cuales son situadas en el lugar del saber y de lo correcto. En México la cultura es de carácter postfigurativa, debido a que las generaciones viejas fungen como una unidad patrón contra la cual el presente y futuro de las generaciones jóvenes son comparados. Esta lógica de pensamiento permite dar una explicación a dos fenómenos: al acto de admirar músicos del pasado y pioneros; y el planteamiento de que el rock no tiene un hoy ni mañana.

En la escena musical de México, así como en otras partes del mundo, se lucha por alcanzar a ser una cultura de tipo configurativa, la cual consiste en aprender de otros considerados como iguales. Por ejemplo, hoy en día se puede encontrar en un concierto a un padre de familia acompañado de su pareja e hijos o ver a un adolescente platicando de su músico favorito con una persona que le dobla la edad y entenderse. Bajo la misma lógica un joven puede estar viendo un concierto o escuchar una grabación de muchos años antes de que él naciera y sentirse cómodo al respecto, pareciera que la tecnología facilita disminuir las barreras de prejuicios espacio temporales. La cultura prefigurativa es aquella donde las generaciones mayores aprenden de las generaciones más jóvenes. En México las generaciones mayores parecerían tener un estatus o jerarquía superior, donde los componentes diferentes y novedosos atentan contra lo considerado normal, de igual forma la juventud como elemento novedoso es considerado como heredero de lo deseable, de carácter ambivalente por ser la esperanza para el futuro y una amenaza para el presente (Margulis y Urresti, 1998).

Margulis y Urresti (1998) refieren que no existe solo un tipo de juventud, debido a que es un constructo social, varía dependiendo la cultura y la sociedad. Son múltiples las juventudes, variando en relación a características de clase y lugar donde viven, generación a la cual pertenecen, etc. con una gran variedad de comportamientos, referencias identitarias, lenguajes y formas de sociabilidad. Por lo tanto, se podría decir que no todos los jóvenes son juveniles, en relación a cuanto se asemejen o se diferencien del modelo correspondiente a su medio. Concordando con Martín-Barbero (1998), se suele concebir erróneamente a la juventud únicamente como una etapa o transición, llena de inestabilidad e improductividad, carente de sentido e identidad. Resulta muy similar este tipo de aproximación por el ámbito formal e institucionalizado hacia el fenómeno del movimiento rock, adjudicado por su relación con la juventud, el cual será desarrollado más adelante en profundidad comenzando con una breve historia del rock en general.

De Garay (1989) ubica el nacimiento del rock en los 50s en Estados Unidos e Inglaterra, entiende que se generó como un mecanismo de expansión, aceptación y retroalimentación de amplios sectores juveniles en varios países. Para Yudice (2010) el rock nació de una fusión cultural bastante compleja en los Estados Unidos. Surgir a partir una mezcla heterogénea fuera de la institucionalidad y del ámbito formal permitió que la música se convirtiera en un mecanismo de identificación popular y social, así como un medio de integración. El rock al convertirse en un movimiento globalizado, pasando de los escenarios a la radio y a la tv como un medio de entretenimiento, permitió la mezcla o exposición a distintas culturas, el ejemplo más claro es la llegada de los Beatles al mercado musical, expandiéndose a diversos países no angloparlantes.

Yudice (2010) explica que esta nueva condición permitió al rock jugar un rol como actor político, ligándolo a movimientos feministas, hippies, activistas de los derechos humanos y animales, etc.; lo cual es una probable explicación del éxito del rock, ya que permite identificarse el público juvenil con los músicos y los demás escuchas procedentes de condiciones sociales, intereses y preocupaciones similares. Por esa misma razón comenzó a ser considerado como un enemigo para

la preservación del “Status Quo”, generando conciencia y unidad entre iguales y disonancia entre disímiles, fenómeno el cual era observable desde el núcleo de la sociedad, la familia. No resultó raro que los jóvenes tuvieran problemas en casa debido a que el tipo de música que escuchaban no coincidía con los gustos de sus mayores y exigían que la apartaran de sus vidas, además de prohibirles asistir a eventos donde se promoviera esa nueva “moda” que no les dejaba ningún aparente beneficio.

En México se trató de manejar la situación del rock de manera poco democrática y con una agresividad muy explícita. Haro (1958) redacta lo siguiente:

Si en nuestras manos estuviera poder hacerlo, enviaríamos un telegrama urgente a las siguientes personas: Los Teen Tops, Los Rebeldes del Rock...la cita sería, digamos a las 6 de la mañana, en la plaza de la Constitución; es decir, en un lugar espacioso.... Una vez reunidos todos llamaríamos al pelotón armado con fusiles, ametralladoras y (pensando que esto pudiera servir de escarmiento a la juventud mexicana) daríamos la orden de ¡Apunten! ¡listos! ¡fuego!.(como se citó en De Garay, 1989, p.121).

Centrándonos en nuestro país, Roura (1985) clasifica la historia del rock nacional en tres periodos: a) finales de los cincuentas y principios los sesentas, b) finales de los sesentas y principios de los setentas c) finales de los setentas en adelante. Refiere al primer periodo como una emulación del rock extranjero pero con traducciones al español, el rock mexicano así como en otros subgéneros fueron los pioneros en componer en español; encontrando a grupos como Teen Tops, Locos del Ritmo, Rebeldes del Rock, etc., Durante el periodo de 60s-70s empiezan a surgir grupos con composiciones propias pero volviendo a letras en inglés (Three Souls in My Mind, Javier Batiz, Peace and Love, etc.), su meca, el festival de Avándaro.

Al final de este último periodo, los medios de comunicación fueron cerrando los espacios dedicados al rock, posiblemente como una estrategia para frenar el crecimiento y difusión de una forma de expresión que no podía ser controlada. Difundir y presentarse empleando medios informales como repartir flyers, pegar carteles en la calle o voz en voz se convirtió en la forma más efectiva de sobrevivir y generó el término “underground” (bajo tierra).

“El Guadaña”, vocalista de la Banda Bostik menciona:

Aun teniendo discos grabados se tenía que pagar a los organizadores de los eventos para que nos dejaran tocar, en ocasiones no nos ponían en las publicidades o escribían mal nuestros nombres aun en eventos masivos. Lo común era mandar a hacer su propia publicidad de manera impresa, nosotros mismos los íbamos a pegar a la calle aunque en ocasiones éramos reprimidos por la policía. (Rico, 2013).

Alguien más que vivió esa realidad fue Raúl Greñas fundador de Luzbel, quien comenta: “Se tenían que tocar covers porque te pagaban,... chico feo, tocas en lugares feos y te pago feo.” (Rico, 2012).

La única forma de escuchar los grupos era asistiendo a los pocos o muchos conciertos que se llevaban a cabo en el país. Lalo Tex menciona: “El gobierno se portó muy represor con el rock mexicano debido a que no podían manipularlo, se convirtió en clandestino. “ (Rico, 2013).

Bajo la misma lógica, Charlie Monttana comenta:

Después del 68, Díaz Ordaz bloqueó la entrada del rock a México. Tenías que ser un artista muy guapo, tocar muy fresca y muy tonto para tocar en el radio o salir en las revistas de niñas bonitas. El rock siempre estuvo reprimido y marginal. Televisa o Azteca nunca nos apoyó, el canal 11 cuando nos apoyaba de repente quitó los bloques. (Rico, 2012).

Otro ejemplo de represión ocurre en los 80s en E.U.A., la sociedad se encontraba preocupada por aquella música que no entendían debido a que no la conocían por sus prejuicios. Los grupos de rock comenzaron a ser afectados principalmente porque la mayoría del público eran niños y adolescentes que vivían bajo el cuidado de sus padres, quienes no les permitían tener acceso al material musical “rockero”. Se empezó a presionar a las compañías discográficas, las cuales tomaron decisiones como cubrir con una bolsa negra para su exhibición y venta las caratulas de álbumes por resultar ofensivas o inapropiadas para el público en general.

En E.U.A. se formó un comité de padres llamado Parents Music Resource Center (Centro de recursos para padres de música), su meta era aumentar el control relacionado a la música inapropiada (por supuesto contenido violento, relacionado a drogas y sexo) que era vendida a los niños. El caso fue incluso llevado ante los tribunales, la persona elegida para representar a los músicos y a la industria discográfica fue Dee Snider (vocalista del grupo de heavy metal Twisted Sister). Se le interrogó acerca del contenido de ciertos álbumes, dejando al descubierto el prejuicio existente acerca del rock. Dee Snider argumentó que él era padre de familia y que si uno de sus hijos quería escuchar música aparentemente inapropiada, él primero escucharía cada una de las canciones atentamente así como el contenido del álbum en general para tomar una decisión adecuada y respetar la decisión de su hijo. En 1985 se acordó el uso de la popular etiqueta “Parental Advisory” (supervisión paternal) en las cajas de los discos, aunque muchos artistas y disqueras y tiendas de discos se niegan hasta la fecha de aceptarlas.

En México en 1987, surge Caifanes con un alto nivel comercialización, se genera una disposición mayor para grabar música de rock por parte de la industria, la cual se da cuenta que tiene un lugar en el mercado.

Se pueden identificar dos posturas radicales, aceptar o rechazar la música rock, personajes como Shanick Berkman se burlaban en los programas de los años 80s de grupos como Botellita de Jerez cuando los tenían como invitados, en la otra

cara de la moneda encontramos a personas como Fernanda Tapia (a cargo del programa Espacio 59), quien ayudó mucho a los grupos en su difusión de proyectos. La radio se convirtió en un aliado fundamental del rock con programas como Rock 101, Estéreo Joven, Espacio 59 y algunos periódicos como la Jornada empezaron a hacer algunas notas al respecto. Se crearon bares o foros no tan selectivos: La Rockola, El Bar 9, Rockotitlán, Tutti Frutti y LUCC. Para los medios masivos de comunicación, el movimiento rockero mexicano solo lo formaban los grupos que pudieron grabar con la industria, desconociendo por completo que este movimiento llevaba varios años de existencia.

De Garay (1989) explica que el rock es una de las manifestaciones de mayor importancia de la cultura mexicana contemporánea (finales de los 80s). Cataloga al rock como una forma de expresión de los jóvenes, generador de una actitud ante la vida, creando formas de expresión y comunicación propias, por lo cual no resulta raro que el rock se vaya desarrollando paralelamente a las tecnologías emergentes. Afirman que el rock además de representar un movimiento musical, ofrece la posibilidad de unificar a la juventud, lo cual permite oponerse y hacer propuestas para los estilos de vida convencionales.

En los años 90s, los grupos musicales más allá de contar con una especificidad musical, compartían temáticas y actitudes. Los géneros que surgían se convertían en alternativas para la juventud y a la vez en una competencia para los sectores dominantes por otras tendencias. Belz (1974) sostiene que el rock desde sus inicios fue una forma de protestar contra la música precedente, es significativo considerar que la música rock también era y es una forma de protesta contra la música del momento, no solo está en contra de los mecanismos que rigen la institucionalidad en la sociedad. Se podría considerar entonces que el rock pasa a ser una cultura alternativa, definiendo este último término como: un conjunto de personas cohesionadas por un tipo de música, que comparten ideologías, valores y creencias.

Palacios (2011) explica que la historia del rock en México se encuentra en proceso de construcción, a diferencia de países anglo parlantes donde se han

escrito múltiples materiales al respecto, aunque suelen ser solo de carácter audiovisual, pocas veces de carácter escrito y no van más allá de simples relatos anecdóticos fragmentados, en ocasiones dejando a un lado la singularidad de los músicos y quienes escuchan este tipo de música. A pesar de cierta parte de conciencia por parte de algunos músicos de los más representativos y vigentes en México, coincidiendo con Palacios (2005), hay una escasez e inexistencia de fuentes escritas, así como fuentes audiovisuales, lo cual dificulta su reconstrucción histórica y un adecuado análisis actual.

Los mismos músicos lo dicen, como es el caso de Aknez de Massacre 68: “Nadie le ha dado la atención verdadera, todos nos hemos dejado llevar por lo que es el tema comercial, que termina siendo una burla.” (Rico, 2013).

Los acontecimientos históricos por si mismos superan a los actores que los representaron, llamados músicos líderes por Seman y Vilas (2008), tienen una fuerte influencia en la constitución propia de los discursos musicales. Palacios (2011) afirma que el rock se concibe actualmente en gran medida a través de videos, de manera contraria el rock en sus inicios carece de este tipo de materiales, los testimonios del inicio de rock son reducidos a breves artículos en los periódicos y revistas que responden a intereses de mercadotecnia. En otras palabras la tecnología en sus diferentes niveles juega un papel clave en la línea de desarrollo del rock.

1.2 El rock en la actualidad

David Lerma vocalista de la Banda Bostik dice: “Seguir vivos no es fácil. Es una prueba de resistencia, pocos somos los que sobrevivimos y nos quedamos en esta vida”. (Rico, 2013).

Algunos de los actores de la historia del rock mexicano que se pueden nombrar, son ciertos grupos legendarios que comenzaron en los años 80s que siguen activos hasta nuestros días, tal es el caso de: La Banda Bostik, Luzbel, Charlie Monttana, Tex Tex, El Haragán, Ramsés, Botellita de Jerez, entre muchos otros. La mayoría de estos grupos representativos del rock nacional, mencionan que la preferencia por la música surge desde muy jóvenes, por lo general en su

hogar alguien tocaba algún instrumento musical y se escuchaba música no necesariamente rock mediante la radio, cintas o discos. Como influencias musicales de grupos nacionales figuran Troncho Pilatos, Three Souls in My Mind, Doug Dougs, Bandido, Peace and Love, Los locos del Ritmo, Rockdrigo González, Cesar Costa, Alberto Vásquez, Los Hooligans. Las influencias que venían fuera del país resultan de grupos como Pink Floyd, The Kinks, The Beatles, Jimmy Hendrix, Bob Dylan, Sex Pistols, Eskorbuto, David Bowie, The Rolling Stones, Led Zeppelin, Bauhaus, The Cure, The Ramones, Eric Clapton, Dokken, The Doors, Ratt. Pero no basta solo con influencias musicales en común, hay motivaciones diferentes para todos desde dinero, poder, los mártires, etc. Resulta de interés que estos grupos hayan servido de influencia, debido a que la gran mayoría si no es que todos ellos son grupos temáticos, con ideas y orientaciones musicales muy definidas.

Ejemplificando lo anterior, Lalo Tex (vocalista del grupo Tex Tex) define:

El rock es la respuesta a la realidad horrenda y pesada, es un escape para disfrutar las bellezas de este mundo, acabar con la represión y discriminación. El rock se hizo para expresar la rabia que siente uno al no tener la posibilidad de que las autoridades le hagan caso. (Rico, 2013).

Para Alejandro Lora (vocalista y fundador de Three Souls in My Mind, El Tri: “Son letras de lo que vivo, de lo que vive la banda o de algún personaje. Es una música que quiere comunicar el sentir de la gente.” (Rico, 2013).

A diferencia de otros géneros, tiene la característica de ser muy variado, permite mezclar diferentes ritmos e instrumentos y ser la influencia para muchos otros géneros. Se basa en poner en cuestión los estatutos del orden, progreso, problematizando a la sociedad. Para algunos otros, es solo un tipo más de música, resulta algo que no es de su interés y por lo tanto desconocen del tema. Lo consideran como música para gritar y una forma de escándalo que altera a las personas. Producto de estas circunstancias, algunas preguntas casi ineludibles de generar son: ¿Cómo es el rock en la actualidad en México? ¿Que se ha mantenido o modificado? Y ¿Por qué?

En la actualidad existe una gran cantidad de grupos de rock en nuestro país, integrados por músicos tanto muy jóvenes como adultos. Los subgéneros y temáticas son muy variadas, con letras en español, inglés, alemán, francés e idiomas indígenas. La diversificación se debe principalmente a la facilidad para poder conseguir material audiovisual de las distintas bandas (de diferentes calidades, desde canciones grabadas de forma casera y de manera profesional) proveniente de casi cualquier parte del mundo. Hay demasiada información y música que las personas la consumen de manera automática y no se toman el tiempo para procesarla, lo cual en ocasiones genera grupos con cimientos débiles que desaparecen en poco tiempo, dejando por su paso nada o poco material de calidad.

Charlie Monttana explica este fenómeno comentando que:

No hubo una raíz de abolengo, ya no volvió a aparecer un principio real conceptual, creció ilógicamente, hay algunas bandas buenas, pero no, la gran mayoría se pierde en las neblinas el anonimato. La tecnología está dando muchas bandas, los medios de comunicación, YouTube, ese tipo de alternativas son apoyos de difusión nuevos, pero hay demasiadas bandas vacías que no se sabe si sobrevivan. (Rico, 2012).

En cierta forma, se puede observar que el rock ya no es tan marginal o por lo menos ya no es tan censurado, debido a la facilidad de distribución y comercialización de nuestros días que ofrece la tecnología, lo cual genera el fenómeno de ser comercial aunque no a grandes niveles como de artistas pop y sin depender de compañías disqueras o de promoción. Napoleón Bonaparte no podría estar menos equivocado con su frase célebre: "Aquel que no conoce la historia está condenado a repetirla". El rock poco sabe de su propia historia debido a la falta de documentación, los grupos poco saben de su presente y probablemente no tengan futuro, debido a que se siguen cometiendo los mismos errores que en décadas pasadas, por ignorancia y falta de habilidades. Las dos principales fallas se encuentran en: la preparación del músico, la cual involucra no solo el aspecto

musical, se requiere de un repertorio amplio de habilidades para poder tener éxito como lo son: trabajo en equipo, socialización, asertividad, solución de problemas, creatividad, determinación. La segunda falla consiste en los procesos de comercialización y difusión.

