

Industria cultural y creatividad urbana en América del Norte: Una evolución comparativa de la música popular en vivo en Ciudad de México y Montreal

Cultural Industry and Urban Creativity in North America:
A Comparative Evolution of Live Popular Music in Mexico City and Montreal

Michaël Spanu*

Resumen: Después de haber dibujado un panorama general de la industria norteamericana de la música en vivo en la era digital, el artículo trata del vínculo entre la creatividad urbana y la industria de la música en vivo en dos ciudades: Ciudad de México y Montreal. En una etapa inicial, las dos ciudades privilegiaron una visión modernista y monumental de la música en vivo. Sus escenas musicales locales se desarrollaron principalmente a la luz de la desindustrialización y de ciertas crisis económico-políticas. En el caso de Montreal, se convirtieron en un verdadero pilar de la conversión en “ciudad creativa”, mientras que en Ciudad de México permanecieron principalmente relegadas a la clandestinidad, aplastadas por los actores hegemónicos y los problemas estructurales (corrupción, narcotráfico, desigualdad), salvo en el contexto inicial de las redes sociales digitales.

Palabras clave: industria cultural, creatividad, espacio urbano, música popular

Abstract: After sketching an overview of the North American live music industry in the digital age, this article discusses the link between urban creativity and the live music industry in two cities: Mexico City and Montreal. At an early stage, the two cities privileged a modernist and monumental vision of live music. Their local music scenes developed mainly in the wake of de-industrialization and of certain economic-political crises. In the case of Montreal, it became a real pillar of the conversion into a "creative city", while in Mexico City it remained mainly relegated to the underground, crushed by hegemonic actors and structural problems (corruption, drug trafficking, inequality), except in the initial context of digital social networks.

Keywords: cultural industry, creativity, urban space, popular music, cultural industry, popular music

Introducción

En los últimos años, tanto las redes de producción creativa, así como las redes de consumo cultural en América del Norte se han visto fuertemente afectadas por las plataformas digitales y, más recientemente, por la pandemia de COVID-19. Los debates sobre el impacto de estas plataformas fueron numerosos, sin embargo pocas veces llegaron a tocar el tema de la música popular en vivo. Esto es digno de observarse, pues la economía de los conciertos norteamericanos ha aumentado de manera significativa con la llegada de las tecnologías digitales. Ejemplos de ello son los nuevos modos de grabación y difusión audiovisual de conciertos en línea, así como la venta digital de boletos, la promoción de los conciertos en redes sociales, los festivales masivos, etc.

El impacto severo de la pandemia sobre los conciertos también ha atraído una nueva ola de interés por este sector, debido a que se podía contemplar su desaparición y lo que representaba en las sociedades norteamericanas en términos de socialización. Si bien se denomina frecuentemente al sector de la música popular en vivo como “entretenimiento”, lo cual permite categorizarlo como actividad no esencial en el contexto pandémico, dicho sector representa una industria meramente cultural, tan crucial como la de la edición, del cine o de la gastronomía (Hesmondhalgh, 2019). En este sentido, no solo importa su capacidad de generar ganancias y atraer turistas, sino también su poder de crear espacios donde articular, celebrar e institucionalizar identidades y expresiones culturales en constante movimiento, sobre todo en los espacios urbanos y para los jóvenes (Massey, 2005). En otras palabras, la industria de la música popular en vivo está íntimamente relacionada con valores de bien común y afectada por dinámicas políticas, urbanas y tecnológicas (Holt, 2021).

El presente artículo no busca documentar las dificultades de esa industria en tiempos de pandemia, sino integrar la pandemia como variable del desarrollo histórico de esa industria en América del norte. Empieza con una breve presentación de esa industria en el continente, su dimensión mediatizada y la relación circular que mantiene con el espacio urbano. En la segunda parte, tratamos dos casos localizados: Ciudad de México y Montreal. A pesar de sus diferencias sociodemográficas, ambas ciudades muestran trayectorias de desarrollo del sector de la música

popular en vivo comparables. En una etapa inicial, las dos ciudades privilegiaron una visión modernista y monumental de la música en vivo. Sus escenas musicales locales se desarrollaron principalmente a la luz de la desindustrialización y de ciertas crisis económico-políticas. En el caso de Montreal, se convirtieron en un verdadero pilar de la conversión en “ciudad creativa”, mientras que en Ciudad de México permanecieron principalmente relegadas a la clandestinidad, aplastadas por los actores hegemónicos y los problemas estructurales del espacio urbano (corrupción, narcotráfico, desigualdad), salvo en el contexto inicial de las redes sociales digitales.

Este trabajo se presenta como un estado del arte sobre la relación entre música en vivo y espacio urbano en América del norte, está basado en una síntesis de la literatura académica desde varias perspectivas: geografía cultural, económica cultural, sociología, ciencias políticas, historia. Google Scholar fue el principal motor de búsquedas usado. Paralelamente, realizamos una serie de entrevistas exploratorias con profesionales de la música popular en vivo en Ciudad de México y Montreal: dueños de foros, promotores y programadores que empezaron en los años 1990 y 2000 y siguen activos hoy.¹ Un total de ocho entrevistas fueron realizadas durante el año 2021 con el objetivo de mapear la relación de los profesionales con distintos elementos: los artistas, el marco legal, las autoridades públicas, la seguridad, el entorno urbano (incluyendo los vecinos), el público y la tecnología.

