

entretejidos

Revista de Transdisciplina y Cultura Digital
ISSN: 2395-8154

Festivales de música en México, imaginarios colectivos representaciones sociales:

**Estudio del público asistente
a los festivales Vive Latino
y Corona Capital**



Enviado 11 de enero de 2019.
Aceptado 5 de marzo de 2020.

Festivales de música en México, imaginarios colectivos y representaciones sociales:

Estudio del público asistente a los festivales Vive Latino y Corona Capital

Ana Laura Pérez Aparicio

Festivales de música en México, imaginarios colectivos y representaciones sociales: Estudio del público asistente a los festivales Vive Latino y Corona Capital

Resumen

El presente artículo busca esbozar las representaciones sociales presentes en los imaginarios colectivos del público asistente a los festivales de música Vive Latino y Corona Capital para analizar cómo es que influyen en las motivaciones por las cuales asisten a dichos eventos edición tras edición.

Palabras clave:

Representaciones sociales, imaginario colectivo, público asistente, Vive Latino, Corona Capital y festivales musicales.

Music festivals, collective imaginaries and social representations: Vive Latino and Corona Capital festivals audience

Abstract

This paper work has the intention of sketch out the social representations presents inside the collective imaginaries of the Vive Latino and Corona Capital audience, to analyze their reasons to attend to this entertainment shows year after year.

Keywords:

social representations, collective imaginary, audience, Vive Latino, Corona Capital and music festivals.

Introducción

Con la diversificación y creciente oferta de entretenimiento que existe en nuestros días, se propone realizar un acercamiento hacia las motivaciones que se encuentran insertas en los públicos que disfrutan y consumen diferentes tipos de entretenimiento. El presente artículo analiza las representaciones sociales presentes en el imaginario colectivo del público asistente a los festivales mexicanos Vive Latino y Corona Capital, que tienen por escenario el autódromo Hermanos Rodríguez en la Ciudad de México.

En la primera parte se encuentran esbozadas las categorías de las teorías de imaginarios colectivos y representaciones sociales; mismas que usaremos para analizar en una segunda parte, las características de los festivales mencionados y las prácticas que identifican a su público en específico; para finalmente, dar cuenta de las representaciones sociales que integran este grupo de personas, mismas que componen el imaginario colectivo particular.

1. Imaginarios colectivos y representaciones sociales

Para conceptualizar a los imaginarios colectivos existen varios estudiosos como el psicoanalista Carl Gustav Jung (1938), quien lo hace desde lo que él denomina inconsciente colectivo, también se encuentra Edgar Morin (1960) cuando habla de un imaginario colectivo, Cornelius Castoriadis (1975) trabajó con el imaginario social, mientras que Néstor García Canclini (1996) y Armando Silva (1992) se interesaron por los imaginarios urbanos, solo por mencionar algunos. Sin embargo, para fines del artículo se retoma la perspectiva que ofrece Cornelius Castoriadis quien hace referencia al imaginario social.

Castoriadis en su obra *La institución imaginaria de la sociedad* (1975), realiza una aproximación al concepto desde una visión crítica hacia las

clases o grupos dominantes de una sociedad, quienes generalmente son una minoría, pero se han dotado de los mecanismos para ejercer poder desde diferentes ámbitos de la vida social hacia una clase o grupo más grande, regularmente oprimida, perspectiva que obliga a identificar la lucha de clases, el sometimiento y la alienación, todas condiciones propias del capitalismo.

Como característica de estas sociedades Castoriadis encuentra a las instituciones (civiles, religiosas, financieras, normas, familia, modos de producción, lenguaje), como elementos ontológicos en la construcción de las estructuras simbólicas que dan lugar al imaginario colectivo. Estas encajonan y determinan su valor y trascendencia en la sociedad a través de sus propios códigos y elementos simbólicos, concatenándose entre sí (a modo de "red simbólica") y sometiendo de esta forma a la sociedad a ciertos comportamientos, desde una visión "económico-funcional".