Si tratáramos de analizar la escena musical, el elemento sine qua non por excelencia son los músicos, son el punto de análisis más básico. Si el músico no es dueño o no tiene acceso a su propia herramienta de trabajo, entonces el proceso para dominar su instrumento se dificulta y en ocasiones se puede truncar. El equipo de audio (monitores, amplificadores, computadora, micrófonos, consola, etc.) aunque no es indispensable para aprender a tocar, facilita el proceso y es el punto de anclaje para subir al siguiente nivel, el cual es, hacer música más compleja para presentarla ante un público. En México se puede observar que la mayoría de los músicos destinan la mayoría de sus recursos a actividades relacionadas con lo académico, laboral, recreacional, etc. Se prefiere gastar fuertes cantidades de capital, en el caso de haberlo en ropa, una pantalla, un carro, entre otras cosas que comprar un instrumento musical de buena calidad. Probablemente se deba a la sociedad del consumo en la que vivimos, la incertidumbre generada por los prejuicios de la vida del músico y a la falta de preparación. En la otra cara de la moneda se encuentran en ocasiones músicos que invierten la mayoría de sus recursos en instrumentos, algunos descuidando su formación musical, compran un montón de juguetes que no saben cómo usarlos.

Charlie Monttana comenta:

Las bandas que sobreviven vieron a los grupos mediocres desaparecer, aquí los pocos pilares que había básicos del rock los mataron las condiciones del país. Cerraron los lugares del rock. Es falta de saber hacer las cosas. Deberían de tener todos conciencia y eso enriquecería el rock mexicano. Es falta de cultura musical. (Rico, 2012).

En cuanto a la difusión y comercialización, que incluye el uso de software de diseño y edición de imágenes, audio, video, uso de plataformas en línea, etc., su dominio se esperaría fuera contundente porque ofrece una alternativa al mercado musical dominante y a los medios masivos de comunicación que responden a intereses de otro tipo. La realidad es que nos encontramos en una época donde contamos con un mayor número de herramientas y medios a disposición que cualquier otra persona décadas atrás, sin necesidad de contar con grandes cantidades de capital para invertir en producción ni en publicidad.

Respaldao este supuesto Lalo Tex comenta: “La tecnología se ha aprovechado a favor de las bandas de rock, ahora con la tecnología se puede hacer la música sin que sepas de música, antes se tenía que juntar dinero por mucho tiempo para hacer un proyecto” (Rico, 2013).

Francisco Amaya, integrante original de Rebel'd Punk y fundador de Síndrome del Punk refiere: “En los años 80 existía una carencia y falta de imaginación en la cuestión publicitaria, es lo que da la pauta de conocer más gente y más grupos” (Rico, 2013).

Este testimonio evidencia que la problemática de difusión y comercialización existe desde hace más de 30 años y poco se ha hecho al respecto, a pesar de la llegada de las nuevas tecnologías que tienen la capacidad de contrarrestar esta eficiencia. El internet se ha posicionado como la pieza clave el crecimiento de los grupos de rock, pero no es tan necesario como se creería. En el caso de la banda Ramsés, el bajista Francisco Gatica comenta:

Nos llegaban cartas de varios países, no había red en aquel entonces, todo se hacía por correo, era la única forma. En el particular caso del heavy metal, al grupo Ramsés le toco fundar el escuadrón metálico, el semillero de todo el metal del país, una gran cantidad de grupos se apoyaban, hacían sus eventos, ni tenían que hacer publicidad (Rico, 2011).

Entonces, si en décadas anteriores la difusión y comercialización musical era limitada y en ocasiones inexistente ¿Qué pasa con los músicos actuales? Parecería que no tuvieron una reacción eficiente ante la llegada de las nuevas tecnologías y la música como alternativa cultural se reduce a una diversidad musical. Apoyando esta idea, Francisco Gatica dice: “Hoy en día no hay un movimiento como tal, las bandas trabajan de manera aislada, al no haber una unión a veces en muy poco tiempo se diluye todo su esfuerzo” (Rico, 2011). Contrastando Charlie Monttana argumenta: “No había más unión, éramos menos. No había disqueras, no internet, no cajeros automáticos. Era más fácil porque no había malicia” (Rico, 2012).

El análisis realizado en esta etapa se centra principalmente en lo músicos, los medios empleados para propagar sus creaciones y el ambiente que se vivía durante el surgimiento del movimiento cultural y musical, a continuación se procederá a ahondar en la situación actual en la que se encuentra no solo a nivel nacional.

2: DIVERSIFICACIÓN DEL ROCK EN MÉXICO Y OTROS PAÍSES

2.1 Aceptación de la música en ámbitos dominantes.

Garcés (2005) considera que la música permite a la juventud asumir elecciones particulares y diferenciales, además de formas de ser y compartirse, ofreciendo una satisfacción. Vila (2002) expone a la música como la vertiente cultural que expresa de manera más potente el conjunto de experiencias emocionales intensas, permitiendo la ubicación cultural del individuo en un medio social, generando una experiencia de identidad colectiva e individual. No es solo una forma de expresar ideas producto de una capacidad creadora, se convierte para los jóvenes en una forma de vida. Si algo ha buscado el movimiento rock es identidad, tanto en sus distintos géneros como en cada uno de los individuos que lo viven.

Así que, ¿Qué papel juega el rock en la cultura? De Garay (1989) explica que la relevancia del rock en la cultura radica en fungir como un mecanismo generador de identidad propia, el cual permite distinguir a los jóvenes de los viejos, pero también es un mecanismo que genera una sensación de pertenencia, con otros jóvenes o adultos; así como también una individualización, no solo con respecto a personas de distintas edades, sino entre individuos de la misma edad. El individualismo es visto como una forma de egoísmo para algunas de las culturas orientales, pero en occidente suele ser una demanda creciente la singularización como mecanismo de respuesta ante tanta pluralidad.

La condición del rock de desarrollar procesos de identificación e individualización con los demás individuos genera atracción para casi cualquier tipo de público, sin importar la edad ni la clase social a la que se pertenezca. Que una persona joven escuche rock es visto como algo normal, pero no sucede lo mismo con adultos o adultos mayores, genera disonancia en los observadores esa supuesta incongruencia. De Garay (1989) plantea la postura de la cultura popular, la cual considera que los adultos rockeros emplean la música como un mecanismo

que permite negar su madurez y los hace aferrarse al pasado, ligándolos a prácticas que no corresponden al ideal establecido por la normatividad y moralidad social, bajo la misma lógica afirma que el rock crea una diferencia abismal entre la juventud y los otros; cuando en realidad el rock tiene la capacidad de fungir de manera que reduce o elimina las brechas generacionales a grado tal que individuos de generaciones diferentes pueden convivir en un mismo ambiente musical sin tener la preocupación de ajustarse a parámetros de comportamiento establecidos por una norma.

Cada vez es más común ver comerciales de T.V. con canciones de rock como fondo o que venden instrumentos musicales, los más comunes son la guitarra y el piano. Existen series y caricaturas transmitidas en canales para niños relacionadas a jóvenes que tienen bandas de rock como: Mi padre es una estrella de Rock, Naked Brothers Band, Peter Punk, Bel's Boys, Woki Tokis, Hi Hi Puffy Ami Yumi, entre otras. Resulta también común la aparición de músicos famosos en escenas cortas de shows, tal es el caso de Dave Mustaine (vocalista/guitarrista de Megadeth), Joey Ramone (vocalista de The Ramones) en the Drew Carrey Show. Los casos más famosos y populares ocurren en la serie animada "Los Simpsons" con la participación especial de personajes como: Kid Rock, James Brown, White Stripes, U2, Tom Petty, Sting, Smashing Pumpkins, Sonic Youth, Blink 182, Ringo Starr, Paul McCartney, Red Hot Chili Peppers, Rolling Stones, etc. Existen reality shows de artistas musicales como el caso de Gene Simmons (bajista de Kiss), Greg Michaels (vocalista de Poison), Flavor Flav (rapero). Se pueden encontrar películas siguiendo la misma línea como: Camp Rock, Escuela de Rock, El Rockero, Tenacious D in The Pick of Destiny, por mencionar algunas. Uno de los casos más famosos de shows de entrevistas y presentaciones en vivo con artistas musicales es el "Late Show" de David Letterman.

La mayoría de estos grupos son de origen norteamericano y europeo, aun así pareciera no importar en el mercado, se consume igual o mejor que la música nacional. Yudice (2010) afirma que la mayor parte de los continentes se ven afectados por movimientos de rock y otros géneros más pesados (metal, ska, punk,

hip-hop, etc.), interviniendo en el proceso de constitución del individuo. Algunos creerían que los músicos extranjeros son mejores que los nacionales, la realidad es que son diferentes debido a sus contextos pero con puntos válidos de comparación a nivel producción, ventas, mercadotecnia o alcance de audiencia. El propio público a pesar de ubicar la meca de grupos relativamente exitosos, en ocasiones desconoce el lugar de origen de los artistas.

En la radio, los programas que transmiten rock se vuelven cosa del diario, tal vez no pasan al aire a grupos no populares del todo de escenas independientes pero se puede escuchar rock comercial y rock clásico casi a cualquier hora por diferentes estaciones, el caso más representativo tal vez sea reactor 105, el cual cuenta con diferentes bloques musicales desde lo más tradicional hasta géneros emergentes y novedosos tanto nacionales como internacionales como rockabilly, ska, metal, punk, etc. Para algunos músicos y escuchas, así como para algunos investigadores pertenecientes a un marco institucional, la diversificación del rock no se entiende como una expansión, se concibe como una fragmentación de música, géneros y subculturas. Seman y Vilas (2008) mencionan que la pluralización musical obedece a una economía del mercado, a la productividad de creaciones y apropiaciones musicales. Más allá de generar una fragmentación se crea una pluralización de formas de observar, vivir y expresar la realidad. En países como Argentina y México, el rock nacional está presente en distintas clases sociales, emisoras de radio y televisión, shows de compañías privadas, etc.

En el comercio de discos legal o ilegal es posible encontrar rock de amplio catálogo con bastante facilidad y accesibilidad de precio. Se consume tan bien la música y el rock económicamente hablando, que encabezamos la lista de países que consumen piratería a nivel global. Es preocupante el carácter delictivo, según la Federación internacional de la industria discográfica (IFPI siglas en inglés), México encabeza junto con Brasil, la lista de países que hacen el mayor número de descargas ilegales de música. Aun no existen acciones legales en concreto para detener el crecimiento de la piratería de la música en espacios digitales. La IFPI en 2010 detectó que el 95% de las descargas fueron ilegales, a pesar de que existen

diversos medios de comprar música sin que sea forzoso comprar el disco. Según cifras Durand (2011), la venta digital de música aumentó un 50% gracias a la apertura de iTunes en nuestro país.

Las personas refieren que los precios de la música son demasiado altos y no los pueden costear, sin embargo independientemente de los ingresos percibidos, el mexicano suele tener dinero para frioleras y trivialidades. La mayoría de las personas podrían considerar inapropiado robar dinero o algún tipo mercancía, pero les parece aceptable consumir piratería, lo cual también es delito (consiste en robo y uso de material del cual no se disponen legalmente de los derechos de propiedad y comercialización). Es muy probable que debido a los factores mencionados se genere una tendencia a comprar esa imagen musical que se vende por parte de los medios masivos de comunicación y una forma de respuesta de la juventud es aprender música. Existen actualmente diferentes formas de aprender a tocar instrumentos musicales sin necesidad de recurrir al sistema tradicional maestro/alumno.

3: ESPLENDOR Y DIVERSIFICACIÓN DEL ROCK: LA LLEGADA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

3.1 El rock y las redes sociales: Myspace, Youtube y Facebook

Yudice (2010) vincula la amplia difusión de las corrientes musicales, al desarrollo de nuevas tecnologías y nuevas formas de vida. La multifuncionalidad y versatilidad de los dispositivos electrónicos, así como los servicios de sitios web ha modificado la manera en la que los músicos y oyentes interactúan con la música, ofreciendo una mayor gama de posibilidades a diferencia de décadas pasadas.

En el mainstream encontramos que los discursos dominantes son regidos por instituciones formales más que por personajes en específico, debido a que se busca una unificación sin sujetos singulares y los medios masivos de comunicación son la vía para expandir de manera implícita criterios normativos a través de mensajes verbales y visuales (Margulis y Urresti, 1998). El contenido que se transmite a través de las señales de radio y televisión es de contenido limitado y para una audiencia de gustos no específicos, los contenidos más especializados por lo general suelen estar dominados por la televisión de paga e incluso un nivel más arriba en los denominados pagos por evento. En el caso de la internet el contenido que encontramos en línea es muy general en los portales populares, pero se puede especializar gracias a la facilidad de compartir información de manera consensada, es decir compartiendo archivos, links, pulsando botones como me gusta, compartir, favoritos, entre otros; o sin consentimiento mediante información recolectada de nuestras cuentas y que los sitios web emplean para marcar tendencia y hacer recomendaciones. Yudice (2010) vincula la amplia difusión de las corrientes musicales, al desarrollo de nuevas tecnologías y nuevas formas de vida. Resultan común en internet los fenómenos de videos o temas virales, que consisten en temáticas que consiguen un gran número de seguidores en periodos relativamente cortos de tiempo mediante una campaña simple o nula de publicidad, donde los portales web que resultan de interés en el fenómeno de la música y el rock son por excelencia Myspace, Youtube y Facebook.

La red social Myspace es un portal creado en 2003 que permite la creación de un perfil público o privado con la posibilidad de interactuar con personas desconocidas o desconocidas, al igual que con figuras públicas pertenecientes principalmente a actividades de entretenimiento entre las cuales resalta el cine y la música. Una particularidad del Myspace es la posibilidad de personalización del perfil por parte de cada usuario, se pueden colocar videos o fotos, elegir tanto el color como la ubicación de los distintos elementos que conforman el perfil, incluyendo el cursor empleado para navegar y la colocación de un reproductor musical en la página principal que permite a los usuarios que visitan el perfil conocer los gustos musicales de la persona de manera casi inmediata. Una función similar era la posibilidad de colocar imágenes o videos directamente en el perfil mediante el uso de códigos html, los cuales eran fácilmente encontrados en las páginas web origen de los materiales o en el caso de ser archivos propios podían ser empleados generadores online gratuitos de códigos html.

Se puede adjudicar el poco éxito alcanzado como red social principalmente fuera de E.U.A. a la falta de versiones en idiomas distintos al inglés, así como a la carencia de facilidades de accesibilidad y de interacción con distintos tipos de tecnología inexistente en aquella época, ya que la conexión estaba limitada a ordenadores de escritorio o laptops. De haber sido de forma contraria, es probable que hubiera sido considerablemente diferente su popularidad y la escena musical en países no angloparlantes habría tenido una potenciación en su desarrollo de forma similar a la escena musical estadounidense.

En 2005 surge Youtube, un portal gratuito para subir y compartir videos. Reventós (2006) menciona que Youtube es prácticamente la videoteca universal y calculó que para el año 2006 aproximadamente cada día más de seis millones de personas veían 100 millones de videos caseros y profesionales, 65 mil videos nuevos son subidos al día; en parte se debe a las facilidades para acceder a internet desde diversos sitios. El éxito de Youtube puede adjudicarse a su carácter gratuito, fácil de uso, los videos se suben relativamente rápido a la red, no se necesita una

cuenta para ver la mayoría de los videos o compartir los videos en las redes sociales y las temáticas varían entre películas, comerciales, música, moda, salud, etc.

El sitio web Facebook se lanza para todos los usuario de internet en 2007, aunque originalmente había sido creado en 2004 su uso era exclusivo para estudiantes de una universidad ubicada en E.U.A. Es una de las redes sociales más populares a nivel mundial, comparte algunas características con otras redes sociales como ser de uso gratuito, creación de un perfil público o privado y la publicación de diverso contenido audio visual, chat, entre otras.

En México en el año 2013, la compañía Alexa (compañía encargada de realizar análisis de la web) calcula que existían 42 millones de usuarios en internet. Alexa estima que el sitio más visitado es Google México con 25 millones de visitas por día, Facebook cuenta con 47 millones de usuarios mensuales, Youtube posee 14 millones de visitas diarias (60% de los usuarios mexicanos de internet poseen cuenta). Estos tres sitios poseen la característica en común de poseer contenido musical y de video. La compañía Comscore reveló que en abril de 2014, 186.1 millones de Americanos vieron en línea contenido de videos. Youtube ocupa el sitio #1 para ver videos en línea con 155.7 millones de espectadores, Facebook es el #2 con 87 millones, seguido de AOL con 65.3 millones, Sitios de Yahoo con 52.2 y NDN con 45 millones. Cifras del año 2013 de Comscore revelan que en Brasil mensualmente cada espectador veía 166 videos online, en Chile 128, seguido de México con 103 y finalmente Argentina con 86 videos online mensuales. Reventós (2006) comenta que si los dueños de Youtube cobraran un céntimo por visita serian multibillonarios.

Estas cifras permiten explicar la razón de que artistas no posean portales web propios y únicamente sus páginas oficiales correspondan a perfiles creados en una o más redes sociales. La gran ventaja de esta modalidad reside en la posibilidad de acceso a las redes sociales desde casi cualquier teléfono inteligente, que por lo general emplean un sistema operativo de tipo Android o IOS.