El desarrollo de la música en vivo como parte de las industrias culturales en América del Norte

Esta sección empieza con un mapeo de la música en vivo en el campo de las industrias culturales norteamericanas a partir de la teoría de los modelos y las fases de aquellas industrias (Miège, 2000). Nuestra definición de música en vivo se basa en la idea de la interpretación pública de música principalmente original, por lo que está estrechamente vinculada a la industria discográfica enfocada en las novedades y la popularidad, a los medios de comunicación y a un

¹ Los profesionales entrevistados son principalmente hombres que trabajaron en empresas independientes, es decir empresas que no pertenecían a grupos empresariales más amplios. En el caso de Montreal, fueron recomendados por la presidenta de la Canadian Live Music Association y colegas académicos canadienses expertos del tema. En el caso de la Ciudad de México, fueron recomendados por colegas académicos mexicanos expertos del tema de la cultura urbana. Todos los contactos se hicieron a través de correos electrónicos o redes sociales.

sector profesional dedicado a la organización de eventos (promotores, foros y auditorios), sobre todo en las grandes zonas urbanas (Holt, 2010).² Durante un largo periodo del siglo veinte, los festivales, conciertos y otros eventos de música popular³ fueron atrapados entre el campo de las artes escénicas y de la industria discográfica. Por ejemplo, en EEUU las giras de conciertos pop/rock tuvieron como objetivo industrial el promocionar un disco, a pesar del valor social y cultural de la experiencia escénica para los públicos y artistas (Frith, 2007). En este sentido, la música popular en vivo no fue considerada como un tipo de industria cultural digno de investigar como lo eran las disqueras, la radio o la televisión. Sin embargo, como creación simbólica que exige una inversión significativa de capital (en la producción, promoción y organización) y supone una aplicación de estándares para posibilitar la puesta en serie (las giras) con costes medidos, la música en vivo entra por completo en la definición de las industrias culturales (Bustamante Ramírez, 2018), aunque sus rentabilidades sean menores que otras.

La confusión relativa que existe acerca de su definición tiene un impacto importante sobre su administración, regulación e inclusión en las políticas públicas. En EEUU y México, se considera principalmente como entretenimiento, es decir un sector económico como cualquier otro (con algunas excepciones en el campo de la música clásica o folclórica), mientras que en Canadá y particularmente en Québec por la cuestión lingüística, es el objeto de una política de financiamiento masivo (la llamada “excepción cultural”), tanto por el valor artístico histórico de las artes escénicas, como por el valor cultural que tiene el hecho de mantener industrias culturales locales sólidas frente a la hegemonía global de EEUU (Saint-Pierre, 2010).⁴

Con la llegada de las nuevas tecnologías digitales y la crisis de la venta de discos (Arango 2016), el peso económico de los eventos musicales aumentó de manera significativa, lo cual

² Por esa misma razón no se consideran en este trabajo prácticas musicales como los salones de baile o karaoke, la música callejera, las discotecas sin programación artística. Sin embargo, ciertas prácticas se mantienen al límite de nuestra definición, por ejemplo los sonideros de la Ciudad de México, requiriendo una aproximación específica (Spanu, en curso).

³ El caso de la música electrónica muestra ciertas particularidades. No se confunde por completo con el modelo más “teatral” del concierto rock por ejemplo, pero existe un énfasis sobre el carácter “en vivo” o no del performance. Los carteles generalmente precisan si se trata de un DJ set o de un performance en vivo del artista.

⁴ En 2007-2008, por ejemplo, según datos del Observatorio de la cultura y comunicaciones, los gastos culturales ascendieron a 927,6 millones de dólares canadienses: 178,5 millones de dólares para el sector de las industrias culturales (edición, grabación de sonido, cine y audiovisual, radio y televisión), 132,9 millones para las artes escénicas, 249,9 millones para las bibliotecas y 180,8 millones para patrimonio, museos y archivos (Ciudad de Quebec, iSQ/oCCQ, enero 2010).

generó una independencia relativa de los promotores (Guibert & Sagot-Duvaurox, 2013; Holt, 2010). La música en vivo se volvió una de las fuentes principales de ingreso de los artistas, sobre todo independientes, tanto en América del norte como en Europa, a pesar del uso creciente de los servicios legales de reproducción de música bajo demanda, como Spotify, que alimenta sobre todo las grandes disqueras (Calvi, 2017; IMS, 2019). Del lado del consumo, los públicos de conciertos han estado dispuestos a pagar más caros sus boletos de entrada. Para muchos, el concierto en vivo representa una experiencia auténtica que contrasta con la hipermediatización de la sociedad norteamericana actual. Si bien existen numerosas mediaciones audiovisuales de los performances musicales (Auslander, 2008), estas no disminuyen la relevancia de la música en vivo y sus instituciones (auditorios, festivales), al contrario (Holt, 2021). En tiempos de hiperconexión a través de las redes sociales, el valor de estar físicamente presente en un concierto no sólo sigue siendo relevante, sino que crece (Bennett, 2012). Si la pandemia acabó temporalmente con los conciertos en toda la región, también evidenció el interés general por regresar a vivir la cultura de manera presencial y colectiva, a pesar de los riesgos sanitarios, mientras que los modelos virtuales de performance en directo no reemplazaron los encuentros físicos y tampoco lograron estabilizarse económicamente (Spanu, 2021).

La relevancia de la música popular en vivo dentro de las industrias culturales norteamericanas en la era digital pre-pandémica se puede resumir a través de los siguientes puntos:

- La multiplicación de conciertos en espacios de alta capacidad (*arenas*, estadios, etc.) y festivales masivos como Coachella en California, Osheaga en Montreal o el Vive Latino en la Ciudad de México
- La aumentación de la remuneración de los artistas (sobre todo los más conocidos) y del precio de los boletos (contrastando con la disminución del precio de la música grabada a través de los servicios de *streaming*)
- Las lógicas de “360 grados” (o integración vertical) por parte de los promotores de eventos (gestión de imagen de los artistas, gestión de la venta de boletos, gestión de foros musicales, management artístico, etc.)

- La aparición de empresas multinacionales norteamericanas como Live Nation y AEG en EEUU, OCESA en México⁵ y Evenko en Canadá⁶, y la integración horizontal del sector, ya que Live Nation ha comprado una participación del 51% en OCESA y 49% en Evenko
- La consolidación del gremio a través de asociaciones profesionales como la International Live Music Forum desde 1989 o la Canadian Live Music Association desde 2014
- El uso de las plataformas digitales para promocionar y consumir música en vivo