(Castoriadis 1983 147)

Estas sociedades son construcciones históricas, creadas, valoradas, y reconocidas por sus instituciones y se manifiestan desde las representaciones simbólicas¹. "Como no son producibles causalmente, ni deductibles racionalmente, las instituciones y las significaciones imaginarias sociales de cada sociedad son creaciones libres e inmotivadas del colectivo anónimo concernido."

(Castoriadis 1997 5)

Dentro de la apreciación que realiza este autor, menciona la existencia de un imaginario social instituyente, donde los individuos que pertenecen a una colectividad tal y como él la describe, "... son fragmentos hablantes y caminantes de una sociedad dada; y son fragmentos totales; es decir que encarnan [...] el núcleo esencial de las instituciones y de las significaciones de su sociedad."

(Castoriadis 1997 3 y 4)

1.- De acuerdo con Castoriadis, entendemos como representación simbólica aquellas derivadas de las relaciones que se suscitan en la vida diaria en diferentes aspectos de la vida en sociedad, que no son palpables en un primer momento, y que funcionan para darle sentido a las interacciones colectivas de los que integran una sociedad determinada y que comparte códigos, lenguajes y comportamientos con sus miembros.

Sin embargo, la creación de estos fragmentos por estas instituciones no son únicamente externos, sino que hay un trabajo interno a través de las representaciones simbólicas que llegan a la psique de cada individuo e implantan nuevas estructuras. Por lo que, para poder ingresar a esa parte interna "... la psique debe ser socializada, y para ello debe abandonarse más o menos a su mundo propio, sus objetos de investidura, aquello que para ella hace sentido, a investir objetos, orientaciones, acciones, roles, etc., socialmente creados y valorados." (Castoriadis 1997 6) Y que da significación a los diferentes estados ontológicos que vive el ser humano (sentido de vida, de muerte, existencia y de su totalidad como ser).

Con lo dicho se infiere que, las estructuras institucionales como agentes hegemónicos de una corriente o sistema de valores y representaciones simbólicas, buscan orientar el pensamiento y la acción hacia ciertos fines y objetivos que beneficien al propio sistema. Códigos que determinarán qué actos, actividades, pensamientos y modos de comportamiento tienen valor dentro de la concepción de vida, muerte, existencia; mismos que buscarán dar respuesta a los grandes paradigmas de la vida, como: por qué estamos aquí y qué papel venimos a desempeñar, si vale o valió la pena tomar determinada decisión sobre otras múltiples opciones, decisiones que en ocasiones podrían ser contrarias al código dominante (o imaginario colectivo dominante) y por lo tanto desechadas y atacadas por el mismo.

Con base en las apreciaciones de Castoriadis, es que se puede insertar el concepto de la teoría de representaciones sociales, debido a que la imposición de las mismas por parte de las estructuras institucionales que se encuentran dentro del imaginario colectivo (social), darán cuenta de su evolución, adaptación y uso, por parte de la misma colectividad. Para el desarrollo de la siguiente teoría, de igual

forma que con la teoría anterior, contamos con varios estudiosos que han contribuido a la construcción de la misma, entre los que se encuentran el sociólogo Émile Durkheim (1895) que hace referencia a las representaciones colectivas; más de medio siglo después el psicólogo Serge Moscovici (1979) retoma los trabajos teóricos de Durkheim, quien junto con la filósofa Dennise Jodelet (1984) realizan la construcción de la teoría de las representaciones sociales; que para fines del presente artículo se tomarán en cuenta.

Moscovici y Jodelet han realizado un extenso trabajo para la construcción de la teoría de las representaciones sociales, aportando con ello elementos a la construcción de la psicología social. Dentro de las líneas de Moscovici, éste plantea que a partir de la ideología se desprenden las representaciones y actitudes que definirán al ser humano en sus diferentes ámbitos sociales (familiar, escolar, laboral, etc.), formando así una realidad social determinada, que radica en lo tangible e intangible, y se encuentran contenidas en un imaginario colectivo. (en Porrás 4) Con base en ello, se retoma el siguiente concepto de representaciones sociales, que propone Moscovici, donde:

... las representaciones sociales son entidades casi tangibles. Circulan, se cruzan y se cristalizan sin cesar en nuestro universo cotidiano a través de una palabra, un gesto, un encuentro. La mayor parte de las relaciones sociales estrechas, de los objetos producidos o consumidos, de las comunicaciones intercambiadas están impregnadas de ellas. Sabemos que corresponden, por una parte, a la sustancia simbólica que entra en su elaboración y, por otra, a la práctica que produce dicha sustancia, así como la ciencia o los mitos corresponden a una práctica científica y mítica. (Moscovici 1979 27)



"audience-band-concert-crowd-dancing-festival-1563105"
<https://pxhere.com>

La representación social tiene diversas dimensiones, que deberán ser consideradas en su estudio, ellas son: la actitud, la información y el campo de representación. La actitud, como la primera dimensión, es la orientación que se tenga frente al objeto de representación, a favor o en contra, positiva o negativa. Qué es lo que se piensa, lo que ya se ha trabajado o percibe de los sujetos frente al objeto. La información como los conocimientos que se tengan al respecto de un objeto social. (Herzlich 399 y 400) Y como última dimensión, encontramos el de campo de representación, el lugar donde se organiza el contenido de las representaciones sociales –o imaginario colectivo- donde existe la jerarquización de elementos. En general, "... el campo de representación supone un mínimo de información que integra en un nuevo nivel imaginativo y que, a cambio, contribuye a organizar." (Herzlich 400)

La representación social estará contenida mediante información en un campo de representación determinado. Configurando el cuerpo de significados que dotan de contenido a las estructuras sociales y a los grupos que la componen, con ello respondiendo preguntas como ¿Quién soy? ¿Quiénes son ellos? ¿Qué hago? Y ¿Qué hacen ellos?

Con estos elementos se puede asumir, que un imaginario está compuesto por representaciones sociales reflejadas a través de los comportamientos, actitudes, ideas y formas de pensamiento que dan sentido y lugar al imaginario; mismo que buscará dotarse de los medios para permear en cada aspecto de las relaciones existentes en un grupo social determinado, en este caso los públicos asistentes a los festivales de música en general.

2. Público asistente al Vive Latino y Corona Capital

En una época de hiper-modernidad como estableciera Gilles Lypovetsky o modernidad líquida como acuñara Zygmunt Bauman. La

demanda de nuevas formas de entretenimiento ha llevado al auge de los festivales de música² y han dado lugar a lo que se ha denominado como "festivalitis"³. Fenómeno entendido como el nacimiento y permanencia de muchos festivales que repiten la fórmula (artistas o agrupaciones musicales que se presentan en un amplio terreno con uno o varios escenarios donde además se ofrecen otro tipo de actividades lúdicas, culturales y recreativas como pintura, juegos mecánicos, *stand up*, entre otras). Aquí interesan dos: El Vive Latino y el Corona Capital.



Logotipo Vive Latino
<https://rockinside.com/>



Logotipo Corona Capital
<https://www.konbini.com>

En 1998 tiene lugar la primera edición del Festival Iberoamericano Vive Latino que se presenta anualmente (excepto 1999 y 2002) (s/a, 2), y que para el año 2019 llevó a cabo su duodécima edición. Festival que como nombre indica se caracteriza por la presentación de artistas iberoamericanos de Rock, aunque en la actualidad ha apostado a la diversificación en géneros e idiomas de los artistas o bandas musicales que se presentan.

El Corona Capital por su parte, ofrece el mismo esquema de entretenimiento con la diferencia de incorporar dentro de su cartel o *line up* artistas y bandas musicales de Rock, Post-Punk, etc., de diversas partes del mundo, con la característica de que en su mayoría son de origen anglosajón. Con nueve ediciones desde 2010, el Corona Capital se ha colocado entre los favoritos y sido rankeado como el octavo mejor festival del mundo, de acuerdo con el ranking realizado por Consequence Of Sound. (Cosores Colburn Sackllah 11 y 12)

2.- Modelo de entretenimiento que tuvo sus primeras apariciones en la década de los 60, en Estados Unidos con festivales como Live Aid y Woodstock.