Hoy en día la diferencia entre los dispositivos electrónicos no es tan abismal como en generaciones anteriores, comparten muchas funciones con ligeras

limitaciones, generando nuevos y distintos usos. Exponiendo como ejemplo el caso del celular, este dispositivo permite no solo realizar llamadas y enviar mensajes de texto, permiten la visualización y transmisión de elementos multimedia. Es muy común que se compartan links o los archivos mismos de canciones o videos musicales mediante aplicaciones como Fb mobile, What's app y otras similares, lo que genera una difusión masiva de contenidos musicales. Antes esto solo era imaginable mediante el uso de dispositivos infra rojos y bluetooth que se limitaban a compartir un espacio físico limitado, pero eso ha quedado atrás.

3.2 Medios digitales: Comercialización y divulgación musical

Las bandas o artistas musicales que pertenecen al mainstream, es decir, que tienen bastante apoyo de difusión y comercialización en los diversos medios masivos de comunicación, además de ser aceptados en las mayorías de los espacios populares, poseen la ventaja de tener cierta constancia en el mercado y a una gran variedad de precios, lo que permite su consumo casi en cualquier momento. A diferencia de los grupos populares, los artistas de música alternativa no tienen tantas facilidades, por lo que el consumo de su música y productos se convierte en ocasiones en algo excepcional, generando una sensación de satisfacción por romper la cotidianidad y sentir que forma parte de la escena. Dichas condiciones del mercado artístico musical promueven la generación de espacios alternos principalmente en la web, ejecutando de funciones comercialización y divulgación; al mismo tiempo que se generan alternativas de corrientes musicales a las de las tendencias dominantes. Yudice (2010) argumenta que las vías de comunicación entre los artistas rompen la lógica del mercado e incorporan variedades de sonidos, es por esto que los músicos prefabricados por el mercado duran poco tiempo, si el público considera que el grupo tiene una propuesta pobre o inexistente recurre a otra similar o totalmente diferente en ocasiones.

El contenido musical que se encuentra en los distintos portales de internet no sea limita exclusivamente a canciones y videos, se hace referencia a fotos, videos, presentaciones en vivo y vía web, festivales, audiciones, firmas de autógrafos, venta

de mercancía, promoción y al contacto entre escuchas con los músicos de su agrado que a través de otros medios resultaría bastante complicado. Un importante conjunto de información se llega a perder irónicamente cuando hay gran cantidad de vías de comunicación, generándose un efecto reducido de retroalimentación y unidireccionalidad. Esta condición se debe a la capacidad limitada de procesamiento de grandes cantidades de información por parte de los encargados de los medios de contacto con los músicos que se ven sobrepasados por la respuesta de los seguidores o la falta de interés. Resulta gratificante para los escuchas contactar a los músicos de manera exitosa.

En cuanto a la compra y venta, se ha visto modificada la práctica de adquisición de contenido musical debido al uso de plataformas digitales y a las nuevas tecnologías, las principales características observables son: la amplia variedad de catálogo, la disponibilidad prácticamente inmediata en la compra de formato digital, disponibilidad semi inmediata al realizar pedidos vía online de material en formato físico sin tener que depender de un distribuidor local, acceso a materiales disponibles únicamente en otros países mediante envío, la comodidad de no tener que salir de casa. No siempre se debe concebir la comercialización y divulgación musical en internet aislada de procesos que involucran compras en formatos físicos. Chen, De y Hu (2009) señalan que Myspace Music le dio un giro a la música de 360 grados, debido a que permite escuchar y ver videos de forma gratuita, crear listas de reproducción, comprar mercancía, discos completos o solo algunos "tracks", boletos de conciertos y en algunos casos descargar canciones gratuitas debido a su relación con Amazon.

Seman y Vilas (2008) argumentan que las facilidades de grabar música en diversos formatos, así como la facilidad para obtenerla a través de Internet, podría determinar que la unidad de consumo central sean las canciones y en ocasiones partes específicas de las mismas. La misma lógica es observable en la venta de recopilaciones y de sencillos, generando una nueva modalidad de compra en formato digital en la modalidad track by track, donde no es obligatorio adquirir el álbum completo y no necesariamente está relacionado con el precio del producto.

Es algo bastante popular hoy en día ya que la mayoría de los sitios web manejan esta dinámica, con excepciones de ciertos artistas y materiales especiales; lo que puede llegar a generar en un futuro no muy lejano nuevas formas de comercialización musical en línea. Una evidencia de este postulado es Spotify, una aplicación que permite realizar streaming en diferentes sistemas operativos mediante el uso de un teléfono inteligente o un ordenador. Se puede escuchar contenido de las principales compañías discográficas como Sony, Emi Music, Universal Music, Warner Music, entre otras. Algunos artistas no están muy de acuerdo con servicios como Spotify o iTunes Store debido a los bajos precios que en ocasiones se manejan y los beneficios que reciben las plataformas, además que puede dejar vulnerables a artistas de carácter independiente o sin una proyección tan grande.

Los músicos amateurs y profesionales pueden aprovechar estas dinámicas a su favor para darse a conocer de manera masiva y sin tener que gastar grandes cantidades de dinero en publicidad y en el caso de resultar exitosos empezar a distribuir su material en otros medios masivos de comunicación, así como llegar a otro tipo de audiencias. Respaldando esta lógica, Udo Dirkschneider, artista alemán solista del género heavy metal, con una trayectoria profesional de más de 30 años, comenta: “Yo siempre recomiendo a las nuevas bandas que no firmen con una disquera, suban su material a internet, tendrán más oportunidades.” (Del Bosque, 2014).

4: LA TENDENCIA DE LA MÚSICA EN LAS REDES SOCIALES

4.1 Las redes sociales y el internet ¿una relación recíproca o unidireccional?

Ciertamente el desarrollo del internet ha sido mediado en gran parte por la forma en la que son controladas otras vías de información. Si los medios dominantes no fueran de material en su mayoría mainstream, permitiendo la apertura a contenido de mayor diversidad, habría una mayor equidad entre el poder que cada canal de información pudiera llegar a ejercer. El efecto más claro sería la disipación de la línea entre lo considerado normal y lo que se encuentra fuera de la norma, lo cual atenta en contra de intereses morales y económicos.

En la época en la que nos encontramos resulta complicado que la música pueda distanciarse del internet y sus redes sociales, en su mayoría por una cuestión de comodidad, económica, legal y otro tipo de recursos. Por otra parte, el estado actual del fenómeno del rock es casi opuesto a décadas anteriores donde la tecnología era escasa y se encontraba al alcance de una menor cantidad de personas, sin embargo los grupos de rock prosperaron; por lo tanto los tres elementos centrales en el rock son la música, los individuos y su sintaxis independientemente de los medios tecnológicos empleados para su difusión. La música rock guarda una relación con el internet pero no de forma exclusiva, se debe considerar que impresiones y fotocopias entre otras cosas son elementos tecnológicos de igual forma aunque en un nivel diferente de complejidad.

Las redes sociales en internet vistas como un elemento que surge de las deficiencias de variedad de contenido en radio y tv, han basado gran parte de su desarrollo en contenidos musicales. Ejemplificando dicha afirmación, la popularidad de Myspace no llegó a un clímax hasta que bandas con cierto éxito comenzaron a crear sus cuentas para interactuar con sus fans. Personas consultan Myspace para conocer más acerca de sus artistas favoritos aunque algunos de ellos no sean propietarios de una cuenta en dicho portal.

Al tratar de clasificar el tipo de videos en el portal YouTube, encontramos que un alto contenido de material musical lo conforman videos musicales, audios de canciones, conciertos y tutoriales de piezas musicales. Los usuarios que suben dicho contenido son principalmente personas que gustan de la música sin ser necesariamente músicos pero que gustan de compartir los materiales que tienen con el resto de la comunidad, al igual que compañías discográficas, músicos independientes a nivel profesional y amateur.

Páginas y programas como YouTube que permiten realizar streaming y descargas de contenido musical de forma gratuita atentan contra los intereses económicos de las grandes industrias musicales más que de los artistas musicales propiamente, generando reducciones significativas en sus niveles de ventas de discos de formato físico y digital. Fungen estos sitios como un medio de divulgación completamente gratuito que posibilita al artista ser conocido casi en cualquier parte del mundo con acceso a internet.

Al mismo tiempo que las disqueras y artistas retiran su material de dichos portales para evitar pérdidas económicas y posibles usos indebidos de su propiedad intelectual, se están privando de la oportunidad de llegar a un público más amplio que la audiencia de tv y radio. Una opción más adecuada es la regulación del contenido musical sin necesidad de privar a posibles nuevos escuchas sin necesidad de limitar al mercado ya existente. Algunos de los artistas y disqueras con ganancias de miles o millones son los que resultan mayormente afectados y declaran que la piratería en línea está destruyendo a la industria musical, que no es lo mismo que la cultura musical ni a los artistas mismos; es un fenómeno paralelo.

Contradictoriamente una de las razones que permiten explicar la gran cantidad de material pirata en la red es que los músicos y las compañías discográficas no tomen acciones en contra del uso inapropiado de su contenido accesible con gran facilidad y sin la necesidad de poseer un dominio elevado de conocimientos de informática.

El fenómeno musical presenta características diferentes en el caso de los artistas, disqueras, productores y escenas independientes. En ocasiones de los recursos económicos necesarios para realizar campañas publicitarias, maquilar discos o posicionar su música en plataformas formales reconocidas, portales como YouTube, Facebook y Myspace se convierten en herramientas indispensables para el desarrollo de su carrera desde sus inicios hasta alcanzar niveles completamente profesionales desarrollándose de forma paralela al mainstream.

Dicha situación genera un fenómeno de comercialización musical totalmente diferente para los escuchas. La adquisición de un disco o del boleto para una presentación en vivo presenta una carga emocional y un sentido de pertenencia, lo cual genera que los objetos de interés del público sean el artista, sus composiciones, presentaciones en vivo, convivencia con otros fans o artistas y la artesanía presente en discos, posters, etc.

En corrientes del rock existen ciertas tendencias en el estilo de vida, influenciado fuertemente por personajes específicos, artistas y corrientes ideológicas relacionadas con la música. Se genera un sentido de pertenencia e identidad en relación con los iguales y en ocasiones sin fundamentos rechazo hacia lo considerado mainstream. En su caso se puede observar una tendencia de consumo y de cierto estilo de vida mediada por el bombardeo de determinadas marcas a través de los medios masivos de comunicación, generando un estatus, sentido de identidad y pertenencia entre similares al mismo tiempo que se expresa rechazo ante elementos disimiles y en algunos casos marginación en diferentes niveles.

A pesar de ello, pertenecer al mainstream o a la escena alternativa no garantiza tener apoyo de forma incondicional, en ocasiones causado por carencias económicas y en otros casos por una cuestión cultural. El fenómeno de la música online permite a la audiencia con recursos económicos limitados apoyar a grupos difundiendo sus contenidos e incluso de forma monetaria con fondos online, comprando mercancía exclusiva en sus páginas web y canciones de forma individual sin necesidad de adquirir discos completos.

Cinthya BlackCat guitarrista del grupo femenino Mystica Girls comenta acerca de este fenómeno:

Todos nos vemos beneficiados con la música independiente, todos en algún momento hemos escuchado algo que es independiente y que nos ha gustado entonces creo que si una cerveza te cuesta 18 pesos creo que una canción te cuesta 12 pesos, es muchísimo más barato. Entonces creo que no cuesta nada apoyar si quieres seguir recibiendo ese tipo de música. Entonces yo creo que es una cuestión de cultura, nos compra música gente de Londres, Japón, Estados Unidos y Alemania; ellos son los que más apoyan nuestra música (Riviera, 2015).

La red social más popular del momento es Facebook, combina la posibilidad de crear un perfil y tener mensajería instantánea al igual que Myspace con la capacidad de compartir videos del mismo Facebook o de otros portales como YouTube. Al igual condición necesaria para el surgimiento y expansión actual de portales como Facebook y grupos musicales sería difícil de imaginar.

Una alternativa sería la creación de una red social similar a Facebook, donde mediante una cuenta gratuita se disponga de una amplia disponibilidad de catálogo donde a los artistas se les pague por streaming y descarga, aunque claramente hay intereses económicos y cuestiones culturales en el caso de México de por medio. En otros casos la existencia de un prejuicio sobre lucrar de manera económica mediante la expresión artística genera una desatención en el medio artístico, permitiendo que industrias lucren por sus propios intereses. Ciertamente el internet, la radio, la TV y la diversidad tecnológica funcionan como catalizadores de bandas de rock nuevas y de las ya existentes; aunque no sean estrictamente indispensables para la ejecución musical propiamente.

Al hablar del desarrollo en paralelo de las redes sociales en internet y la música rock en México es necesario tener en claro que son resultado de expresiones de las culturas juveniles no solamente actuales.

Para realizar una aproximación adecuada del rock es conveniente entenderlo como un fenómeno complejo, compuesto por varios elementos carentes de una lógica causal y lineal pero factible de ser descritos con detalle y analizados en diferentes niveles. Por tales motivos se requiere considerar diferentes fuentes de información sin depender exclusivamente de recursos como libros y revistas científicas, incluyendo relatos de los propios estudiantes, músicos, estadísticas de compañías relacionadas a la actividad musical, entre otras.

MÉTODO

Participantes:

La población de la presente investigación fueron 3 músicos profesionales de rock mexicano, 3 músicos de rock extranjeros y 72 estudiantes (26 hombres y 46 mujeres) voluntarios de la carrera de Psicología de la FESI UNAM del turno matutino y vespertino de 3.º y 7.º semestre. Se empleó un tipo de muestreo de tipo no probabilístico por juicio del investigador.

Los criterios de inclusión consistieron en tener disposición, tiempo para atender a la recolección de formación, usar redes sociales, escuchar música, tocar algún instrumento, encontrarse en el rango entre 20 y 35 años de edad y tener una trayectoria profesional en el medio artístico en el caso de los músicos. Los criterios de exclusión consistieron en anular instrumentos con respuestas incompletas e ilegibles, así como la falta de constancia para asistir durante las fechas de aplicación.

Materiales

- Lápiz o pluma.
- Cuestionarios impresos.
- Computador portátil.
- Cámara de video.
- Grabador de audio.
- Software Skype.

Instrumentos:

Se construyeron dos instrumentos, un cuestionario de opción múltiple de 40 items con preguntas abiertas (Anexo 1) que recolecta información acerca de datos socio demográficos, conectividad, herramientas web y redes sociales con fines lúdicos, formación musical, cultura musical, divulgación y comercialización, uso de software. Utilizando un alfa de Cronbach para medir la fiabilidad del instrumento, obteniendo un coeficiente de .944, lo cual significa que el nivel de confiabilidad del cuestionario es alta.

Se elaboró una guía de entrevista semi estructurada (anexo 2) que se encarga de abordar los temas del cuestionario y profundizar en ellos; consistió en más que preguntas, tópicos o temas a cubrir.

Procedimiento:

Aplicación de cuestionarios

- 1.- Se organizó un horario donde se incluyó la hora y los salones del turno matutino y vespertino donde se encontraran a los alumnos por semestre.
- 2.- Se acudió a los salones y se solicitó su participación voluntaria.
- 3.- Posteriormente se les proporcionó el cuestionario con auto instrucciones y se les dio un tiempo máximo de 20 minutos para contestarlo con lápiz o pluma. Fue una única sesión de aplicación.

Aplicación de entrevistas semi estructuradas

- 1.- Se realizó el primer contacto de forma electrónica, principalmente mediante correo electrónico y Facebook.
- 2.- Posteriormente se acordó un horario y una ubicación específica cuando fue necesario mediante llamadas telefónicas y vía Skype.
- 3.- Resultó conveniente grabar las entrevistas, se solicitó autorización para poder retomar el discurso original del entrevistado sin distorsión alguna y de manera textual.
- 4.- Se realizaron las entrevistas en diferentes locaciones debido a la ubicación de la población, el tiempo promedio de duración fue 45 minutos.
- 5.- Se estableció una fase de rapport.
- 6.- Se explicaron las temáticas de la entrevista de forma breve, se procedió con las preguntas, al finalizar se agradeció y hubo una breve retroalimentación de las características del proyecto. Las entrevistas transcritas en su totalidad pueden ser consultadas en los anexos 3 al 8.

Para analizar los resultados obtenidos mediante los instrumentos aplicados se realizó un análisis de tipo cuantitativo empleando el software de procesamiento de datos SPSS versión 20.0 para generar estadísticos descriptivos principalmente.

Para los datos cualitativos se procedió a hacer un análisis de contenido de los discursos obtenidos mediante las entrevistas semi estructuradas. Los resultados son presentados a continuación:

RESULTADOS

Al término de la investigación se logró obtener información acerca del ingreso mensual familiar (Figura 1) y personal (Figura 2) de los estudiantes encuestados. Estos datos nos permiten explicar la capacidad de los estudiantes y de sus familias tienen el poder adquisitivo necesario para costear de contado, financiar un crédito o rentar dispositivos para acceder a internet.