Dentro de estas manifestaciones, la fusión entre la organización de conciertos y la venta de boletos digitales ha sido un punto clave. Tradicionalmente, un boleto de concierto consistía en un simple derecho de entrada a un evento. El boleto se comercializaba localmente antes de dicho evento. Para asegurar la economía de un evento que rebasaba la escena local, los promotores necesitaban tener una buena relación con los medios y tiendas locales para saber si tal o tal artista podía interesar al público. Con la digitalización, la actividad de venta de boletos se transformó en una actividad lucrativa basada en la colecta de datos de clientes y la venta de servicios exclusivos, generando un valor económico nuevo a favor de unos pocos actores. En efecto, los mismos promotores que poseían los servicios de venta de boletos en línea tenían la posibilidad de recuperar los datos de los clientes de sus contrincantes o simplemente de ampliar su margen de ganancias a través de un acceso preferente a los mercados de promoción de eventos. Este fenómeno provocó una concentración económica rápida en América del Norte, por ejemplo cuando Live Nation compró Ticketmaster en 2010. Al mismo tiempo, las redes sociales como Facebook empezaron a generar y comercializar datos y servicios relacionados a los perfiles de los consumidores potenciales, ofreciendo nuevas oportunidades para promotores emergentes. Para

⁵ En la Ciudad de México, Ocesa opera el Foro Sol, el Palacio de los Deportes, el Teatro Metropolitano, el Autódromo Hermanos Rodríguez y Plaza Condesa; en Monterrey, maneja el Auditorio Citibanamex. Además, tiene convenios con infinidad de venues importantes, como el Auditorio Nacional y organiza los festivales masivos como Vive Latino, Corona Capital, Electric Daisy Carnival, Pulso GNP, Coca-Cola Flow Fest y Domination.

⁶ Groupe CH, que incluye las actividades de Evenko y Spectra, es hoy propietario (entre otros) de los festivales masivos Osheaga, Just for Laughs, los Francos de Montreal, el Festival Internacional de Jazz de Montreal, îleSoniq, Heavy Montreal, y, sobre todo, de los Montreal Canadiens y los foros Centre Bell, MTELUS y Corona.

ciertos autores, dicha evolución marca la última etapa de un proceso de institucionalización comercial de una actividad, la música en vivo, que solía tener una dimensión más ciudadana (Holt, 2021), mientras que otros destacan los valores sociales y culturales que sigue fomentando en las zonas urbanas (Van der Hoeven & Hitters, 2019).

La relevancia de la música en vivo dentro de las industrias culturales norteamericanas también proviene de su relación particular y ambivalente con el espacio urbano (Picaud, 2021; Holt, 2021). Antes de ser una industria globalizada que genera giras internacionales en arenas y estadios, la música en vivo es una actividad profundamente inscrita en la vida de ciertos barrios y comunidades locales. Este aspecto se manifiesta a través de las escenas locales que generan importantes relaciones afectivas y una economía más o menos informal (Straw, 1991). Las escenas locales son espacios de experimentación social y artística, sobre todo para los jóvenes (García-Canclini & Urteaga, 2011). En ciertos casos, dichas escenas terminan alimentando nuevos modelos de producción cultural hegemónicos, por ejemplo cuando la escena punk de Los Ángeles en los 80 se delocalizó en el desierto para escapar de la persecución policiaca, inspirando los creadores de los festivales masivos de hoy como Lollapalooza, Burning Man y Coachella.⁷

La industria de la música en vivo no solamente está constituida de una gran cantidad de eslabones intermedios, sino que su fuente primaria es la creatividad urbana, es decir la articulación de las expresiones artísticas personales o colectivas y los espacios de encuentro en las ciudades (bares, foros culturales, fiestas callejeras, fábricas abandonadas, etc.). Dicha creatividad urbana se distingue parcialmente de la que se usa en el discurso sobre industrias creativas, generalmente dirigido a sectores productivos basados en la propiedad intelectual que rodean las industrias culturales, por ejemplo la moda, la tecnología o la publicidad (Bustamante, 2018). En muchos casos norteamericanos la creatividad urbana se relaciona con la vida nocturna, la cual depende más o menos de una industrialización del ocio (cadenas de bares y restaurantes por ejemplo) y del espacio urbano (desarrollos inmobiliarios, especulación...).

Por esa misma razón, la industria de la música popular en vivo es cada vez más considerada

⁷ Stuart Swezey, 2018, *Desolation Center* (Musical Ecran /Kuroneko).

por su valor espacial por un lado (Van der Hoeven & Hitters, 2020), y por cómo participa, guste o no guste, en los procesos de cambio urbano, sobre todo la gentrificación, por otro lado (Picaud, 2021). Por un lado, ciertos foros se instalan en zonas marginadas para reducir sus costos, atraen a nuevos públicos y participan en la revalorización de la imagen de la zona. En este sentido, la música popular en vivo puede ser considerada como agente de desarrollo y de mezcla social. Por otro lado, los foros pueden ser vistos como motores de gentrificación, sobre todo cuando operan de manera comercial, sin consideración por el barrio donde se encuentran. Existen también vínculos más institucionales que hacen que el sector de la música popular en vivo se vuelva una herramienta de desarrollo urbano, junto a otros sectores identificados como “creativos”. El ejemplo más claro es sin duda el de Austin, Texas, quien se declaró “capital de la música en vivo” en 1991, generando una imagen creativa única en el mundo. Su festival anual South by Southwest (SXSW) se volvió uno de los encuentros claves de la industria musical global. Junto con empresas privadas, las autoridades públicas locales de distintas partes del mundo invierten cada vez más en festivales para cambiar su imagen e impulsar nuevas dinámicas urbanas (regeneración de zonas abandonadas, turismo, etc.). Este fenómeno es más conocido como “festivalización” (Holt & Wergin, 2013).⁸ En reacción al discurso de innovación y emancipación de la industria y de las autoridades, ciertos autores desarrollaron un discurso crítico acerca de la superficialidad y de la saturación de los eventos culturales. Su idea es rehabilitar el público de los conciertos como ciudadano y no solamente como consumidor (Holt, 2021). En la siguiente sección, veremos cómo estos elementos se concretan en contextos urbanos específicos.

⁸ Tiene las siguientes características: (1) el creciente uso de los espacios públicos urbanos para eventos culturales; (2) el uso de eventos música popular para promover agendas sociales y económicas, sobre todo a través de un discurso sobre la “innovación” por parte de las autoridades públicas; (3) la mediatización digital de la cultura escénica para llegar a un público más amplio no especializado; (4) la carnavalización y masificación de los eventos culturales en forma de efectos, coreografías e instalaciones espectaculares.