3.- Concepto propuesto por la autora, para hacer referencia al auge actual que han tenido estas expresiones de entretenimiento fuera de casa alrededor del mundo.

Dado que tienen las mismas características en estructura y logística, hay aspectos en los que ambos festivales se diferencian. Es en ese último sentido se busca a partir del planteamiento teórico, establecer sí los asistentes a éstos creen y actúan de formas determinadas para hacer más notorias las diferencias entre cada

festival. Ese fenómeno provoca que esos espacios sean apropiados por las personas que asisten dotándolos de características específicas (códigos conductas, comportamientos, costumbres), que deben poseer o asumir al acudir cada convocatoria. Esto otorga identidad a los festivales y distingue a quienes asisten, frente a otro tipo de audiencia.

La investigación que precede a este artículo, esboza una síntesis de las representaciones sociales que tienen estos públicos y cómo se integran en el imaginario colectivo que materializan, mientras transcurren ambos festivales. En ese documento se entiende que las representaciones sociales son (de acuerdo con Moscovici), como la forma en la que las personas de una sociedad se vinculan entre sí, por eso se les estudió⁴ en tres grandes categorías: comportamientos y códigos de convivencia; lenguaje y costumbres. La primera emerge, debido a la conducta desarrollada en uno u otro festival; luego, cada uno establece códigos generales de relación que deben seguirse de acuerdo al evento que se trate. La segunda es la construcción que determina la imagen del festival y de las personas que asisten a él. La tercera corresponde a aquellas actividades o dinámicas, que son propias de cada festival y se quiere que permanezcan de esa manera. Los resultados obtenidos se presentan a continuación:

Comportamiento y códigos de convivencia

Vive Latino:

1. El comportamiento que se asume es como de hermandad y fiesta colectiva.
2. Debido a esta condición resulta un ambiente de gran fiesta.
3. Por consecuencia es una representación social experiencial compartida y en ella se encuentra que: la mejor

4.- Se realizó un estudio cualitativo, en la primera quincena de agosto del año 2017, a través de entrevistas a profundidad a 8 personas que cumplieran con la condición de haber asistido a los dos festivales (Corona Capital y Vive Latino), por medio de un cuestionario que tuvo como finalidad la de identificar qué elementos pudieran ser analizados por la matriz de estudio elaborada a partir de la teoría de imaginarios colectivos y la teoría de representaciones sociales.

satisfacción e identificación con el festival es haber escuchado y visto en vivo a algún artista favorito.

Corona Capital:

1. Aquí al ambiente es de fiesta y gozo carnavalesco, que da la idea de un ambiente de feria.

Lenguaje

Vive Latino:

1. Hay una voz particular que articulan artistas y público, para expresar alguna inconformidad política o social, ya que cito: "... en el Vive Latino han tocado artistas que tienen una profunda convicción de lucha social y se presta para poder llegar a un gran número de personas y hacer eco en las acciones negativas y la posibilidad de emprender actos para contrarrestarlas, porque los artistas están más involucrados en la realidad latinoamericana."(Entrevistado 1)
2. También se presenta una constante de lenguaje a través de la manera en la que el público viste para asistir a este festival. Abundan atuendos con playeras de los grupos que se van a presentar o máscaras de Lucha Libre.

Corona Capital:

1. La identificación que existe entre el público es de exclusividad por la naturaleza de las bandas y géneros musicales.
2. Las personas por lo general lucen atuendos y look hipster, mujeres con short o vestidos de flores, botas altas (tipo Han Solo), corona de flores, lentes oscuros RayBan, así como el uso de marcas internacionalmente reconocidas.

Costumbres:

Vive Latino

1. El público se identifica con el género de Rock en español (iberoamericano), que le da sustento al nombre del festival.
2. Presentación de bandas emergentes (locales), lo cual ofrece la oportunidad a nuevos grupos de mostrar su música.

Corona Capital:

3. Las costumbres existentes en este festival van de la mano con la existencia de una mayor identificación con festivales extranjeros, de ese modo las prácticas y comportamientos buscan imitar las de aquellos que son referente para el público que asiste al Corona (Glastonbury, Lollapalooza, etc.).