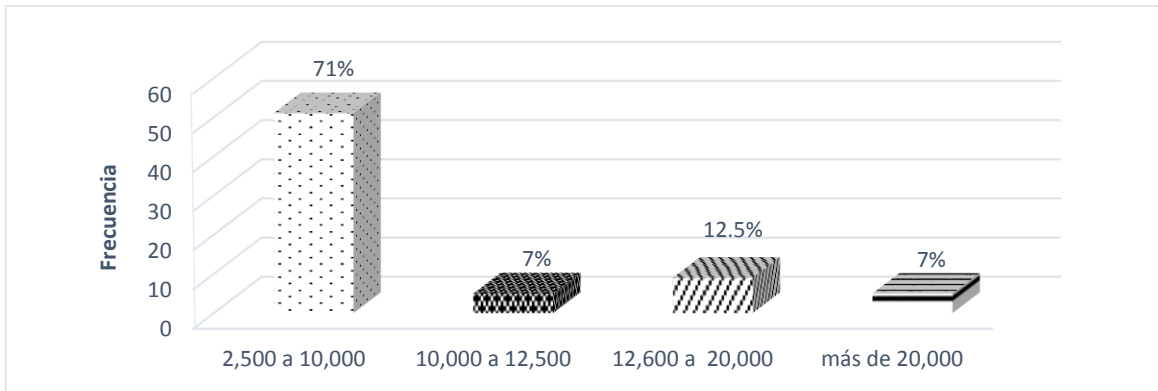


Figura 1. Muestra el ingreso mensual familiar de los estudiantes de Psicología. Se observa que el 71% de los estudiantes encuestados tienen un ingreso mensual familiar aproximado entre \$2,500 y \$10,000 pesos, 7% tiene ingresos entre \$10,000 y \$12,500, 12.5% percibe entre \$12,600 y \$20,000 mensuales y 7% recibe más de \$20,000 al mes de ingresos familiares.

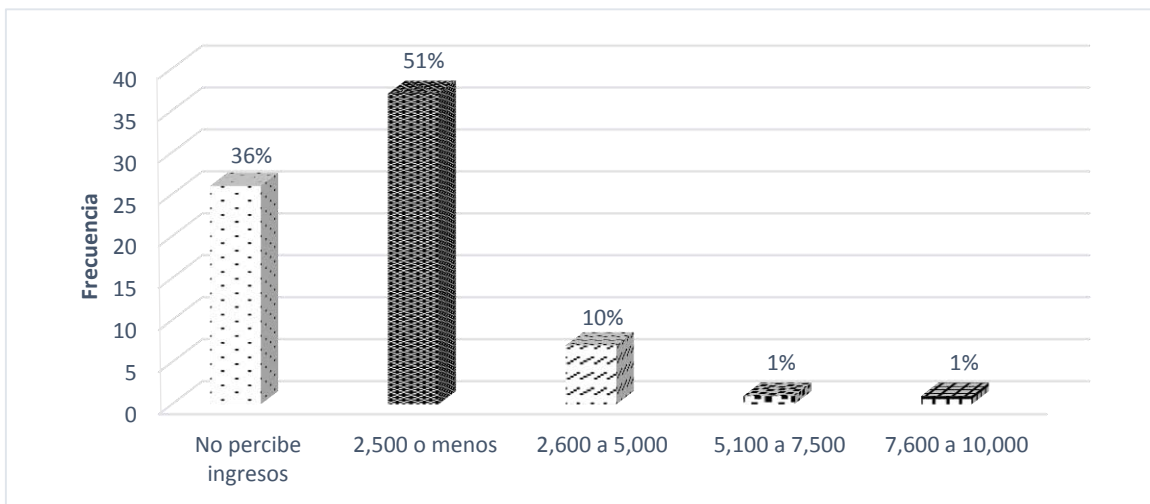


Figura 2. Muestra el ingreso mensual personal de los estudiantes de Psicología. El 36% de los estudiantes no percibe ningún tipo de ingreso, 51% tiene ingresos por \$2,500 o menos, 10% entre \$2,600 y \$5,000, 1% percibe entre \$5,100 y \$7,500, finalmente 1% tiene ingresos mensuales de \$7,600 a \$10,000.

En la Figura 3 se observa que el celular es el aparato de mayor uso para acceder a internet por los estudiantes encuestados es el celular. Este dispositivo permite no solo realizar llamadas y enviar mensajes de texto, permite la visualización y transmisión de elementos multimedia. Es muy común que se compartan información a través de distintas aplicaciones y plataformas, lo cual genera una difusión masiva de contenidos antes esto solo era imaginable mediante el uso de dispositivos ampliamente limitados; pero eso ha quedado atrás debido a la multifuncionalidad de los aparatos electrónicos. Se debe considerar que los teléfonos inteligentes y tablets llevan un menor tiempo en el mercado a diferencia de las laptops y computadoras.

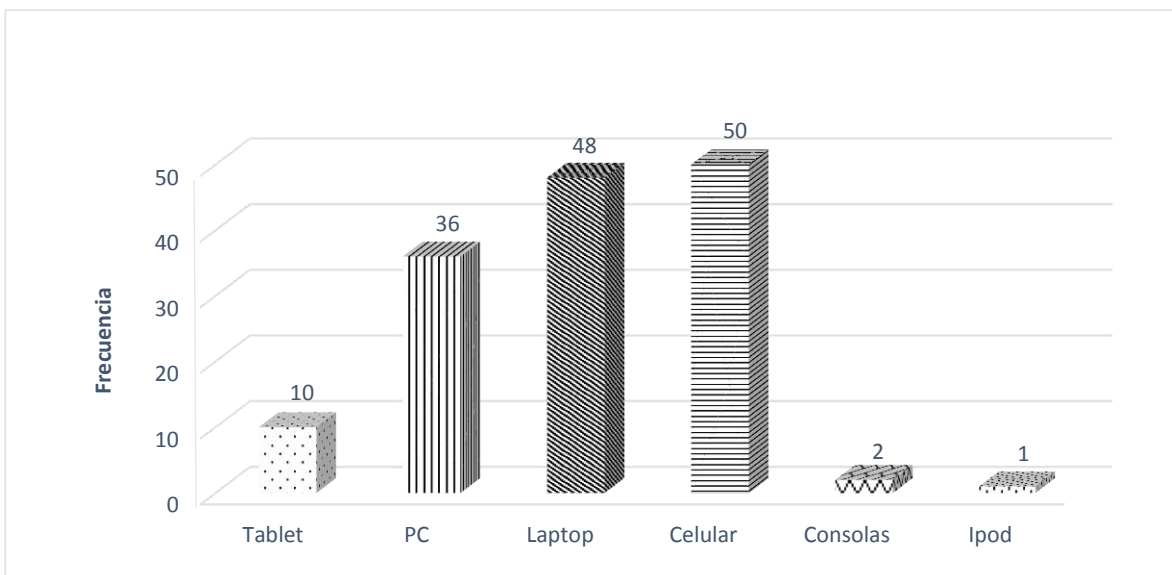


Figura 3. Se muestran los dispositivos empleados por los alumnos de Psicología para acceder a Internet. 50 estudiantes emplean su celular, 48 Laptops y 36 utilizan Pc's. En menores proporciones se puede observar el uso de consolas de videojuegos con solo 2 personas y el uso de un reproductor portátil con solo 1 usuario. Es necesario mencionar que dichos dispositivos no son excluyentes entre sí, ya que en muchos casos se cuenta con más de un dispositivo para acceder a Internet por persona.

En cuanto a la cantidad de dispositivos electrónicos por persona, el 41% de los estudiantes encuestados cuenta con un mínimo de 2 dispositivos para acceder a internet, el 6% de ellos cuenta hasta con 5 o más dispositivos, lo cual aumenta las posibilidades de creación de contenido y de difusión a través de la red, reduciendo algunas limitaciones como podría ser la necesidad de acceder a internet de forma alámbrica, necesitar corriente eléctrica, etc.

No resulta raro que los estudiantes pasen varias horas al día conectados a internet, tan solo en cuanto a actividades lúdicas y de entretenimiento, el 32% de los estudiantes dedica alrededor de 2 horas, 30% de 2 a 4 horas y el 10% de 4 a 8 horas diarias. En esta área por excelencia encontramos a las redes sociales, en la Tabla 1. se muestran las redes sociales más frecuentadas.

Tabla 1. ¿Qué redes sociales utilizas?	
Red Social	Frecuencia
Facebook	68
Twitter	24
Google+	35
Tumblr	6
Instagram	5
Linked In	2
Blogger	2
What's App	2
Youtube	2
Flickr	1
Doriant Art	1
Dropbox	1
Pinterest	1

Tabla 1. Muestra las redes sociales más utilizadas por los estudiantes de psicología, en primer lugar encontramos a Facebook que es utilizada por 68 personas, Twitter la utilizan 24, Google+ con 35 usuarios, seguidos en menor proporción por Tumblr, Instagram, Linked In, Blogger. Es importante mencionar que algunas no son redes sociales como tal, como es el caso de What's App, Youtube y Dropbox.

Los motivos para preferir las redes sociales se observan en la Figura 4., su fácil uso, realmente la mayoría de las redes sociales poseen una interfaz de usuario bastante amigable para que casi cualquier persona con un dominio básico/intermedio de tecnologías pueda usarlas inmediatamente al momento de la creación de una cuenta perfil. La segunda razón para usar las redes sociales es el entretenimiento y la tercera el carácter gratuito, estos dos últimos puntos son una combinación que explica el éxito de las redes sociales y por qué se encuentran las redes sociales plagadas por contenido artístico/musical; el alcance es casi ilimitado. Si la red social no es popular, inmediatamente pierde su propósito, el cual es conectar personas. Subir material a internet es una garantía de que será visto por

muchas o pocas personas, pero dependerá de su calidad y la recepción del público para garantizar un posible éxito. A pesar de ello el 70% de los estudiantes nunca han creado algún espacio de difusión en la red como lo son wikis o blogs. En la Figura 5. se muestra la diversidad con la que es empleada la web para fines de difusión de información.

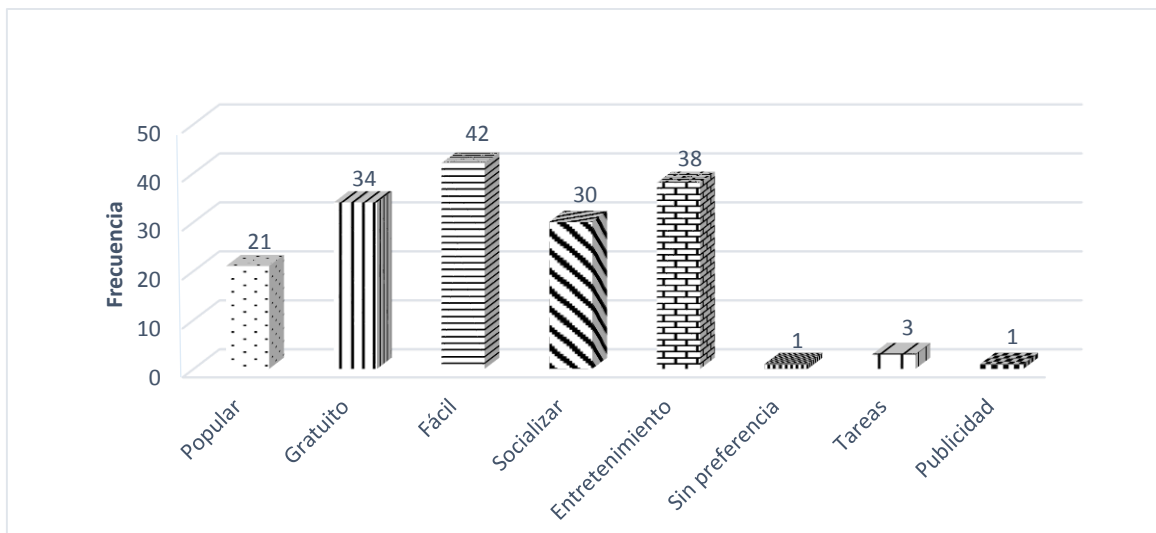


Figura 4. Muestra las razones por las cuales los alumnos de Psicología prefieren las redes sociales. Resultan atractivas debido a que son de fácil uso, resultan entretenidas, son de carácter gratuito, favorecen la socialización, son populares, les ayudan a realizar sus tareas y por ser una herramienta que facilita la publicidad.

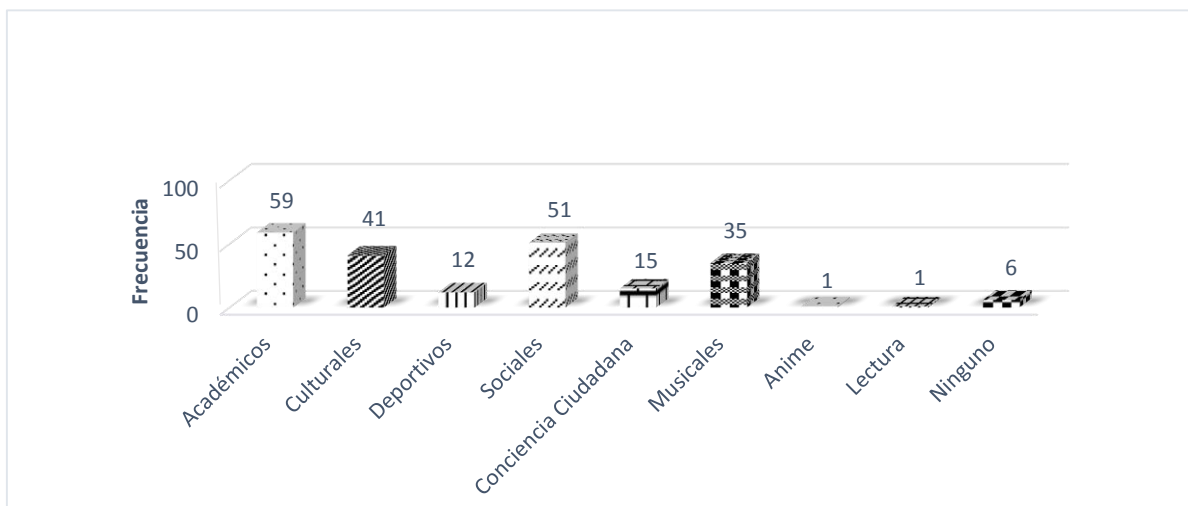


Figura 5. Muestra el tipo de eventos de los cuales se hace difusión mediante la web. Los estudiantes emplean la web con fines académicos, sociales, culturales y musicales principalmente. 15 personas emplean la web con fines de conciencia ciudadana, 12 para fines deportivos. 6 personas mencionan no emplear la web para ninguno de estos fines, 1 para fines de lectura y 1 para temas relacionadas con anime.

Respecto a la formación musical de los alumnos, específicamente del interés por tocar algún instrumento, el 77.8% afirmó haber estado interesado en algún momento de su vida, principalmente refieren a momentos de su infancia y mencionan como motivos: interés y satisfacción. Se infiere que al existir interés en el adiestramiento musical aumenta la probabilidad de ser músico, se encontró que el 72.2% no toca ningún instrumento ni canta, solo el 27.8% lo hace. Los motivos para cantar y tocar algún instrumento son casi opuestos a los motivos de las personas que no tocan música, se contrastan en la Figura 6. los más representativos.

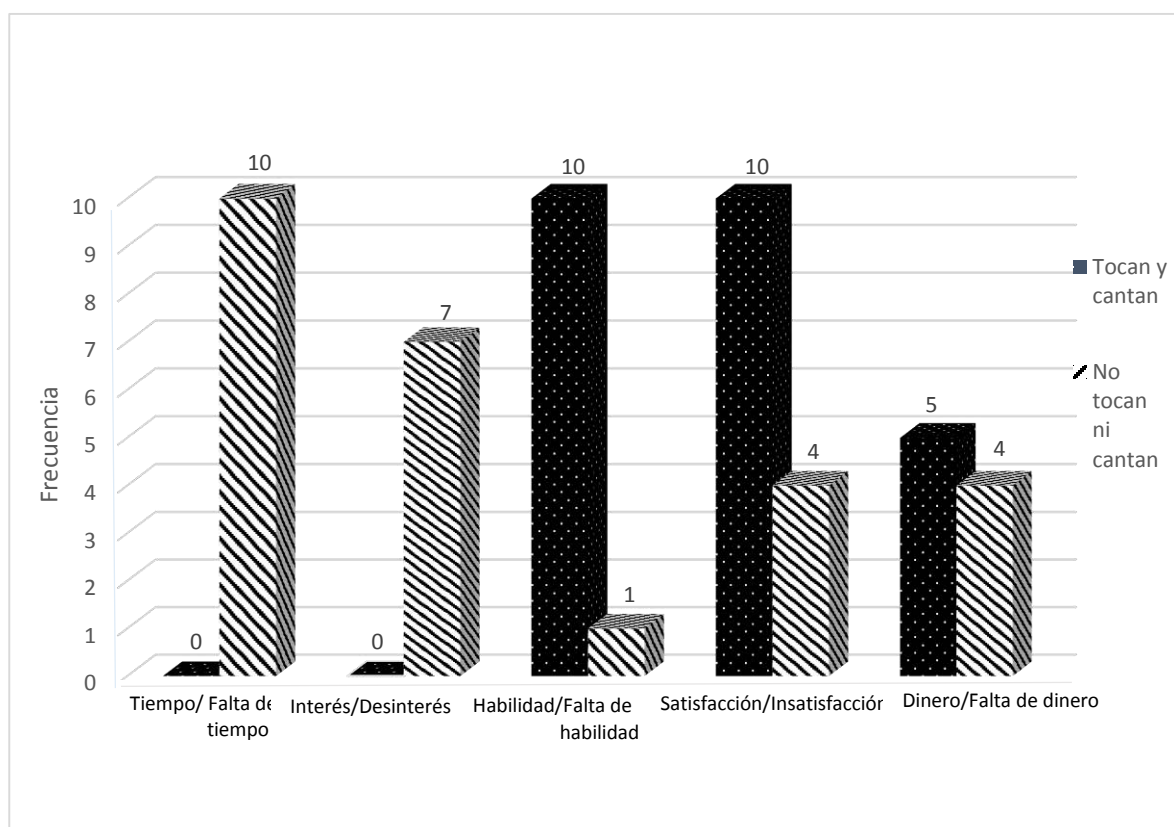


Figura 6. Muestra los motivos de los alumnos de Psicología para tocar y cantar. Principalmente figuran la habilidad y satisfacción, seguido de tener dinero. Las personas que no tocan ni cantan lo adjudican a la falta de tiempo principalmente, seguido de falta de interés, en un mismo nivel colocan la falta de dinero y que no les genera ningún tipo de satisfacción y finalmente a carecer de habilidades musicales.