Una aproximación comparativa de la música popular en vivo en América del norte: Montreal y Ciudad de México

A partir de la argumentación precedente, observamos que existe por un lado, un fortalecimiento de la música en vivo como industria y un crecimiento de su dimensión comercial, y por otro lado, una relación cada vez más compleja, instrumental, entre dicha industria y el desarrollo urbano. Esto legitima el uso de una focal metropolitana para observar en más detalle cómo estos fenómenos se expresan en América del norte. En la siguiente sección, buscamos observar cómo se consolidaron las industrias de música en vivo en función de las particularidades de los espacios urbanos donde se desarrollaban y como dicho desarrollo afectó al espacio urbano. Para ello, consideraremos los casos de la Ciudad de México (CDMX) y Montreal.

Ambas ciudades son interesantes de comparar porque son centros de la vida cultural de sus respectivos países, pero un poco periféricas en comparación con ciudades donde se ubica el corazón de la industria musical global como Los Ángeles o Miami. La asimetría es más aguda en el caso de CDMX, pero la capital mexicana también se beneficia de una población mucho más amplia, lo cual ofrece otras oportunidades. Tanto en México como Canadá, organizar conciertos forma parte de las industrias culturales caracterizadas por sus ecologías de proyectos, sus clusters económicos y sus vínculos transnacionales (Mercado Celis, 2021), pero también por su dimensión a veces más informal y geográficamente dispersa (Mercado Celis, 2017). Ambas ciudades tienen una industria de la música en vivo muy activa, con promotores, foros y festivales que mezclan estéticas mainstream y de nicho, espacios informales (Do-It-Yourself) y otros más formales, incluso arenas de alta capacidad (por ejemplo Arena Ciudad de México y el Centro Bell). Los promotores privados representan la mayoría de los eventos de la industria en cada ciudad, y su economía depende ampliamente de actividades paralelas a la venta de boletos, como la venta de alcohol y la oferta de espacios a patrocinadores, lo cual afecta la repartición de los estilos de música dentro de la industria. De forma más marginal, las dos ciudades están vinculadas por ciertas escenas, flujos de artistas y profesionales, sobre todo en el ámbito de la música electrónica y experimental, como ilustra el festival MUTEK, que comenzó en Montreal antes de exportarse a México. Más allá de las diferencias sociodemográficas (CDMX tiene una población casi 5 veces

mayor a Montreal), la mayor diferencia entre sus sectores de música popular en vivo viene del sistema de subvención más fuerte en Montreal que en CDMX, por la cuestión del apoyo a la cultura (tanto a nivel federal como municipal) y particularmente a la cultura francófona (a nivel provincial desde los 1970s y sobre todo 1990s). Esto permite la existencia de un circuito alternativo de artistas, promotores y foros mucho más importante que en CDMX. Otra diferencia es el nivel de violencia y de impunidad muy alto en México en comparación con Canadá, lo cual afecta profundamente las actividades nocturnas y culturales. En las siguientes secciones, analizamos más en profundidad cómo esas diferencias impactaron el desarrollo de la industria de la música en vivo y su relación con el espacio urbano, con el fin de proponer un esquema general del sector en América del Norte.

Montreal: de “enclave bohemio” a “ciudad creativa”

Montreal se caracteriza por la importancia histórica de su vida nocturna festiva, particularmente durante la prohibición de EEUU (Hawrysh, 2015). Fue una época dorada para los músicos, promotores, cabarets y clubs de jazz (Bourassa y Larrue, 1993), pero también para ciertas actividades delictivas y la prostitución asociada a la vida musical nocturna (Niget, 2010; Lévesque, 1989). A partir de 1954, la ciudad fue “limpiada” de sus “vicios” por la administración de Jean Drapeau y su modernismo autoritario (Weintraub, 2004), dejando lugar a instalaciones musicales principalmente monumentales o vinculadas a la cultura clásica (teatro, ópera), al deporte (hockey sobre hielo, football).

Progresivamente, en los años 60s, promotores locales se volvieron intermediarios de las industrias discográficas anglo-estadounidenses, organizando giras y conciertos de estrellas extranjeras como los Rolling Stones y Led Zeppelin. El promotor angloparlante Donald K. Donald fue uno de estos intermediarios y se volvió la figura clave del inicio de la industria de música en vivo en Montreal.⁹ Era una industria todavía muy artesanal y basada en la personalidad de sus empresarios, pero sintonizada con las ambiciones modernas y globales de la ciudad. El festival

⁹ “Donald K Donald... the man, the company, the vision.” *The Montrealer*, 1 de septiembre, 2006.

mundial de Expo 67 fue el punto culminante de esas ambiciones, con su mezcla local e internacional de ópera, teatro, ballet, deporte, conciertos populares y folclóricos (Melillo, 2018).

Paralelamente, a nivel de la provincia, en los 60s y 70s, surge una nueva escena musical compuesta de cantautores y músicos francófonos (folclóricos o de *western*), y de lugares llamados “cajas de canciones” (*boîtes à chansons*), por ejemplo Le Patriote, Aux Pierrots, o bares como Le Verre Bouteille (Bouchard-Dupont, 2021; Gaulin, 1993). Esta efervescencia fue el primer paso para el desarrollo de una rama más francófona de la industria de la música en vivo, con giras nacionales de artistas como Gilles Vigneault, Pierre Calvé, Laurence Lepage, y una fuerte presencia mediática de dichos artistas.

La llegada del Parti Québécois al poder en 1976, junto con la desindustrialización y el crecimiento de Toronto, hizo que Montreal entrara en crisis (Germain y Rose, 2000). La mayoría de las disqueras internacionales se fueron de Montréal. Promotores locales que empezaron en los 80s recuerdan la falta de foros y la búsqueda de opciones alternativas, como departamentos o iglesias, para organizar conciertos. A partir de 1984, fuera del Forum de Montreal y el Autostade donde tocaban las estrellas del rock anglo-estadounidense como Pink Floyd, The Who o The Rolling Stones (a través de la empresa Donald K. Donald), solo existían unos pocos lugares donde organizar conciertos regulares con artistas emergentes, pequeños, locales o extranjeros. Uno de ellos, Les Foufounes électriques, tuvo éxito gracias a los artistas alternativos anglosajones que albergó (Nirvana, Nick Cave, Nine Inch Nails, L7), lo cual también permitió el crecimiento de los promotores locales que se arriesgaron en traerlos primero. Estos promotores nuevos, por ejemplo Greenland Productions, empezaron a organizar conciertos en recintos más grandes y de estándar más alto, como el teatro Rialto y el Spectrum, aprendiendo de promotores locales experimentados como Donald K. Donald.