Por otro lado, hay que advertir que existen representaciones sociales que comparten los públicos asistentes a ambos festival, entre las que destacan:

Comportamientos y códigos de convivencia:

1. Para los dos festivales, dentro del ritual y prácticas de socialización se ha hecho referencia a que se prefiere asistir con amigos.
2. Condición anterior, que está ligada al comportamiento societal⁵ de los participantes, quienes han privilegiado la asistencia a este tipo de ofertas de entretenimiento sobre otros compromisos sociales como el matrimonio.
3. Además, de existir un similar nivel educativo evidente al descubrir que el 100% de los entrevistados tienen niveles

5.- Lo societal, como un concepto transversal y multidimensional que incluye a aquellos elementos que se comparten entre los individuos de un grupo social y que permite que permanezcan unidos en relaciones comunitarias que les son necesarias para su propio desarrollo.

mundo, personas que siguen tendencias en vestimenta y música; representaciones que dan una idea de exclusividad, de individualismo, y el disfrute sólo por la experiencia y que se suma a otras experiencias obligadas.

Sin embargo, existen otras representaciones que dan cuenta de un imaginario colectivo inconsciente, uno que no da cuenta de diferencia en clases sociales, debido a que son compartidas por los asistentes de ambos festivales. Por un lado, el nivel educativo que es constante entre ellos, con niveles de licenciatura y maestría, un ingreso económico que oscila entre los \$19,000-\$20,000 pesos.

Conclusiones

Como parte de un modelo capitalista que prioriza el consumo exacerbado en cada aspecto de la vida, además de que ofrece los medios para que así sea, los festivales de música mencionados, cumplen actualmente con una lógica mercantil, que responden a intereses específicos de la minoría hegemónica que ha determinado, no sólo en México, sino en el mundo, que así es como debe ser, verse, comportarse y sentirse el entretenimiento, aunque en los inicios del Vive Latino no se buscara necesariamente cumplir con estos modelos de negocio.

Cada uno de estos dos festivales, se inscribe y tiene sus propios códigos de convivencia y de identificación: el Vive Latino como un festival de dimensión local-regional, al abanderar la identidad latinoamericana con la presencia de artistas mexicanos y latinoamericanos principalmente. Mientras que el Corona Capital se encuentra bajo una dimensión global-local, al recuperar y presentar en un solo festival las representaciones sociales que caracterizan a los festivales extranjeros (europeos y estadounidenses).

Así, la relación de la asistencia no sólo existe por la música que presenta cada festival, sino también por la percepción que existe de ellos y las representaciones que tiene cada uno, así como de sus asistentes para afianzar la identificación del público con el festival. Estas son apreciaciones que se desprenden de los datos descritos en el diagnóstico resultado de la aplicación de las entrevistas a profundidad y que dan a notar que hay características que son propias de un festival frente al otro, pero que también hay otras que se comparten, da cuenta que este trabajo constituye un primer acercamiento de estudio de los públicos que asisten a este tipo de expresión de entretenimiento y que abre la posibilidad a nuevas líneas de investigación y abordaje futuras.

Fuentes de consulta

Castoriadis, Cornelious. "El imaginario Social Instituyente". *Revista Zona Erógena*. No. 35, 1997: 1-9. Web. 09-02-17 <<http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/267/Castoriadis%20Cornelius%20-%20El%20Imaginario%20Social%20Instituyente.pdf>>

Castoriadis, Cornelious. *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets, 1983. Impreso

Cosores Philip, Randall Colburn y David Sackllah. "Top 10 Music Festivals: Fall 2016 Power Rankings", *Consequence of sound*, 6 noviembre 2016. Web. 10-01-17. <<https://consequenceofsound.net/2016/11/top-10-music-festivals-fall-2016-power-rankings/full-post/>>

Moscovici, Serge, *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul, 1979. Impreso

Moscovici, Serge. *Psicología social, I. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós, 1984. Impreso

Moscovici, Serge. *Psicología social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós, 1984. Impreso