El método empleado por los estudiantes para aprender a tocar un instrumento musical. 11 de los alumnos emplearon tutoriales vía Internet, 8 tomaron lecciones con algún tipo de maestro, 6 recurrieron a métodos impresos y un 2 empleó tutoriales en formato DVD. Accediendo al portal YouTube ingresen el nombre de

una canción seguido de las palabras tutorial o cover, se desplegará una lista de videos realizados por amateurs y hasta por profesionales explicando paso a paso como ejecutar la pieza musical, con posibilidades de retroalimentación mediante el uso de comentarios directamente en el video o con el usuario, lo mejor de todo es que es totalmente gratuito. El 22% de los músicos emplean métodos impresos (tablaturas y partituras), los cuales pueden ser adquiridos principalmente en puestos de periódicos, tiendas de CDs o en casas de música. Las desventajas que poseen son: el catalogo limitado y en ocasiones los precios pueden ser altos, la ventaja: son hechas por los músicos autores de las piezas o por músicos profesionales autorizados, lo que asegura que la versión a consultar es precisa. Los estilos musicales dominantes en los métodos de enseñanza son: clásica y variantes del rock. Al preguntar el número de veces que practican con su instrumento a la semana, se encontró que 13 alumnos practican 1 o 2 veces a la semana, 5 alumnos practican de 2 a 4 veces y 1 persona práctica hasta 6 veces en una misma semana. Es más relevante conocer el número de veces que se practica que la duración de cada sesión, debido a que practicar más tiempo no es necesariamente sinónimo de hacerlo correctamente.

En cuanto a equipo musical y de audio para tocar; 19 de los 72 estudiantes tocan algún instrumento musical o cantan, 57% cuenta con el equipo musical propio y 43% no. Respecto al equipo de audio, 47% cuentan con equipo propio y 53% no lo tienen. 53% de los músicos tienen el equipo necesario para ensayar y el 47% no lo tienen. Se observa una mayor diferencia en el equipo para presentaciones en vivo, donde solo 15% cuentan con el equipo necesario y 85% no lo tienen. En la Figura 7. y en la Tabla 2. se pueden contrastar los géneros musicales que son más populares para escuchar y para tocar, encontrando sustanciales coincidencias. Por lo menos en la cultura mexicana, pareciera que los 3 géneros más mencionados forman parte de la cultura popular, pueden ser escuchados en la calle, transporte público, establecimientos, y hasta en eventos sociales.

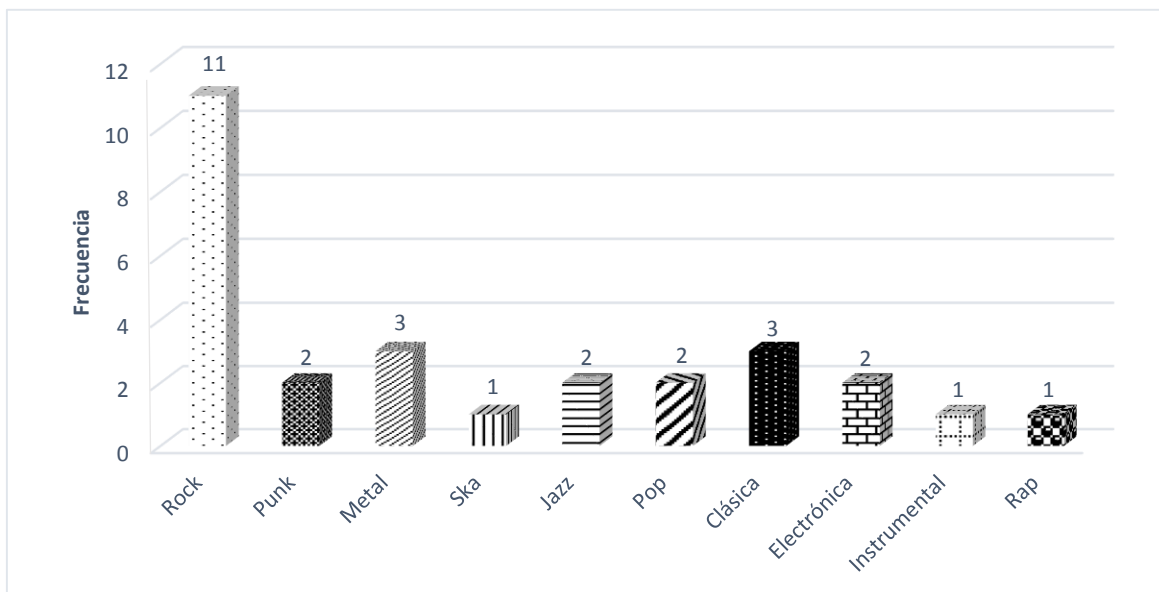


Figura 7. Muestra los géneros más tocados por los alumnos de Psicología. El género que más se toca es el rock, seguido de la música clásica y el metal, después se encuentran géneros como el punk, jazz, pop, electrónica. En menor proporción se encuentra el ska, música instrumental y rap.

Género	Frecuencia	Género	Frecuencia
Rock	57	Trova	1
Pop	49	Hip-Hop	1
Salsa	33	Hardcore	1
Jazz	29	R&B	1
Metal	27	Reggaeton	1
Ska	26	Instrumental	1
Banda	22	Psyambient	1
Cumbia	19	Regional mexicana	1
Punk	15	Dubstep	1
Rap	7	Lounge	1
Reggae	4	House	1
Clásica	3	Deep House	1
Alternativa	2	Progressive	1
Electrónica	2	Blues	1

Tabla 2. Muestra los géneros que son de mayor agrado para los estudiantes, el género que más gusta es el rock, seguido del pop, salsa, jazz, metal, ska, banda, entre otros.

Centrando la atención en el rock, en la Tabla 3. se observan los países de los cuales los alumnos conocen artistas de rock y en la Tabla 4. los grupos nacionales que consideran exitosos. Al hablar de música en México es conveniente

mencionar el tema de la piratería, el cual afecta de distintas formas a los músicos y a las compañías. Los alumnos encuestados consideran que en nuestro país se compra piratería principalmente debido a la economía, en otras palabras los altos precios dificultarían la adquisición de los materiales originales, así como comodidad debido a la inmediatez de las descargas online, la piratería es vista como una expresión de la cultura mexicana y la amplia variedad de catálogo. Congruentemente la principal razón para comprar música en formato físico por los alumnos es el precio (42 personas) y el material, (el cual está muy relacionado con el precio) aclararon 29 personas.

País	Frecuencia	País	Frecuencia
Estados Unidos	44	Brasil	2
México	35	Chile	2
Inglaterra	32	Escocia	2
Alemania	13	Finlandia	2
Argentina	12	Noruega	2
España	11	Nueva Zelanda	2
Japón	7	Polonia	2
Canadá	4	Bélgica	1
Colombia	4	Irlanda	1
Corea	3	Italia	1
Francia	3	Sudáfrica	1
Holanda	3	Suiza	1
Rusia	3	Uruguay	1
Suecia	3	Desconozco procedencia	6
Australia	2	Ninguno	2

Tabla 3. Muestra los países de los cuales se conoce música Rock por parte de los alumnos de Psicología. En 6 casos se desconoció la procedencia de la música que se escucha y 2 personas refirieron no conocer rock de ningún país.

Tabla 4. ¿Qué grupos nacionales consideras exitosos?

Grupos	Frecuencia	Grupos	Frecuencia
El Tri	24	Bengala	1
Caifanes	18	B. de Jerez	1
Zoé	18	Celso Piña	1
Café Tacuba	16	Calibre Zero	1
Maná	11	C. Morrison	1
La Maldita Vecindad	9	C. de Santa	1
Panteón Rococó	7	C. Pantera	1
División Minúscula	6	Deluxe	1
DLD	6	Los Dug Dugs	1
Fobia	6	Elefante	1
La Arrolladora			
Banda El Limón	5	La Gusana Ciega	1
La Cuca	5	Interpuesto	1
Los Tigres Del Norte	4	Javier Bátiz	1
El Recodo	4	Jaguares	1
Reik	4	Jumbo	1
Camila	3	Kenny y los Eléctricos	1
Enjambre	3	Kinky	1
Molotov	3	La Lupita	1
Panda	3	Liran' Roll	1
Teen Tops	3	María Daniela y su Sonido Lasser	1
Ximena Sariñana	2	Moderatto	1
Liquits	2	Moenia	1
La Ley	2	Motel	1
El Haragán	2	N. La Fourcade	1
Hello Sea Horse	2	OV7	1
Héroes del Silencio	2	Pandora	1
Inspector	2	Rata Blanca	1
Enanitos Verdes	2	The Rolling Stones	1

Control Machete	2	Ruido Rosa	1
Jesse y Joy	2	Salon Victoria	1
Estrambóticos	2	Sin Bandera	1
La Castañeda	2	Soda Stéreo	1
Carlos Santana	2	Sussie 4	1
Alex Syntek	1	V. del Doctor	1
Arcadia Libre	1	Cerebro	1
		Ninguno	7

Tabla 4. Muestra los grupos nacionales que son considerados exitosos por los alumnos de Psicología. Es necesario aclarar que al preguntar a los alumnos por los grupos nacionales que consideran exitosos, fueron mencionados artistas que no son mexicanos, tal es el caso de La Ley, Héroes del Silencio, Enanitos Verdes, Rata Blanca, Rolling Stones, Soda Stéreo.

Los jóvenes encuestados en la sección de preguntas abiertas expresan que el rock el tipo de música más libre y creativo, mediante el cual se puede expresar diferentes emociones. Posee la característica de ser muy variado, permite mezclar diferentes ritmos e instrumentos y ser la influencia para muchos otros géneros. Se basa en poner en cuestión los estatutos del orden, progreso (problematizando a la sociedad) Para algunos otros, es solo un tipo más de música, resulta algo que no es de su interés y por lo tanto desconocen del tema. Lo consideran como música para gritar y una forma de escándalo que altera a las personas.

En lo que se refiere a las entrevistas realizadas a los distintos músicos, la información obtenida fue clasificada en distintas categorías y se presenta a continuación.

MÚSICO 1

Nombre: Estibalis Anaya **Edad:** 24 años **País:** México **Grupo:** Larva

Instrumento: Bajo, voz y teclado

CONECTIVIDAD

Dispositivos

- Ipad, celular, computadora. Del Ipad me gusta la facilidad para transportar, las aplicaciones para el trabajo redes sociales, para estudiar, para repasar notas o tabs.

- El cel muy parecido al Ipad, la onda de tener comunicación instantánea como whatsapp y comunicarme con la gente de mi trabajo.

- Pc, grabación de música, almacenamiento de información importante. Edición de fotos y video.

Tiempo

- Yo creo que de 4 a 5 horas diarias.

REDES SOCIALES

Tutoriales

Youtube y otros sitios que recomendaban músicos o fotógrafos no recuerdo bien lo nombres.

Interacción

- Ahí nos ponemos en contacto con las bandas, público cosas del programa.

- Si alguien escribe a las redes sociales de Larva o a mi Facebook o a dónde sea siempre respondemos, sin importar lo que sea.

FORMACIÓN MUSICAL

Preparación

- Mi mamá tomó la decisión de meterme a la nacional de música de la UNAM a mis 6 años. Aunque no dure mucho tiempo ahí.

- Practico tres veces entre semana y el domingo ensayamos todo el día con Larva. Tres días, dos horas cada día.

- También conozco bandas iguales que no se preocupan por su sonido, o su imagen, que son incumplidos, que no saben respetar.

CULTURA MUSICAL

Familia

- Mis papás y mis abuelos siempre escucharon música a todo volumen, con diferentes géneros me hicieron crecer.

Edades de escuchas

- La mayoría están entre los 15 y los 28 pero han llegado personas mayores o fans con sus mamás e hijos.

Diversidad

- Cultural porque no sienten (las personas) la necesidad de conocer más, de sentirse orgullosos de la música que se hace en el país.

Apoyo a la escena nacional

- He visto casos en donde a la gente le gusta pero no apoyan, no consumen su música, no paga por ella, no van a sus eventos pero después sufren o se preguntan ¿por qué ya no tocan? Yo creo que hay de todo.

Papel de la música

- Muchos fans seguidores nos han dicho que han superado problemas con canciones, que han sobrellevado situaciones con las letras y que han cambiado su estilo de vida y forma de ser.

Identidad del grupo

- Larva es un grito desesperado, es un encuentro contigo, es un espacio a solas, también una crítica a nuestros errores.

DIVULGACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Software

- Pro tools 10, Photoshop, y Sony Vegas. Gratis todo por internet.

Música independiente

- Los que formamos parte de Larva sabemos lo difícil que es salir adelante en la "independencia" de banda.

Ámbito comercial dominante:

- Yo creo que esos medios sólo quieren lo mismo y lo mismo lo que a la gente le guste, pero ya no se dan a la tarea de conocer nuevos proyectos que probablemente podrían sorprenderlos.

RELACIONES

Dificultades

- He fallado el día de las madres, el día del padre, el día de la familia, por estar tocando. Y muchos amigos se alejaron primero porque no les gusta el género de Larva por agresivo o fuerte/pesado y nunca tengo tiempo de ir a chelear o hacer las cosas que antes hacíamos.

Relación intra-grupo:

- Hemos discutido pero jamás por algo sobresaliente, siempre me he llevado bien con los músicos en Larva.

MÚSICO 2

Nombre: Pavel Rodríguez **Edad:** 39 años **País:** México **Grupo:** Sonora Skandalera **Instrumento:** Bajo

REDES SOCIALES

Interacción

- Nosotros somos como la primera o segunda banda que tuvo Facebook de México fácil fácil. Todo el mundo usaba el Messenger, el HI5, Myspace, el Facebook fue el que llegó a desbancar a otras redes sociales, pero nosotros ya teníamos todas esas.

FORMACIÓN MUSICAL

Preparación

- Mi primera banda la hice a los 12 años, en la primaria. Tuve al maestro, mi maestro de bajo al que le debo la técnica y lo que aprendí en mi infancia, pues era de una banda que se llamaba la "Banda Elástica".

CULTURA MUSICAL

Familia

- Desde que yo tengo memoria me acuerdo de tener instrumentos sobre todo cerca, porque a pesar de que mis papas ninguno de los dos era músico si se preocuparon por tener ahí cosas, aunque sea tamborcitos, las flautitas, una guitarra ya cuando cumplí como como 10 años.

- Ninguno de los dos (hijos) tienen el gusanito de la música sinceramente, les he tratado de enseñar pero como que... todavía no están en la edad. Pero pues bien, yo los apoyo a que sea.

Edades de escuchas

- Van desde los 40 hasta los 8, como mis hijos que les gusta la Skandalera, no son los únicos, tengo compas que a sus hijos les ponen música de ska y todo ese pedo.

Diversidad

- Era como mucho más abierto, y ahora cada vez se ha fragmentado y la banda no convive tan fácilmente aquí en el D.F., pero todavía hay escenas en la republica donde tú te topas eso y es bien chido, llegas a un toquín y ves a la banda rasta, la banda y así, y no de ver uno por aquí y allá, es la misma banda.

Apoyo a la escena nacional

- La escena está ahorita fragmenta como cada vez más hay más géneros y el sistema se encarga de etiquetarte, y entonces decir: tú eres punk y tú eres rasta, entonces ustedes no se mezclen.

Papel de la música

- Pues mira te puedo decir que las letras hablan de lo que vivimos nosotros, sería la respuesta real, la neta.

- No hablamos de más que lo que nos pasa y también parte de eso que nos pasa es ese empuje con cómo están las cosas, como funciona nuestra sociedad a nuestro alrededor, la desigualdad. Nuestras rolas tratan de eso de cosas que queremos que la banda también comparta y conozca, a veces son de denuncia o a veces del desmadre, no solo de reflejar la vida que llevamos

- El real momento es el toquín donde está la banda bailando como loca, disfrutando y de alguna manera tratando de disfrutar, porque luego las condiciones no son las ideales.

Identidad del grupo

- Pues la neta finalmente esa retribución con la banda es lo que genera lo que ya es la banda, lo que es la Sonora Skandalera, no entre nosotros nada más, sino ya cuando estamos en un escenario y la banda está allá abajo y bailando, eso ya es la Sonora Skandalera.

DIVULGACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Música independiente

- El fenómeno de la Sonora Skandalera es un fenómeno que no depende de los medios, sobre todo de los medios masivos, nunca dependió, nunca de la tele ni la radio. Cualquier espacio que nos permita comunicarnos con la banda lo apañamos, así como cualquier territorio donde digan aquí se puede hacer un toquín ahí lo hacemos.