El barrio denominado el Plateau, donde se encontraba Les Foufounes électriques, fue el centro del crecimiento de la industria alternativa de la música popular en vivo en Montreal (Stahl, 2015). Debido a la crisis, el Plateau era un barrio barato, tenía mala fama por atraer una población

de marginales, lo cual generó mucha persecución policial en el *venue*.¹⁰ Otros barrios como Mile End tenían bodegas y apartamentos a precio muy accesible, atrayendo artistas de muchas partes de Canadá y ofreciendo oportunidades de crecimiento a nivel global. A finales de los 1990s, nuevos foros fueron fundados por músicos con la idea de ofrecer más espacios adecuados al desarrollo de la escena local. Podemos mencionar La Casa del Popolo y La Sala Rossa, ambas fundadas por Mauro Pezzente de la agrupación Godspeed You! Black Emperor, pilar de la escena alternativa de la ciudad. Junto con la multiplicación de espacios de performance y socialización, por ejemplo en Mile End a partir de los 2000s (Straw, 2018), hay que recordar el papel crucial de las universidades en la efervescencia creativa local, así como la proximidad de las industrias culturales norteamericanas, especialmente en Nueva York. Todo esto convirtió a Montreal en una “utopía escapista de clase media” o “enclave bohemio” (Stahl 2015) durante un tiempo, donde la experimentación musical era de rigor (Della Faille, 2005).

La mezcla de desamparo urbano y de fuerte presencia artística fue una oportunidad para las empresas de espectáculo: había espacio para reunir un equipo, la mano de obra no era costosa, era más fácil adquirir técnicos y bailarines que en otras partes y organizar giras por toda Norteamérica con ellos, desde Montreal. Donald K. Donald, en lugar de huir de la ciudad, empezó a producir las giras de los talentos francófonos como Céline Dion. Otro ejemplo es la empresa Evenko, emanación de la familia Molson, dueña del equipo profesional de hockey sobre hielo Los Montreal Canadiens y muchos otros negocios como el recinto Bell Center. Fundada en 2002, esta empresa se convirtió rápidamente en la empresa líder de la promoción de conciertos y festivales en Canadá, marcando un giro más comercial de la música en vivo y nuevas relaciones con un campo económico no solamente vinculado con la industria musical.

El alejamiento de los centros de la industria musical mundial se ha compensado con un fuerte espíritu de iniciativa, especialmente en respecto a la creación de redes independientes dedicadas a la promoción de la creación local, por ejemplo el festival Coup de coeur francophone a partir de 1987 en el barrio Hochelaga-Maisonneuve o el festival Pop Montreal a partir de 2002

¹⁰ Jean-Yves Girard, “Histoire de fesses: les Foufounes électriques ont 20 ans,” *Le Devoir*, 24 de enero 2003.

en Mile End (Cummins et al., 2012). Una de las particularidades de estas redes es que no tenían objetivo de lucro, a la manera de los grupos asociativos franceses, por ejemplo (Guibert y Sagot-Duvaurox, 2013). Recibían fondos públicos a través de políticas públicas de apoyo a la cultura a nivel provincial y federal, fondos que también iban dirigidos a artistas y empresas de producción cultural instalados en Montreal, generando un subsector dentro de la industria de la música en vivo.¹¹

La presencia de una gran población francófona en Montreal hizo que los promotores locales tuvieran un rol particular dentro de la industria nacional de música en vivo, incluso los que eran angloparlantes o trabajaban principalmente estéticas anglosajonas. Por ejemplo, que un artista toque en un auditorio de cierto tamaño en Toronto no significa que pueda llenar el mismo espacio en Montreal, pero un mánager suele pedir la misma cantidad de dinero para ambas ciudades porque son de tamaño comparable. Entonces es el trabajo del promotor local llevar a una negociación distinta para el evento en Montreal. Como lo dijo un promotor entrevistado, “Montreal es una ciudad de mucha idiosincrasia”.

Existen ciertas diferencias entre los lugares donde se toca la música principalmente para el público francófono o anglófono (Cummins et al., 2012). Los anglohablantes son minoritarios en números pero mayoritarios simbólicamente, en el sentido que los artistas de idioma inglés tienen

¹¹ A nivel provincial, el sentimiento de solidaridad entre los francófonos y la necesidad de promover la cultura en Quebec condujeron a la primera política cultural de la provincia en 1992. Esta política creó dos organismos públicos de subvención: el Consejo de las Artes y las Letras de Quebec (CALQ) y la Sociedad de Desarrollo de las Empresas Culturales (SODEC) (Québec 1992). Ambas proporcionan financiación a una serie de industrias culturales en Quebec, pero CALQ se centra más en los artistas y las organizaciones de artistas, mientras que SODEC apoya a las empresas incorporadas. En 2009-2010, el CALQ concedió 24,8 millones de dólares para apoyar la música en Quebec (una gran parte se destinó a organizaciones de música clásica) (CALQ 2011). El SODEC, por su parte, concedió 9,8 millones a los solicitantes de su programa "musique et variété" (SODEC 2011). Es más activo en el apoyo a las partes de promoción y comercialización de la industria musical (entrevista, representante de CALQ). La financiación de las artes también existe a nivel federal y municipal. A nivel federal, el Consejo Canadiense de las Artes (CCA) concedió 7,8 millones de dólares a artistas y organizaciones musicales de Quebec en 2009-2010 (CCA 2011). A nivel municipal, el Conseil des arts de Montréal (CAM) apoya las artes desde su creación en 1956. En 2010, concedió 1,9 millones de dólares a diversas organizaciones musicales (CAM 2011). En conjunto, los organismos que conceden ayudas aportan aproximadamente 56,6 millones de dólares al año a la industria musical de Quebec (CALQ 2011; CAM 2011; CCA 2011; FAC-TOR 2011; Fonds Radiostar 2011; Musicaction Canada 2011; RSF 2011; SODEC 2011), lo que impulsa significativamente la industria musical de Montreal. El dinero, en su mayor parte público, apoya muchas actividades diferentes, como la producción de discos, la promoción, el marketing y las giras. También ayuda a pagar la asistencia de los profesionales a ferias y conferencias, y apoya a las organizaciones de artistas y de la industria. Por ejemplo, "L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)", una asociación de empresas musicales independientes de Quebec, recibe financiación de Heritage Canada y SODEC (Cummins et al)