Herzlich, Claudine. "La representación social: sentido del concepto" en Serge Moscovici, *Introducción a la psicología social*. Barcelona: Larousse, 1975. Impreso

Pérez Aparicio, Ana Laura. *La Corporación Interamericana de Entretenimiento como esfera de poder en la industria del entretenimiento en México. Tesis para obtener el grado de licenciada en Relaciones Internacionales, FCPyS-UNAM, 2015.*

Porras Velázquez, Néstor Raúl. "La psicología social: una aproximación desde la perspectiva ideológica". Revista Poiésis. FUNLAM. N° 18 – Diciembre de 2009. <www.funlam.edu.co/revistas/index.php/poiesis/article/download/137/124>

s/a, "Vive Latino Info", Portal Vive Latino. Web. 1-08-17 <<http://www.vivelatino.com.mx/info-festival/>>

Villar, Lozano, Mayerly Rosa y Amaya Abello, Sebastián. "Imaginario colectivos y representaciones sociales en la forma de hablar los espacios urbanos". Revista de Arquitectura. Vol. 12, enero-diciembre, 2010: 17-27. Redalyc.org. Web. 4-12-16 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125117499003>

Semblanza curricular

Ana Laura Pérez Aparicio

Formación académica: Formación académica: es maestra con mención honorífica en Comunicación y Estudios de la Cultura por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura; licenciada con mención honorífica en Relaciones Internacionales por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Actividad laboral: Es profesora de asignatura adscrita al Centro de Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM en las modalidades escolarizado y SUAyED de las asignaturas Lenguaje, Cultura y Poder y Comunicaciones Internacionales. Profesora titular en la Universidad Humanitas en las carreras de Ciencias Políticas y Administración Pública, Educación y Derecho. Autora de varios artículos académicos. Co-coordinadora en la asociación civil Crisol Cultural, fotógrafa y gestora cultural independiente.

Contacto: anna.p.aparicio@gmail.com

Entretejidos.

Revista de Transdisciplina y Cultura Digital

DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, año 7, volumen 1, No. 12, Marzo a Septiembre 2020, es una publicación electrónica semestral editada por ICONOS, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura, S.C. con dirección en Av. Chapultepec No. 57, segundo piso, colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06040 en la Ciudad de México Tel. (55) 57094370, www.iconos.edu.mx, entretejidos@staff.iconos.edu.mx. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Se permite la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes, siempre y cuando se den crédito a los autores y se licencien sus nuevas creaciones bajo condiciones idénticas y que siempre sean no comerciales. El objetivo de esta publicación es exponer los hallazgos y las perspectivas de toda la comunidad afín al espíritu y temática de esta publicación electrónica digital, orientada a difundir aportaciones de investigaciones relacionadas con la epistemología del pensamiento complejo y que reflexionen entorno a la cultura, así como con las producciones del ámbito de las tecnologías digitales, desde diferentes campos de estudio y a través de artículos originales, artículos de divulgación, revisiones críticas, estudios de casos, trabajos históricos, actualizaciones, reseñas y críticas.

Aparición: Marzo a Septiembre 2020

Año: 7

Volumen: 1

Número: 12-2020

ISSN: 2395-8154

Comité Editorial

Dra. Julieta Haidar (ENAH)

Dr. Julio César Schara (UAQ)

Dra. Teresa Carbó (CIESAS)

Dr. Diego Lizarazo (UAM-Xochimilco)

Dra. Graciela Martínez (UACM)

Dr. Félix Beltrán (UAM- Azcapotzalco)

Dr. Ignacio Aceves (UAM- Azcapotzalco)

Mtra. Rebeca Leonor Aguilar (EDINBA)

Equipo Editorial

Editor en Jefe: Dr. J. Rafael Mauleón

Editor de desarrollo: Oscar L. Charles

Editores Web: Mtra. Roselena Vargas

Diseño Web: ICONOS Diseño

Corrección de estilo:

Lic. José Luis Flores,

Dra. Iliana Díaz

Mtra. María de Lourdes Chávez

Relaciones Públicas: Mtro. Francisco Mitre

Traducción: Diego Pineda