Ámbito comercial dominante:

- Finalmente nosotros existimos por nuestras tocadas, boca a boca y nuestros discos porque también se repartieron en su momento, corrieron mucho, ese es nuestro mercado de alguna manera.

- Pues es que no hay música alternativa aquí en México, la música alternativa quedo como una etiqueta más del mainstream para denominar a todo lo que está afuera.

Y llegó la mano dura del poder a decir: pshhh, de forma más inteligentemente dijeron: me llevo a la banda más importante y la llevo a vender discos de pop, para que hagan rolas de amor y no hablen de rolas del zapatismo, me la llevo y ya que no se mezclen con estos weyes. No voy a decir nombres porque sabemos quiénes son unas bandas que sabemos que firmaron con grandes disqueras, que firmaron con disqueras, entraron a la televisión, o sea entraron al mainstream, a la corriente principal. De alguna manera eso debilitó el pedo, se fue fragmentando entre tribus cada vez más separadas.

RELACIONES

Relación intra-grupo:

- Si cuesta trabajo pero más vale de frente y derecho que así. Luego en las peleas también, de plano los viajes muy largos se da en las giras.

- Finalmente se trata de crear siempre una convivencia donde todos estén de alguna manera a gusto. Ya en la parte de la convivencia es el desmadre y pasársela bien y que todo el mundo se la pasen a gusto.

MÚSICO 3

Nombre: Israel Olguín Cruz “Bam Bam” **Edad:** 39 años **País:** México

Grupo: Garrobos **Instrumento:** Batería

CONECTIVIDAD

Dispositivos

- Pues normalmente la computadora básicamente, y a través de mi teléfono celular. La computadora porque me sirve para descargar archivos que son muy pesados. Normalmente para estar ahí enviando información que es no tan pesada sobre todo en imágenes y para estar actualizando el Facebook.

Tiempo

- Normalmente unas 5 horas.

REDES SOCIALES

Interacción

- Lo de descargar archivos no es todo los días, normalmente es estar compartiendo en las redes sociales la información relacionada a los conciertos, conciertos que en este caso desarrollamos y llevamos a cabo. La información de discos que editamos, tenemos un sello discográfico.

FORMACIÓN MUSICAL

Preparación

- De hecho tenía ganas de tocar la guitarra... Paco se llama o ya no me acuerdo. Él me decía: “no, ¿sabes qué? como que tus dedos son muy torpes... Él fue una de las personas que me desanimó muchísimo a tocar la guitarra, porque desde chico siempre quise hacerlo... De chico, de niño si tú quieres; si te encuentras con personas así a veces si te truncan un poco los proyectos.

- Yo veía a este muchacho Hugo, se llamaba el que era el baterista de “Espacio en Blanco”, yo veía que tocaba y todo; y de repente un día pues súbete... Con Víctor Valdovinos, baterista de Iconoclasta, fue una de mis principales maestros. Y pues de ahí otros más, incluso hasta Elohim Corona en algunas clasecitas

CULTURA MUSICAL

- En México una gran mayoría a pesar de que estamos en cierta etapa, satanizan el rock por el hecho de que no sé, hay ciertos vicios, vicios como droga, alcohol y hay cierta gente que todavía piensa que existe eso; lo cual pues no es así.

Familia

- En mi familia tanto ni de mi mamá ni de parte de mi papá, al contrario, siempre vieron al rock como una especie de escarapate para unas personas. Pues bueno, primero (mi familia) creía que era como un pasatiempo, de ¿ahorita se le olvida al niño no?, pues obviamente yo compré mi batería

Diversidad

- Obviamente el rock se puede expresar y checar a través de los mismos discos, los conciertos entonces sigue vigente, eso sí, siempre va a seguir vigente, hay géneros que se apagan por momentos, unos se apagan y otros pum, es un ciclo.

- Siempre ha estado bastante fuerte en sus diferentes vertientes, punk, metal, rock urbano. Creo que el rock urbano siempre ha sido como la cabeza

Apoyo a la escena nacional

- Hay gente que sigue buscando los formatos físicos, hay gente que en internet trata de desvirtuar lo que es el disco vinil, el casete; todos esos formatos estuvieron ausentes muchos años pero curiosamente están ya regresando o por regresar.

- Pero la gente que normalmente hace los ataques a veces considero que son hasta fans de esas bandas, porque realmente si algo no te gusta no lo pelas y ya. Por otra parte hay otros músicos que pueden ver si se le puede llamar éxito o los proyectos que están desarrollando otra banda y otros músicos que no tienen ese mismo apoyo o esa misma suerte, ven que otra banda que va progresando la única manera de hacerse notar es atacar a esa banda. Y es cuando entra una cuestión, de que el malinchismo sigue existiendo, pueden tocar bandas de metal, hay festivales de metal nacional mexicano y es un concierto bien organizado, un concierto que convoca pero la afluencia no es tan fuerte porque van no sé, 500 personas a lo mucho, porque muchos dicen ¿cómo voy a ir a ver una banda

nacional? Yo soy puro true metal, puras bandas europeas, está muy marcado en el metal. Por ejemplo en el punk puede tocar “Sedición” y va toda la banda a apoyar, es una banda nacional.

Papel de la música

- La cuestión musical se convierte en una manera de vida, una manera de expresión, si la verdad engloba muchas cosas. Si es más que un concepto, yo creo que ya es una manera de vida.

- Bueno el rock creo que en la actualidad es un pretexto, una salida para algunos, un pretexto de vida para otros, un motivo como para hacer música. Obviamente el rock se puede expresar y checar a través de los mismos discos, los conciertos entonces sigue vigente, eso sí, siempre va a seguir vigente, hay géneros que se apagan por momentos, unos se apagan y otros pum, es un ciclo.

- La música se trae dentro, el punk, el metal, el ska; todo lo traes dentro y creo que eso es lo que más vale a veces. Yo me he encontrado licenciados, maestros, que los veo y los ves bien normales, hablas con ellos y son unas enciclopedias musicales y digo ¡ay cabrón!. Y gente que ves muy tranquila y muy normal y mis respetos, y anarquistas que no se visten necesariamente como punks anarquistas, que realmente no tienen nada que ver con la música y son anarquistas. Y otros que se dicen que son anarquistas que los he visto tirados ahí en las cervecerías tirados vomitados.

DIVULGACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Música independiente

- Hay pues muy pocos, en la radio en lo que actualmente existe que es “Reactor”, están apoyando las diferentes corrientes musicales un poquito más abiertas... Posiblemente haya otros pero no los conozco...

- Hay bandas que por ejemplo tocan y graban su demo y lo suben a internet...

RELACIONES

Relación intra-grupo

- Un grupo de rock es una familia chiquita porque también está conformada por ciertos integrantes... siempre existe esa convivencia, esos intercambios de

experiencias personales... muchas cosas, convives... algunos conviven casi todos los días, otros solo los fines de semana...

- Si hubo por ahí ciertos problemas como todo, las cosas fueron cambiando, la gente va creciendo, va madurando, va viendo la misma vida de otra manera, a mí en ese entonces me sacaron de la banda incluso sin saberlo.

MÚSICO 4

Nombre: Lula Bertoldi **Edad:** 29 años **País:** Argentina **Grupo:** Eruca Sativa

Instrumento: Guitarra y voz

CONECTIVIDAD

Dispositivos

- Uso mi Smartphone y mi macbook air. El Smartphone permite estar conectada con las redes fácilmente, digámoslo durante el viaje y todo el tiempo estar por ejemplo trabajando. De la macbook pues la comodidad también la llevo de viaje siempre. Estoy siempre con la macbook encima.

Tiempo

- De un día de 24 horas yo las uso fácilmente 3 horas, depende el día pero el promedio es de 3 a 4 horas.

REDES SOCIALES

- Uso twitter, Facebook, Instagram y creo que ninguna otra. Esas son las que más uso.

Publicidad y contacto

- Con las redes estoy ahí trabajando o monitoreando el movimiento de la banda, después también genero contenidos tanto en cuanto a eventos o contrato publicidad para la banda, contratos, mails, todo un tipo de trabajo más de community management.

FORMACIÓN MUSICAL

Preparación

- Mi abuela es directora de coro y profesora de música, también fue ella la que primero me regaló una guitarra y me enseñó a tocar el piano, entonces por esos dos lados venía.

- Bueno no fui a ninguna academia ni ningún colegio de música pero si fui a profesores que me enseñaron de distintos estilos, así que bueno fui aprendiendo de bastante variado.

CULTURA MUSICAL

Familia

- Mi viejo es como un melómano, colecciona discos y tiene un programa de radio.

Mi abuela, es la que toca el piano y dirige un coro.

- La verdad es que no le voy a inducir nada (a su hijo) que no quiera, si sí que lo elija él, porque para ser músico te tiene que nacer, te tiene que gustar, tiene que estar conectado con la esencia de uno, no puedes hacer música por obligación, es imposible, me parece algo imposible. El sabrá que quiere hacer.

Edades de escucha

- Nos pasa que va gente....primero las edades, tenemos gente de todas las edades, muchos adolescentes pero también hay gente grande, de 50 años que nos vienen....o van muchas familias con hijos jóvenes, muy muy chicos de 10 años que también escuchan la banda, en es verdad muy variado el público.

Diversidad

- Digamos hay un vacío de... en el sentido de que llegan nuevos nombres pero las grandes bandas de hace una década ya no están más y bueno la gente como que se esparció más a ver otras cosas, hubo como un cambio importante de caras en el panorama, en el ambiente.

- Estuvimos en Guadalajara, Monterrey, Toluca, estuvimos en varios lugares, D.F. y nada, nos encantó la cultura de la gente con la música, muy ávidos de escuchar música, se fanatizan mucho, son muy eufóricos con las bandas. México se lleva varios laureles ahí, me parece que tiene como una diversidad musical solo dentro del rock, notas bastante amplia la diversidad, la mezcla que hacen.

Apoyo a la escena nacional

- La verdad es que la gente se mueve mucho para ver música en vivo y el rock nacional, digamos de bandas argentinas mueve muchísima gente.

Papel de la música

- El rock es un movimiento fuerte acá en Argentina., la verdad que mueve mucha gente.

- Creo que el rock siempre tuvo una relación con la juventud muy estrecha, por una cuestión de que el rock es romper o era...bueno...actualmente no sé... Pero siempre tuvo una conexión muy fuerte con la juventud por romper los esquemas y ser distinto y revelarse. Me parece que tiene una conexión muy estrecha en cuanto a las letras, las temáticas y los ámbitos.

Identidad del grupo

- Eruca Sativa es una banda que por suerte, digamos, tratamos de no limitarnos artísticamente por más que a veces resulte difícil... es una banda bastante desprejuiciada. Eruca por suerte no nos encasillamos ahí porque tenemos letras muy positivas y muy proactivas más que de romper, de romper y revelarse en un buen sentido, no de revelarse violentamente, sino al contrario, de una forma inteligente de hacer.

DIVULGACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Música independiente

- Bueno me parece que ahora lo que más se usa y es lo que hemos usado nosotros siempre por una cuestión de presupuesto son las redes, porque amasa a todo el mundo ahí.

Ámbito comercial dominante

- Ganamos un par de premios incluso que nos dieron de cultura y un par de premios por parte de encuestas de los medios.

RELACIONES

Dificultades

- Me he perdido cumpleaños, casamientos, días importantes o situaciones difíciles en mi familia que no podía estar, ha fallecido mi abuelo y estaba de gira y tuve que volverme, esas cosas me parece que son los gajes del oficio también.

Relación intra-grupo

- Mira, te digo que la banda más difícil en la que he estado es una banda que estaba conformada exclusivamente por mujeres. Creo que eso fue la dificultad más

grande, porque las mujeres somos bastante complicadas cuando estamos en un grupo, entonces esa fue la única banda donde tuve por ahí roces más fuertes por un tema que se yo de ego.

MÚSICO 5

Nombre: Pär Sundström **Edad:** 33 años **País:** Suecia **Grupo:** Sabaton
Instrumento: Bajo

REDES SOCIALES

- Myspace, Facebook, Youtube y semejantes.

Interacción

- Original: Sabaton was early using social networks, Myspace, Facebook, Youtube and such and today it's some of our most effective tools Since Sabaton does not get featured on mainstream radio or TV this is a great way to both reach new and communicate to old fans.

- *Traducción: Sabaton estaba usando desde inicios las redes sociales, Myspace, Facebook, Youtube y semejantes; y hoy son algunas de nuestras herramientas más efectivas. Desde que Sabaton no aparece en la radio o televisión mainstream, esta es una gran manera de alcanzar tanto a nuevos y comunicarse con viejos fans.*

CULTURA MUSICAL

Diversidad

- Original: Some of the biggest bands in the world play metal and they have been a huge influence to also musicians in other genres.

- *Traducción: Algunas de las más grandes bandas en el mundo tocan metal y ellas han sido una gran influencia también para músicos de otros géneros.*

Identidad del grupo

- Original: Sabaton plays Heavy Metal. Rock is such wide genre.

- *Traducción: Sabaton toca Heavy Metal. El rock es un género bastante amplio.*

DIVULGACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Ámbito comercial dominante

- Original: Sabaton has not really been featured much on radio or TV. But when it happens it always benefits the band.

- Traducción: Sabaton no ha aparecido mucho en radio o en televisión. Pero cuando sucede esto siempre beneficia a la banda.

Medios Digitales

- Original: Digital sales is today more popular in many countries. It's simply the availability, the on demand. People want something and don't have the patience to wait for it.

- Traducción: Las ventas digitales hoy son más populares en varios países. Es simplemente la disponibilidad, bajo pedido. La gente quiere algo y no tienen la paciencia para esperar por ello.

MÚSICO 6

Nombre: Veronika Lukešová

Edad: 23 años

País: Republica Checa

Grupo: Kiske & Somerville

Instrumento: Batería, piano y otros en menor dominio.

CONECTIVIDAD

Dispositivos

- Original: PC, tablet, mobile. Music, propagation, social contact, work, information and fun.

- Traducción: Computadora, tablet, teléfono móvil. Música, propagación, contacto social, trabajo, información y diversión.

Tiempo

- 1.5 horas.

REDES SOCIALES

- Twitter, FB, Instagram, Google.

FORMACIÓN MUSICAL

Preparación

- Original: Student at the conservatory Jaroslava Ježka, Prague.

- Traducción: *Estudiante en el conservatorio Jaroslava Ježka, Praga.*

- Original: I play drums, piano...softly others...start at the elementary music school...piano after that drums continue to conservatory.

- Traducción: *Toco batería, piano...suavemente otros... inicio en la escuela elemental de música...el piano después que la batería, continuo en el conservatorio.*

- Original: If I have time nowadays (I'm not on tour or don't have other duties) 2h (just my time with drums) but it's changed due to period...more or less...but spending time with music much more mean bands, listening music...

- Traducción: *Si tengo tiempo hoy en día (si no estoy en tur o no tengo otros deberes) 2 horas (solo mi tiempo con la batería) pero ha cambiado por el periodo... más o menos... pero dependiendo del tiempo con música mucho más, es decir bandas, escuchar música....*

CULTURA MUSICAL

Familia

- Original: People at home that listens to music: Granny-often, boyfriend-often, brother and mother-usually.

- Traducción: *Gente en casa que escucha música: Abuela-con frecuencia, hermano y madre-generalmente.*

- Original: Mother-piano, granny piano and singing, boyfriend-drums and piano, brother-piano and guitar; and have a lot of friends who plays musical instrument because I studied it.

- Traducción: *Madre-piano, Abuela piano y canto, novio- batería y piano, hermano- piano y guitarra y tengo muchos amigos que tocan instrumentos musicales porque yo lo estudié.*

Papel de la música

- Original: It's hard to say that you identify yourself...but some connection between your thinking and taste have to be connected, mean in music and life philosophy...

- Traducción: Es difícil decir que te identifiques... pero cierta conexión entre tu forma de pensar y el gusto tienen que estar conectados, es decir, en la música y en la filosofía de vida.

DIVULGACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Ámbito comercial dominante

- Original: It's true that main stream is little bit different but I have theory that great song is great song.

- Traducción: Es cierto que el mainstream es un poco diferente pero tengo la teoría de que una gran canción es una gran canción.

RELACIONES

Dificultades

- Original: In bands is typical that you could have some difficulties because is something like relationship but with more than two persons, so yes sometimes you don't have the same opinion on few things (e.g. vision, sound, business etc.)

- Traducción: En las bandas es típico que tú puedas tener algunas dificultades porque es algo como una relación pero con más de dos personas, así que sí, a veces no tienes la misma opinión en algunas cosas (ejemplo visión, sonido, negocio, etc.)

Relación intra-grupo

- Original: Kiske/Somerville is really a young project, so I couldn't tell a lot of experience about, everybody from this project is great person and of course musician. I feel in that group position of "baby" and try to catch experience from others and combine it with my visions...

Traducción: Kiske/Sommerville es realmente un Proyecto muy joven, así que no podría contarte mucha experiencia al respecto, cada persona del proyecto es una gran persona y por supuesto músico. Me siento en ese grupo en la posición del "bebé" y trato de tomar la experiencia de otros y combinarla con mis visiones...