público dentro de las dos comunidades lingüísticas, mientras que los artistas de idioma francés atraen un público principalmente francófono (Stahl, 2015). Esto genera un tipo de cosmopolitismo ambivalente, donde la identidad musical de Montreal está parcialmente fragmentada, aunque de una forma poco conflictiva (Della Faille, 2005; Gingras, 2019).

A partir de los años 2000, a pesar de esa fragmentación, Montreal siguió cultivando un estilo de vida bohemio y convivial, mientras que sus actores culturales locales se vincularon cada vez más empresas de producción cultural de alcance internacional, no solo en el campo de la música en vivo, sino también en el circo, la danza y el videojuego. En otras palabras, la industria local de la música en vivo, junto con otras industrias y el estilo de vida urbano atractivo para una cierta clase social con alto nivel educativo (la llamada “clase creativa”), convirtieron Montreal en un prototipo de ciudad creativa (Cohendet et al, 2010). Esta conversión se manifiesta con el rol particular de la municipalidad, quien quiso acompañar y empujar esta dinámica “creativa” a través de políticas dirigidas a los sectores tecnológicos, culturales y turísticos en barrios específicos a partir del 2005 (Lussier, 2015).¹²

El Quartier des spectacles es sin duda el proyecto más icónico de inversión pública en la ciudad vinculado con la industria de la música en vivo. En 1 km² de superficie, con aforo de 28 000 personas repartido entre 30 foros culturales (no solo de música), lo cual representa 80% de los foros de la ciudad, 450 empresas culturales, según las cifras oficiales de la municipalidad. Nació de la propuesta de Jacques Primeau, ex-presidente de la “Association québécoise de l’industrie du disque, du spectacle et de la vidéo” (ADISQ) durante el “Sommet de Montréal” del 2002, y resultó en una inversión masiva (120M\$) a nivel federal, estatal y municipal. Lejos de ser una simple iniciativa top-down, esta intervención pública se llevó a cabo en colaboración con organizaciones de artistas y ciudadanos (Lussier, 2019). Tiene una gobernanza propia a través de la asociación Le Partenariat. Para legitimar su inversión y su modelo estandarizado de reactivación urbana a través de la llamada economía cultural y creativa, la municipalidad usó la narrativa sobre

¹² Por ejemplo, podemos pensar en los proyectos de reurbanización del Quartier des spectacles, anunciado en 2003 (con el objetivo, en particular, de mejorar el acceso a los teatros, así como el desarrollo de las plazas públicas), del Quartier de l’innovation en 2011 (un proyecto de planificación para un sector del centro de la ciudad), y del Quartier international lanzado en 1999 (con el objetivo de ofrecer un entorno con un diseño exclusivo mediante el uso de mobiliario urbano, planificación urbana, entre otros).

el pasado festivo (y ya no tan vicioso) de la ciudad (Barrette, 2014).

Muchos observadores ven el Quartier des spectacles como un éxito de regeneración urbana y una consagración del proyecto modernista de Jean Drapeau, mientras que otros señalan como ha generado un fenómeno de gentrificación intenso (Loison, 2013). El aumento drástico de las rentas también afectó los espacios de música en vivo de la zona, particularmente los independientes y no lucrativos, como Les Catacombes, a pesar del apoyo financiero de la municipalidad. Otros lugares independientes reportaron trabas administrativas para conseguir permisos y desarrollar proyectos en otras zonas, lo que interpretaron como una voluntad por parte de las autoridades de concentrar la industria de la música en vivo en el nuevo Quartier des spectacles, pero solamente el eslabón más profesional, comercial o percibido como más artístico, de dicha industria. Organizar un concierto en el Quartier des spectacles cuesta mucho más que en otras partes, lo cual requiere más inversión privada (y más certeza de llenar cada evento con artistas ya reconocidos) o más apoyo público para los eventos menos comerciales y dedicados a poblaciones marginadas/minoritarias (por ejemplo el festival del mundo árabe, ver Marcoux-Gendron y De Alvarenga, 2020).

Hoy en día, Montreal es la ciudad con el mayor presupuesto dedicado a la cultura en y La Place des arts en el Quartier des spectacles es la infraestructura cultural más importante en todo Canadá; al mismo tiempo, es la ciudad donde el precio de las viviendas aumentó de manera más rápida, excluyendo ciertas poblaciones, particularmente en las zonas asociadas a la industria de la música en vivo como el Plateau y Mile End (Moser et al., 2019). Así, ante esta particular forma de institucionalización urbana de la industria musical en vivo, la riqueza y diversidad de la oferta de conciertos parece haber tocado techo, o incluso haber retrocedido. Durante la década de 2010 se produjo una oleada de cierres sin precedentes en Montreal, sobre todo de lugares gestionados por los propios integrantes de las escenas y no por corporativos externos, principalmente debido al aumento de los alquileres.¹³

Otras dificultades persisten para los lugares independientes, por ejemplo los que cierran

¹³ Podemos mencionar Café Chaos y les Bobards, en 2014 y 2015, y más recientemente Katacombes Co-op y Divan Orange en 2019. Ver Olivier Cadotte, "Small Music Venues Are Disappearing in Montreal", *The Link*, 10 de diciembre 2019.

debido a una legislación arcaica sobre el ruido (medidas subjetivas, multas desproporcionadas, poca representatividad de los denunciantes, etc.). Existe un diálogo y cierta voluntad política para cambiar la visión punitiva acerca del ruido, como lo muestra el nombramiento reciente de una “Commissaire Développement Économique” enfocada a los “ambientes sonoros” en la alcaldía de Montreal, pero el marco legal aun sigue el mismo. Todavía existen lugares que operan sin licencia adecuada o que no la pueden pagar.¹⁴

El hecho de que muchos foros independientes tengan un modelo económico basado en la venta de alcohol genera por otra parte una dificultad para que los gobiernos los reconozcan como integrantes del sector cultural. Al revés, los lugares que reciben subvenciones tienen condiciones de venta de alcohol restringidas y una infraestructura rígida, lo cual afecta su posibilidad de recibir cierto tipo de conciertos, sobre todo fuera del marco pop, rock y canción de autor francófona, por ejemplo las musicas electronicas o el rap (género más escuchado en las plataformas de streaming en Québec).¹⁵ En respuesta, se desarrollaron muchos locales *do-it-yourself* (DIY) e/o ilegales, que compiten con los que luchan legalmente por su supervivencia.

La pandemia, más allá de su impacto directo en todo el sector del espectáculo en vivo, reforzó considerablemente esta jerarquía simbólica entre los auditorios formales y los espacios musicales alternativos (ya sea por su estética de nicho o por su manera de articular público e intérprete, en particular los clubes nocturnos con DJ).¹⁶ Los primeros han recibido más apoyo y, sobre todo, han podido reabrir de forma prioritaria, siendo considerados más “esenciales”, en gran parte gracias al trabajo de organización y cabildeo de los foros musicales, por ejemplo en la asociación Scènes de Musique Alternatives du Québec (SMAQ) o la Canadian Live Music Association (CLMA). Al revés, los lugares dedicados a la música electrónica, a pesar de ser parte de la industria de la música en vivo, siguen sufriendo de una mala fama y fueron los últimos en poder reabrir. Integrantes de esta escena musical también se organizaron para pedir un mejor

¹⁴ Alrededor de 30 000 dólares canadienses para un foro de 80-100 personas. Las licencias de tipo “occupation” se parecen a las de uso de suelo en México, están otorgadas por la municipalidad, mientras que las licencias de venta de alcohol se manejan a nivel de la provincia.

¹⁵ Cédric Bélanger, “Classements de Spotify: les Québécois ont écouté beaucoup de rap en 2020”, Journal du Québec, 1 diciembre 2020

¹⁶ Esta jerarquía simbólica también se encuentra en otras ciudades del mundo, como París (Picaud, 2015).

reconocimiento de su cultura. Sin embargo, lo hicieron de una forma más ciudadana y activista que gremial, a través de 1) la asociación MTL 24/24 que busca generar conocimiento y debate sobre la riqueza de la vida nocturna, y 2) un “consejo de la noche” parecido a los de ciudades europeas que buscan nuevos modelos de gobernanza nocturna (Spanu y Mokhnachi, 2019).

CDMX: mundos subterráneos extendidos e imperios del entretenimiento

Aunque no esté tan documentada como la de Montreal, la vida musical nocturna de la capital mexicana ha gozado de la misma aura festiva entre una parte de la población, sobre todo gracias a su red de cabarets durante los años cuarenta y cincuenta (Jiménez, 1991), pero también a sus cafés cantantes en los años cincuenta y sesenta (Arana, 1985). Por la misma razón, ha sido etiquetada como “capital del vicio”, especialmente a través de discursos mediáticos y políticos teñidos de clasismo (Pulido Llano, 2017). Así, en un contexto de boom económico y bajo la apariencia de modernismo, incluso de cosmopolitismo, gran parte del circuito musical nocturno fue demonizado y perseguido por los policiales durante los 1960s, reforzando paradójicamente el mito de la noche como frontera (Melbin, 1978). Por otro lado, la visión oficial del espectáculo musical se plasmó en proyectos monumentales como el Auditorio Nacional, una infraestructura ecuestre concebida en 1952 que rápidamente abrió sus puertas a actuaciones musicales para el gran público, como las de Pedro Infante, u otras de acento nacionalista (por ejemplo, la obra *Estampas de la Revolución* del Instituto Nacional de Bellas Artes).

La polarización entre lo monumental y lo subterráneo se agudizó cuando la persecución se extendió a todo el ámbito de producción musical rock de los años sesenta. Después del festival de Avandaro, el rock fue visto como una forma de protesta contra la élite política encarnada por el PRI (Zolov, 1999). En el tenso contexto de los Juegos Olímpicos de 1968 y la masacre estudiantil de la plaza de Tlatelolco, se censuraron las culturas relacionadas con la juventud y se prohibieron la mayoría de los conciertos. En la década de los 70s, sólo se permitía tocar en Ciudad de México a los artistas que representaban la franja más comercial, como por ejemplo Julio Iglesias o Gloria Gaynor en el Auditorio Nacional. Sin embargo, los recintos capaces de recibir a estos artistas eran escasos, como la Plaza de Toros donde actuó Vicente Fernández en 1984 y el español Miguel Ríos en 1988, el Estadio Azteca donde tocó el *boys band* Menudo en 1983 y, sobre todo, el Palacio de

los deportes (también conocido como "Palacio de los rebotes" por su mala acústica) donde tocó INXS en 1991.

No fue hasta los años 80s y sobre todo los 90s, en las ruinas del terremoto de 1985 y las diversas crisis económicas, cuando surgieron nuevas escenas a nivel local para los músicos de rock, ska o punk, primero en lugares abandonados o improvisados en los barrios desfavorecidos, llamados "hoyos fonky", luego en bares emblemáticos como el Rockotitlán o el Arcano (Paredes, 2008), pero también en lugares desviados de su uso inicial, como la Arena de Lucha Tlalnepantla, en espacios públicos o enclaves institucionales y universitarios, como los teatros del IMSS o el Museo del Chopo (Castillo Berthier, 2010). A pesar de una cierta efervescencia artística, las tensiones con las autoridades seguían siendo palpables y la falta de infraestructuras impedía cualquier forma de autonomía o institucionalización de la industria musical en vivo.