El discurso de los distintos músicos entrevistados permite entender que el rock es un fenómeno que se desarrolla en distintos niveles o dimensiones viables de analizar, cuyo orden de aparición puede variar debido a la naturaleza no lineal del propio fenómeno, representado en el siguiente modelo:

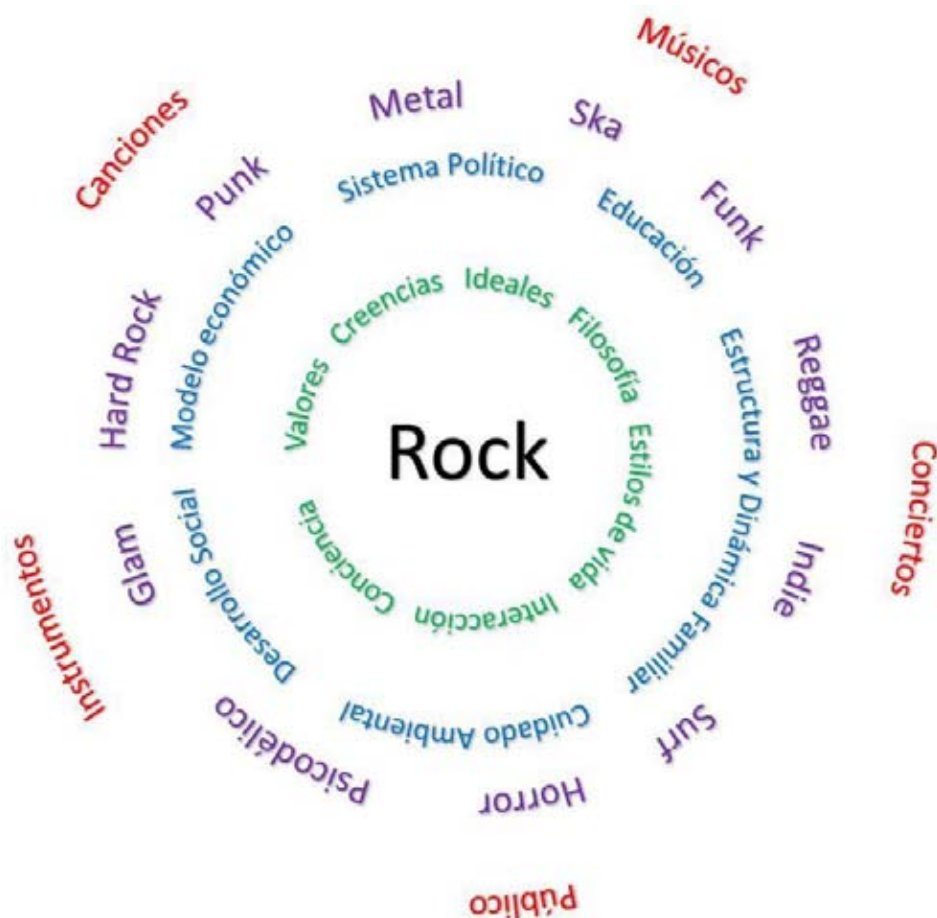


Figura 8. Modelo creado a partir de la información recolectada en la presente investigación, explica los diferentes niveles de análisis del fenómeno del rock.

El nivel más elemental consiste en la interacción con otros individuos y el medio en el que se desenvuelve el individuo; se intercambian experiencias que proporcionan elementos necesarios para acceder a un nivel/dimensión de mayor complejidad donde se generan creencias, ideales, valores, interacciones, concientización y estilos de vida específicos; en otras palabras una cultura completa. Se genera un sentido de identidad entre los miembros que pertenecen por ser semejantes, al mismo tiempo que se genera un proceso de identificación entre elementos desiguales no pertenecientes a su grupo, no necesariamente de forma excluyente. A tal nivel de complejidad se pueden llegar a plantear nuevas propuestas y basarse en las existentes respecto a sistemas políticos, modelos educativos y económicos, estructuras y dinámicas familiares, entre otras. Al existir una identidad definida se accede a la posibilidad de diversificarse de forma no

excluyente para poder modificar elementos en su propia persona y en la sociedad/cultura con los cuales los individuos no se encuentren totalmente conformes por distintas razones, creando los géneros, subgéneros o adhesiones musicales; que no son otra cosa sino una cultura cuya principal forma de expresión es el arte. Como se podría creer, el concepto del rock no se centra únicamente en la música; posee otras formas de expresión identificables en documentalismo, literatura, video, escultura y pintura. Inclusive prestando atención en ciertas tendencias se puede observar como la cultura del rock se relaciona en simbiosis con otras culturas, ideologías o formas de vida que superficialmente nada tienen que ver con la música; algunos ejemplos son: vegetarianismo, cultura de cuidado del medio ambiente, ideologías pacifistas, anarquismo, comunismo o anti fascismo.

Con los resultados de la investigación presentados previamente, se prosigue con el apartado de conclusiones.

CONCLUSIONES

El presente estudio ha permitido demostrar una modificación en las formas de interacción de las personas debido al uso de tecnología, haciendo referencia específicamente a dispositivos electrónicos para acceder a internet y a las populares redes sociales. De acuerdo al estudio de “Consumo de Medios entre Internautas Mexicanos” realizado en 2014, las personas pertenecientes a distintos niveles socioeconómicos en los últimos años han incrementado el uso de dispositivos portátiles, los aparatos más usados son las laptops, seguido de computadoras de escritorio y teléfonos inteligentes casi en la misma proporción, y posteriormente tablets. Se podría esperar que los teléfonos inteligentes y tablets alcanzaran una posición más alta, pero en realidad es que las laptops y computadoras de escritorio llevan mucho más tiempo en el mercado; al realizar un análisis de las fechas de adquisición de los dispositivos sería altamente probable encontrar que los teléfonos inteligentes se han adquirido en una mayor proporción en un periodo corto de tiempo, fenómeno producido por la constante actualización de modelos, marcas y procesadores, así como de la relativa accesibilidad en precio que permite reemplazar los aparatos sin la condición de terminada la vida útil del aparato más fácilmente que un ordenador fijo o portátil. Poseer un solo equipo en ocasiones se vuelve limitante, restringe la posibilidad de acceder a redes públicas y privadas en distintos lugares. Resulta cada vez más familiar que las personas inicien una conexión a internet en un sitio y la mantengan a lo largo del día mientras llevan a cabo sus diversas actividades cotidianas, creando cierto nivel de dependencia en los usuarios al consumir considerables cantidades de tiempo.

En el caso particular de los estudiantes de la FESI de psicología queda claro que el desarrollo de habilidades tecnológicas en su formación no es la más adecuada debido a una deficiencia en el programa de estudios, producto de una falta de actualización y seguimiento al acelerado desarrollo de nuevas tecnologías. Una propuesta conveniente es la impartición de talleres, cursos e inclusive la generación de módulos obligatorios en el programa de estudios de los estudiantes que permita ampliar el aprendizaje y los usos de herramientas web para fines educativos, recreativos así como artísticos mediante el uso de software

especializado relacionado a procesamiento de datos, herramientas web, edición de imágenes, audio y video. Las habilidades adquiridas permitirían diversificar las formas de interacción y convivencia, teniendo un impacto directo en el desarrollo personal, académico, laboral y artístico de las personas.

No se puede negar la contribución de internet y sus redes sociales en los gustos musicales de las personas actualmente, aunque desgraciadamente no se tuvo el seguimiento necesario hasta hace pocos años por parte de músicos, usuarios de internet, compañías e investigadores. Los datos obtenidos mediante los cuestionarios y entrevistas semi estructuradas exponen cambios constantes en las formas de comercialización y divulgación digital, combinando dinámicas pre redes sociales y tecnologías complejas con métodos diversos y variados de la actualidad, al alcance de la gran mayoría del público. Facebook, Youtube y Myspace figuran como los principales portales al frente del fenómeno de las redes sociales y el fenómeno musical en línea por el momento, mediados por dispositivos móviles de alta tecnología. Según AMIPCI en 2014 se calcula que 9 de cada 10 internautas acceden a alguna red social, estos sitios populares poseen niveles considerables de publicidad, cifras de “Estudio de Consumo de Medios entre Internautas Mexicanos” de 2013 revelan que 77% de los mexicanos pone atención a la publicidad en línea y al tratarse de marcas 89% busca información de marcas anunciadas.

En el “Estudio de Consumo de Medios entre Internautas Mexicanos” de 2013 se posicionó Facebook como el principal sitio para compartir fotos, seguido de Twitter. Youtube es el sitio más empleado para compartir videos, después se encuentra Facebook y Google Video. Resultaría complicado calcular que cantidad del material en internet es contenido musical, pero probablemente la proporción es bastante alta. Considerando este planteamiento, sin la música la composición de las redes sociales actuales sería diferente, por no contar con patrocinadores, usuarios y contenido suficiente, podría resultar poco atractivo para algunos, etc.

Hay que tener en claro que la tecnología nos modela, constantemente se nos bombardea de imágenes, estatus y estereotipos de lo que la sociedad considera

como deseable. Realmente el impacto de la tecnología depende de cómo el usuario aprenda a usarla, es decir, del tipo de interacciones que establezca. Lo mismo sucede con la música rock y la juventud, al generar diferentes discursos claramente identificables pero que cada escucha o músico resignifica. Concordando con Reguillo (2000), se puede hacer una analogía entre la juventud y el rock, ambas muestran las deficiencias del sistema actual, traduciendo sus ideas en acciones y se regulan ante el orden que las excluye. Resulta conveniente estudiar a futuro ambos conceptos como una forma no institucionalizada de entender y actuar en el mundo, en otras palabras, hay que estudiar al rock desde el rock, a la juventud desde la juventud y a las tecnologías desde las tecnologías.

Las investigaciones que giran alrededor de dichos conceptos parten desde una lógica dualista, hacen parecer que el estatus quo se encuentra en contraposición con el rock y la juventud (en el hogar, escuela, religión así se enseña), pero en realidad son complementarias. Son más una extensión o complemento de la cultura dominante, es prejuicioso y erróneo concebirlas como contra culturas y fragmentarlos en subculturas (es un peyorativo, similar al malinchismo de referirse hacia los idiomas de las culturas indígenas como "dialectos" en vez de idioma). Un claro ejemplo es la diversificación de los rituales de consumo cultural (escritos, imágenes, ropa, accesorios, peinados, etc.). Otro error común en este campo de estudio es tener una lógica lineal, Miguez y Semán (2006) mencionan que las significaciones generadas no pueden ser deducidas de manera mecánica a los contextos, por lo cual no se pueden establecer generalizaciones ni correlaciones. Como menciona Reguillo (2012) en la mayoría de las investigaciones existe una tendencia a confundir ciertos diversos escenarios situacionales (calle, marginación, etc.) con espacios antagonistas a la normatividad y al discurso dominante, pero realmente son una extensión. Resultaría imposible no estar sujeto a algún tipo de institucionalidad, por el simple hecho de nacer en una sociedad con determinada cultura.

Seman y Vilas (2008) mencionan que resulta conveniente hablar de combinaciones recurrentes de adhesiones musicales, temas y actividades más que

de géneros musicales. En otras palabras, estaríamos hablando de tendencias, por lo que si una persona consume una tendencia de forma parcial, sigue siendo de igual importancia para la construcción de su identidad, lo que nos permite explicar que los individuos sientan afinidad por una tendencia aunque no se sientan pertenecientes a dicho grupo y en ocasiones sensaciones de incongruencia. Contrastando con palabras de Aknez, vocalista del grupo de hardcore punk mexicano Massacre 68:

Ahora me dedico mucho a esto de la meditación, hago yoga y me veo y me siento más sano y se me hace más punk eso. A veces bailo hasta cumbia, me gusta, yo vengo de un barrio y la cumbia me encanta ¿por qué no? y bailo eso como bailo un punk o un hardcore, bailo cosas rudas, ¿no tengo ningún prejuicio no? vivo al día como debe de ser y vivo por lo que me gusta, no por lo que me imponen. (Rico, 2013).

Esto para algunos músicos y estudiosos resultaría incongruente, debido a que el punk es de carácter alternativo y la salsa/cumbia forma parte del popular mexicano, pero se debe recordar que la persona no está alienada de su contexto. Prueba de ello son los estilos de vida de los músicos, los cuales desempeñan actividades, roles y funciones similares a otros individuos ajenos a movimientos musicales, desde formar una familia hasta tener un empleo.

Las personas que se identifican con algún género musical o cultura alternativa parecerían no poder escapar de esta forma de pensar, estableciendo de forma ambigua grupos de referencia antagónicos por motivos musicales/ideológicos y económicos. Seman y Vilas (2008) mencionan que existe una especificidad histórica de la música y una trayectoria individual en su contexto histórico, social y cultural. Independientemente de estas características, no hay explicaciones tangibles que impidan a un individuo escuchar e identificarse con aparentes tipos de música incompatible y al mismo tiempo coincidiendo con Yudice (2010), se

dificulta establecer las formas de construcción de la identidad mediante un discurso musical.

Se encontró que el rock se ha convertido en una parte fundamental de la cultura dominante o popular, generando en cada una de las regiones sus propias formas de expresarlo en los continentes Americano, Europeo y algunas regiones del Asiático, donde las artes pasan a constituir una forma de escape y la música permite identificaciones inmediatas con el mundo para los individuos. Yudice (2010) explica que la mayor parte de los continentes se ven afectados por movimientos de rock de distintos tipos.

En el caso del rock en español en México una característica relevante es el concepto de identidad, que puede ser analizado en diferentes niveles como lo son: la escena a nivel nacional y los artistas. Es de considerar que las grandes compañías discográficas se encuentran en Estados Unidos, los grupos más populares o icónicos han surgido allí o en Inglaterra, las televisoras y radiodifusoras tanto nacionales como extranjeras dedican mayor espacio a contenido extranjero. Los datos obtenidos nos indican más cosas, en ocasiones grupos de países no angloparlantes componen las letras de sus canciones en inglés, lo que puede generar confusión y el escucha desconocer el lugar de procedencia de un artista, la misma lógica aplica en músicos de habla española. Alumnos señalan a grupos extranjeros como nacionales, tal es el caso de La Ley, Héroes del Silencio, Enanitos Verdes, Rata Blanca, Soda Stéreo. Esta situación relaciona con opiniones de algunos músicos mexicanos, tal es el caso de Alberto Pimentel, ex vocalista del grupo Transmetal y actualmente en Leprosy quien señala: “Como cantamos en español ahí hubo una identidad”. (Rico, 2012). Coincidiendo con Pimentel, Armando Vega Gil (vocalista y bajista de Botellita de Jerez) dice:

Era un momento de crisis, un trabajo constante le dio personalidad al rock mexicano, los medios masivos de comunicación se dieron cuenta que era un buen negocio. La estrategia mercantil del rock en tu idioma. (Rico, 2011).

Bajo la misma lógica, Arturo Huizar (ex vocalista de Luzbel) coincide en su forma de pensar y agrega: “El movimiento tenía que ser en español, fue una necesidad como identidad”. (Rico, 2012).

La información encontrada en la presente investigación podría llevar a refutar las afirmaciones de los músicos, el idioma no da identidad, está la generan los propios músicos, sus composiciones y la escena compuesta por los medios y un público.

Para finalizar, hay suficiente información recolectada mediante los distintos instrumentos para afirmar que los objetivos planteados al comienzo de la investigación han sido cumplidos satisfactoriamente. Como posibles líneas de investigación a futuro es deseable profundizar más en los discursos de los músicos incursionando en diferentes ámbitos con otras poblaciones, así como de las distintas adhesiones musicales existentes no solo en nuestro país debido a la poca información que existe al respecto, realizar esto permitirá actualizar y replantear las posturas teóricas existentes. Resulta igualmente conveniente recurrir a los distintos materiales que se encuentran en distintos formatos como documentales, películas, biografías relacionadas a músicos y bandas de rock. Con la misma importancia se debe hacer un seguimiento del desarrollo de las redes sociales desde sus orígenes, debido a la falta de seguimiento que han tenido sus principales sitios y actores. No se puede negar que la documentación existente actual en su mayoría se basa en tendencias mercantiles y de consumo. Realizar investigaciones acerca del rock sin emitir prejuicios y con cierta sensibilidad por parte del investigador no es altamente deseable, es una necesidad.

REFERENCIAS

Aliano, N. (2010). Culturas populares: orientaciones y perspectivas a partir del análisis de un campo de estudios. Recuperado el 5 de octubre de 2014 de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/13763>

Arias, M.M. (2000). La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones. *Investigación y Educación en Enfermería*, 18(1), 13-26.

Blaikie, N.W.H. (1991). A critique of the use of triangulation in social research. *Quality and Quantity*, 25, 115-136.

Boyd, D.M. y Ellison, N.B. (2007): Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1). 210-230. Recuperado el 10 de abril de 2014 de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>

Belz, C. (1974) *History of Rock Music*. EUA: Ed. Laurel.

Caldevilla, D. (2010). *Las redes sociales. Tipología, uso y consume de las redes 2.0 en la sociedad digital actual*. Documentación de las ciencias de la información, 33, 45.68.

Castañeda, L.; González, V. & Serrano, J.L. (2011). Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales. Recuperado el 26 de abril de 2014 de: <http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CIDIQFjAB&url=http%3A%2F%2Fdigitum.um.es%2Fxmlui%2Fhandle%2F10201%2F25353&ei=SLyCU7nBH86NqAaBtYL4Dw&usg=AFQjCNFcGxtTMWFqcGs0uPvdc0GJQjUVjQ&sig2=pvWs9a2nYyG7aofozpVRFA>

Chen, H., De, P. y Hu, Y. (2009). Broadcasting in online social networks: an empirical study of musical sales and artist's activities. Recuperado el 4 de mayo de 2014 de: <https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&>

ved=0CDMQFjAB&url=https%3A%2F%2Fwww.krannert.purdue.edu%2Facademics%2FMIS%2Fworkshop%2Fpapers%2Fhc_110609.pdf&ei=T9I3U5elGoOTqAa7_YKYBA&usg=AFQjCNGtEVgXxtWqplNtrDwbpB6cVz35SA&bv m=bv.66917471,d.b2k&cad=rja

Corbetta, P. (2003). Metodología y técnicas de investigación social. Madrid: McGraw-Hill/ Interamericana.

De Aguilera, M., Adell, J. y Borges, E. (2010). *Apropiaciones imaginativas de la música en los nuevos escenarios comunicativos*. Revista científica de comunicación, 34 (8), 35-44.

De Garay, A. (1989). *Prolegómenos al estudio de la cultura rock*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, 2(6) ,117-135. Recuperado el 23 de septiembre de 2014 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31620605>

Del Bosque, M. (Productor). (2014). Transmisión de Hell & Heaven Metal Fest via Telehit.

Dhar, V. y Chang, E.A. (2008). *Does Chatter Matter? The impact of user-generated content on music sales*. Ceder Working, 7(6).

Donolo, D.S. (2009). Triangulación: procedimiento incorporado a nuevas metodologías de investigación. Revista Digital Universitària, 10(8), art. 53.

Durand, N. (2011, 21 de enero). México es líder...en piratería musical. El Universal. Recuperado el 23 de marzo de 2014 de: <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/102231.html>

Garcés, M. (2005). *Identidades musicales juveniles: pistas para su reconocimiento. El descubrimiento pendiente de América Latina: diversidad de saberes en diálogo hacia un proyecto integrador*. 1(1), 59-66. Recuperado el 12 de septiembre de 2014 de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1334861>

Grinnel, R.M. (1997). *Social work research & evaluation: Quantitative and qualitative approaches*. Ítaca: E.E. Peacock Publishers.

Hernández S.R., Fernández C. C. y Baptista L. P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

Margulis M. Y Urresti M. (1998). *Jóvenes: desorden cultural y palimpsestos de identidad*. En H. Cubides, M. C. Laverde & C. E. Valderrama (Eds.), *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades* (pp. 22-37). Bogotá, Colombia: Universidad Central/ Siglo del Hombre Editores.

Márquez, I. (2011). *Música y experiencia: de las sociedades primitivas a las redes sociales*. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 6 (2), 193-214.

Martin-Barbero, J. (1998). *Jóvenes: desorden cultural y palimpsestos de identidad*. En H. Cubides, M. C. Laverde & C. E. Valderrama (Eds.), *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades* (pp. 22-37). Bogotá, Colombia: Universidad Central/ Siglo del Hombre Editores.

Mead, M. (1970). *Cultura y compromiso. Estudio sobre la ruptura generacional*. Barcelona, España: Gedisa.

Mertens, D.M. (2005). *Research and evaluation in Education and Psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative and mixed methods*. Thousand Oaks: Sage.

Okuda, B.M. y Gómez-Restrepo, C. (2005). *Métodos en investigación cualitativa: triangulación*. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 1(34), 118-124.

Palacios, J.E. (2011) *Memoria y rock. La historia oral como otra forma de grabación*. Recuperado el 4 de abril de 2014 de: <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html>

Patton, M.Q. (1990). *Qualitative evaluation methods*. Londres: Sage Publications.

Reguillo, R. (2000). *Estrategias del desencanto. Emergencia de culturas juveniles*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Norma.

Reguillo, R. (2012). *Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa*. Comunicación y sociedad. 18, 135-171.

Reventós, L. (2006, 23 de julio). *El videoclip del universo se llama YouTube*. El País. Recuperado el 9 de febrero de 2011 de http://www.elpais.com/articulo/sociedad/videoclub/universo/llama/YouTube/elpporsoc/20060723elpepisoc_5/Tes

Rico, R. (2011). CÁPSULA 22. RAMSÉS 1 de 2 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=0Qfu7x1sGFU&feature=youtu.be>

Rico, R. (2011). CÁPSULA 25. BOTELLITA 2 de 3 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=YhT-kg2T3N0>

Rico, R. (2012). ALBERTO PIMENTEL 1 de 2 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=MQnNfyx6U5o&feature=youtu.be>

Rico, R. (2012). ALBERTO PIMENTEL 2 de 2 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=nRxo0meqjus>

Rico, R. (2012). CÁPSULA 34. CHARLIE MONTTANA 1 de 3 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=RLtZbnwe18Q&feature=youtu.be>

Rico, R. (2012). CÁPSULA 34. CHARLIE MONTTANA 2 de 3 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=q8lv86otHfM>

Rico, R. (2012). CÁPSULA 34. CHARLIE MONTTANA 3 de 3 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=8usayX3-yds>

Rico, R. (2012). CÁPSULA 40. ARTURO HUIZAR 1 de 2 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=jQotiiesn6Q&feature=youtu.be>

Rico, R. (2012). CÁPSULA 40. ARTURO HUIZAR 2 de 2 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=jwyL8Nt5_gQ

Rico, R. (2012). CÁPSULA 66. RAÚL GREÑAS 1 de 2 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=QtSZKh_S07U&feature=youtu.be

Rico, R. (2013). CÁPSULA 77. MASSACRE 68 - AKNEZ 2 de 2 "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=SJU9qRH7oos&feature=youtu.be>

Rico, R. (2013). CÁPSULA 81. SINDROME DEL PUNK - "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=dDzGC5w8Z_Y&feature=youtu.be

Rico, R. (2013). CÁPSULA 82. Banda Bostik "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=CNXaZtfQNJk&feature=youtu.be>

Rico, R. (2013). CÁPSULA 91. ALEJANDRO LORA - "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=s6fTUBNdW_M&feature=youtu.be

Rico, R. (2013). CÁPSULA 93. TEX TEX - "BUSCANDO EL ROCK MEXICANO". Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=xNakN6kBQY8&feature=youtu.be>

Roura, V. (1985). *Apuntes de Rock*. Ed. Nuevo Mar, México.

Rivera, K. (2015). Virtuosismo y conciencia social. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=K3ViBizU2EI>

Seman, P. y Vilas, P. (2008). *La música y los jóvenes de los sectores populares: más allá de las "tribus"*. *Revista Transcultural de Música*. *Transcultural Music Review*, 12, 2-19. Recuperado el 28 de septiembre de 2010 de <http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art01.Htm>

Spradley, J. (1979). *La entrevista etnográfica*.

Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1987), *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Urueña, A. (2011). *Las redes sociales en internet*. España: Madrid. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI.

Vila, P. (2002). *Música e identidad. La capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos*. Colombia, Medellín: Editorial Universidad de Antioquía.

Yudice, G. (2010). *La música en la construcción de la identidad política*. *Dialéctica revista de investigación*. 201,116-125.

ANEXOS

Anexo 1



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Iztacala



La juventud y el rock en la era digital

Te agradecemos de antemano por tomarte el tiempo para responder éste cuestionario, ya que, tú participación es de gran importancia para desarrollar un trabajo de investigación referente a: "La juventud y el rock en la era digital", los resultados de esta investigación nos permitirán conocer el uso de las redes sociales para fines de divulgación y comercialización musical.

Éste cuestionario requiere de aproximadamente 20 minutos para contestarse por completo. Tus respuestas serán tratadas de manera confidencial y anónima. Si deseas conocer los resultados, tanto de tu cuestionario como de la investigación, contáctanos a través de: rockmusicproject@hotmail.com

¡Muchas gracias!

Instrucciones: Contesta todas las preguntas que se encuentran en el cuestionario marcando con una X la respuesta que consideres adecuada y responde de la forma más clara posible las preguntas abiertas. Puedes seleccionar más de una respuesta en las preguntas marcadas con un asterisco.

**Datos socio
demográficos:**

Edad:

Masculino []

Estado civil:

Femenino []

Carrera:

Semestre:

Turno:

Ingreso mensual **FAMILIAR** aproximado (incluye tu sueldo en caso de percibir ingresos)

Menos de \$2500 []

\$12,600 a 15,000 []

\$2600 a 5000 []

\$ 15,100 a 17,500 []

\$5100 a 7500 []

\$17,600 a 20, 000 []

\$7600 a 10,000 []

más de \$20, 000 []

\$10, 100 a 12,500 []

Ingreso mensual **PERSONAL** aproximado (en el caso de que perciba algún tipo de ingreso)

- | | |
|------------------------|------------------------|
| Menos de \$2500 [] | \$12,600 a 15,000 [] |
| \$2600 a 5000 [] | \$ 15,100 a 17,500 [] |
| \$5100 a 7500 [] | \$17,600 a 20, 000 [] |
| \$7600 a 10,000 [] | más de \$20, 000 [] |
| \$10, 100 a 12,500 [] | |

1. Conectividad

1.1. ¿Qué dispositivo utilizas para acceder a Internet? (Puedes marcar más de una opción.) *

- Tablet - Computadora de escritorio - Laptop - Celular
Otro _____

1.2. ¿Con cuántos dispositivos cuentas para acceder a Internet?

- 0 - 1 - 2 - 3 - 4 - más

2. Herramientas WEB y Redes Sociales con fines lúdicos

2.1.. ¿Cuánto tiempo al día, le dedicas a actividades lúdicas y de entretenimiento en internet?

- Menos de 1 hora - 1 a 2 hrs - 2 a 4 hrs - 4 a 8 hrs - 8 a 12 hrs
- 12 a 16 hrs - Más de 16 hrs

2.2. ¿Qué redes sociales utilizas? (Puedes marcar más de una opción.) *

- Facebook - Twitter - Google+ -Linked In -Blogger - Flickr
 - Tumblr -Otras _____

2.3. ¿Por qué prefieres ésta/s Red/es Social/es? (Puedes marcar más de una opción.) *

- Popular - Gratuito - Fácil uso - Socialización - Entretenimiento
-Otra _____

2.4. ¿Has creado algún espacio de difusión en la red? (Puedes marcar más de una opción.) *

- Blogs - Wikis - Foros - Ninguno
- Otro _____

2.5. Empleas la WEB como medio de información, organización y/o difusión de eventos: (Puedes marcar más de una opción.) *

- Académicos - Culturales - Deportivos - Sociales -Conciencia ciudadana

- Musicales -Ninguno - Otros_____

3. Formación musical

3.1. ¿Alguna vez estuviste interesado en tocar algún instrumento?

Sí No

¿Por qué?_____

3.2. ¿Tocas algún instrumento o cantas? (si contestaste no, pasa a la pregunta 4.1)

Sí No

¿Cuáles y por qué?_____

3.3. ¿Cómo aprendiste a tocar? (Puedes marcar más de una opción.) *

-Lecciones con un maestro - Tutoriales DVDS -Tutoriales Videos en internet

-Métodos impresos - Autodidacta

3.4. ¿Cuántas veces a la semana practicas?

1-2 2-4 4-6 6 o más

3.5 ¿Qué género musical tocas? (Puedes marcar más de una opción.) *

Rock Punk Metal Ska Reggae Salsa Jazz Banda

Otro_____

3.6. ¿Cuentas con equipo musical propio?

Sí No

¿Por qué?_____

3.7. ¿Cuentas con equipo de audio propio?

Sí No

¿Por qué? _____

3.8. ¿Consideras que tienes el equipo necesario para ensayar?

Sí No

¿Por qué? _____

3.9. ¿Consideras que tienes el equipo necesario para presentaciones en vivo?

Sí No

¿Por qué? _____

3.10. ¿Consideras que tienes el equipo necesario para grabar?

Sí No

¿Por qué? _____

3.11. ¿Pertenece a algún grupo/banda de música? (si contestas no pasa a la pregunta 4.1)

Sí No

¿Por qué? _____

3.12. ¿Cuánto tiempo lleva activo el grupo?

Menos de medio año más de medio año un año o más más de dos años Otro _____

3.13. ¿Cuánto tiempo llevas en el grupo?

Menos de medio año más de medio año un año o más más de dos años Otro _____

3.14. ¿Consideras a tu grupo exitoso?

Sí No

¿Por qué? _____

4. Cultura musical

4.1. ¿Qué es para ti la música?

4.2. ¿Qué es para ti el rock?

4.3. Consideras que en México se compra piratería musical debido a:
(Puedes marcar más de una opción.) *

Economía Cultura Comodidad Variedad de catálogo

Otro: _____

4.4. ¿En qué te fijas para comprar música en formato físico? (Puedes marcar más de una opción)*

Caja Carátula Diseño Material Precio

Moda

Calidad de grabación Ejecución musical Letras

Otros: _____

4.5. ¿Qué géneros musicales son de tu agrado?

Rock Punk Metal Ska Cumbia Salsa Jazz
 Banda Pop

Otro _____

4.6. ¿De qué países conoces Rock?

4.7. ¿Consideras exitoso el rock mexicano?

Sí No ¿Por qué?

4.8. ¿Qué grupos nacionales consideras exitosos?

5. Divulgación y comercialización

Preguntas	SI	NO	¿Por qué?	¿En qué sitios?	Géneros musicales
5.1. ¿Ves videos musicales en internet?					
5.2. ¿Escuchas música por internet?					
5.3. ¿Descargas videos musicales de forma ilegal por internet?					
5.4. ¿Descargas música de forma legal por internet?					

5.5. ¿Compras música en formato físico?					
5.6. ¿Accedes a sitios web oficiales de artistas musicales para enterarte de noticias?					
5.7. ¿Subes música/ videos musicales a internet?					
5.8. ¿Sueles enterarte de nueva música en tv, radio, internet?					

6. Software

6.1 ¿Qué programas de edición de imagen sabes utilizar? (Puedes marcar más de una opción.) *

Photoshop

Dreamweaver

Corel

Illustrator

Otros: _____

6.2. ¿Qué programas de edición de audio y video sabes utilizar? (Puedes marcar más de una opción.) *

- Premier Sony Vegas Movie Maker U2C
 Audacity Protools Sonar

Otros: _____

*Si deseas participar en este proyecto de investigación otorgándonos una entrevista anota tu correo:

Anexo 2



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Estudios Superiores Iztacala



Guía de entrevista cualitativa: La juventud y el rock en la era digital

Te agradecemos de antemano por tomarte el tiempo para responder esta entrevista, ya que, tu participación es de gran importancia para desarrollar un trabajo de investigación referente a: “La juventud y el rock en la era digital”, los resultados de esta investigación nos permitirán conocer el uso de las redes sociales para fines de divulgación y comercialización musical.

Éste entrevista requiere de aproximadamente 40 minutos para contestarse por completo. Tus respuestas serán tratadas de manera confidencial y anónima (en el caso de ser necesario).

*Si deseas conocer los resultados, tanto de tu entrevista como de la investigación, contáctanos a través de: rockmusicproject@hotmail.com
¡Muchas gracias!*

Edad:		Estado civil:	
	Masculino []	Femenino	[]
	Estudios :		

Datos personales

¿Cómo te llamas?

¿Cuántos años tienes?

¿Cuál es tu ocupación actual?

Datos socio demográficos

¿En dónde vives?

¿Cuáles son los servicios con los que cuenta tu hogar?

¿Con quién vives?

¿Cuál es el ingreso aproximado mensualmente en tu familia?

¿Tienes ingresos personales?

¿Cuál es la escolaridad de tus padre/hermanos?

Conectividad

¿Qué dispositivos utilizas para acceder a internet?

¿Desde cuándo utilizas las redes sociales?

¿Qué redes sociales conoces/ utilizas?

¿Cuántas horas al día pasas en internet?

Formación musical

¿Las personas que viven contigo/familia escuchan música?

¿De qué géneros?

¿Cómo acceden a ella?

¿Algún familiar/amigo tuyo toca algún instrumento musical?

¿Alguna vez estuviste interesado en tocar algún instrumento?

¿Tocas algún instrumento o cantas?

¿Cómo aprendiste a tocar?

¿Cuántas veces a la semana practicas?

¿Qué género musical tocas?

¿Cuentas con equipo propio?

¿Cuentas con el equipo necesario para ensayar?

¿Cuentas con el equipo necesario para presentaciones en vivo?

¿Cuentas con el equipo necesario para grabar?

¿Pertenece a algún grupo musical?

¿Cuánto tiempo lleva activo el grupo?

¿Cuánto tiempo llevas en el grupo?

¿Has tenido alguna dificultad estando en el grupo?

¿Consideras a tu grupo exitoso?

¿De qué manera llevan a cabo el proceso de difusión de su grupo?

Cultura musical

- ¿Compras música en formato físico?
- ¿Qué géneros musicales son de tu agrado?
- ¿De qué países conoces rock?
- ¿Consideras exitoso el rock mexicano?
- ¿Qué grupos de rock nacionales consideras exitosos?
- ¿Por qué te gusta escuchar música?
- ¿Te identificas con un grupo musical?
- ¿Te identificas con algún género musical?
- ¿Te identificas con personas que comparten tus gustos musicales?
- ¿Te ha influenciado la música en la vida?
- ¿Por qué vas a conciertos?
- ¿Qué géneros musicales son de tu preferencia?
- ¿Tienes valores vinculados al género musical de tu preferencia?
- ¿Tienes formas de pensar vinculadas al género musical de tu preferencia?
- ¿Consideras ser músico una profesión seria?
- ¿Qué papel crees que juega el rock en la juventud actualmente?

Divulgación y comercialización

- ¿Ves videos musicales en internet?
- ¿Escuchas música por internet?
- ¿Descargas música por internet?
- ¿Compras en formato físico?
- ¿Accedes a sitios web oficiales de grupos para enterarte de noticias?
- ¿Sueles enterarte de nueva música?