Como resultado, en los años 90s surgieron una serie de salas alternativas en oposición y autogestivas, basadas en posturas a menudo reivindicativas y no lucrativas, como el Foro Alicia (1995) o el Circo Volador (1994). Estos últimos han sido un emblema, un escaparate y un motor de las culturas juveniles de la capital (punk, ska, surf rock, hip hop, hardcore, dark, etc.), en particular las de los barrios desfavorecidos, estigmatizados o abandonados (Berthier, 2011).¹⁷ Lejos de ser meras salas de conciertos insertadas en la industria musical discográfica y mediática, actuaban como centros culturales, con talleres, exposiciones, debates, etc., y sobre todo una política de acceso extendida a todos los estratos sociales en un contexto urbano particularmente desigual. Estos lugares participaron en la década de los 90s en fortalecer la base creativa de la ciudad que alimentara por parte la futura industria musical local (discográfica y en vivo).

Las tensiones entre foros alternativos y autoridades eran habituales, no sólo por motivos políticos y culturales, sino también por razones administrativas. En efecto, hasta la fecha, no existe ninguna figura jurídica adaptada a este tipo de locales en los que la multiactividad sin fines de lucro se combina a menudo con la venta de alcohol. Varias asociaciones de foros, como FEAS (Foro de Espacios Alternativos) y ahora CECI (Coordinadora de espacios culturales

¹⁷ Por ejemplo, el Foro Alicia radica en la Roma, una zona ahora considerada como gentrificada, pero que también sufrió considerablemente del terremoto del 85 y quedó descuidada durante varios años.

independientes), han hecho campaña para que se reconozca mejor su especificidad jurídica sin recibir una respuesta política verdadera. Sin embargo, estos foros lograron generar un debate sobre su importancia socio-cultural a nivel local que los políticos no podrán ignorar para siempre,¹⁸ lo cual sigue la tendencia global de los 90s donde "los movimientos sociales progresistas y los activistas de base también han ganado terreno para dirigir la política cultural hacia objetivos socialmente inclusivos" (Yúdice, 2003).¹⁹

Al mismo tiempo, a pesar de una tensa situación económica durante la década de los 90s y a medida que la música rock en español demostraba su potencial comercial, los espectáculos musicales encontraron nuevos lugares para desarrollarse, por ejemplo en el Autódromo Hermanos Rodríguez (más tarde conocido como Foro Sol) que, a partir de 1993, fue acondicionado para recibir la gira internacional "The Girlie Show" de la cantante estadounidense Madonna. Este fue un punto de inflexión particular para el inicio de la industria del en vivo en CDMX. Refleja la otra gran orientación del sector cultural en la década de los 90s a nivel global, es decir, una desinversión parcial de los gobiernos centrales en la cultura clásica y un desarrollo de modelos culturales empresariales y orientados al beneficio. Las grandes marcas (alcohol, bancos, ropa, etc.) empezaron a invertir fuertemente en la música en vivo, convirtiendo los eventos musicales en medios publicitarios (con audiencias dirigidas por estilos) y permitiendo la aparición de nuevas estructuras profesionales de nivel internacional.

En CDMX, una empresa encarna el inicio de la industria de la música en vivo en los 90s: OCESA, filial de la Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE), empresa especializada en casinos y producción fílmica, bien vinculada con la élite política y mediática mexicana. CIE ahora produce espectáculos de Disney en América Latina, opera parques de diversión, cadenas de bares como Hard Rock Café, centros de exposiciones y convenciones como el Centro Banamex, y espacios publicitarios. En los 90s, compró varias agencias de talento y sobre todo logró operar

¹⁸ Por ejemplo, desde 2020, la secretaría de cultura de CDMX adoptó la Cartilla de los derechos culturales, lo cual representa un marco teórico a favor de los espacios culturales independientes para las autoridades.

¹⁹ Además de lugares como el Alicia o el Circo Volador, hay que mencionar también los numerosos lugares e instalaciones informales y efímeras que han servido para el desarrollo de otras culturas musicales en la ciudad, especialmente las de la cumbia sonidera, el high energy o la música ranchera, que se han definido desde hace tiempo por su carácter relativamente autónomo, nómada y a veces clandestino.

Ticketmaster en México y el resto de Latinoamérica, lo cual le permitió rentar y vender sus bases de datos.

OCESA tuvo la concesión de importantes instalaciones como el Palacio de los deportes, el Teatro Metropolitano, el Auditorio Citibanamex. Sus intereses están ligados a los del imperio mediático Televisa (propietario del 40% del capital de OCESA hasta la compra reciente de Live Nation), creando un circuito específico para las carreras artísticas y limitando seriamente la posibilidad de crecimiento de los promotores independientes. Esta situación colocó a OCESA en una posición de cuasi-monopolio, reflejando un patrón muy común dentro de la economía mexicana (Ríos, 2021; Huerta-Wong y Gómez García, 2013). Al mismo tiempo, la relación estrecha con las autoridades permitió garantizar el buen funcionamiento de los eventos musicales a gran escala. Antes de OCESA, cualquier evento podía terminar cancelado, a veces en el último momento, por las autoridades.²⁰

A pesar de este monopolio y de su dimensión comercial, surgieron sinergias con la creatividad de las escenas locales, por ejemplo a través del festival insignia de OCESA, Vive Latino, y entidades subterráneas como el tianguis del Chopo (García Ayala y Pérez Domínguez, 2011), u otras estructuras independientes como el sello Disco Intolerancia (Woodside et al., 2011). Estas sinergias son tanto una muestra del abismo existente entre el underground y el mainstream en la Ciudad de México como un intento parcial de salvarlo, siempre y cuando se integren en OCESA y alimenten su hegemonía en lugar de desafiarla. En otras palabras, OCESA es el producto de un marco político-económico elitista, poco transparente, y no solamente una historia de éxito empresarial. Su posición monopolística le permite controlar el mercado, generar ganancias extras, y sobre todo limitar, ahogar o absorber las iniciativas independientes o alternativas de la industria de la música en vivo.

²⁰ El único competidor de OCESA es Zignia Live, una emanación del conglomerado mediático TV Azteca, cuyo desarrollo comenzó en Monterrey antes de trasladarse a Ciudad de México con la concesión de la Arena Ciudad de México en 2012, uno de los recintos más importantes de Latinoamérica. Sin embargo, aunque trabajan en el mismo nivel de estética pop, Zignia sigue estando muy por detrás de OCESA en la Ciudad de México, que opera casi todos los festivales masivos de la zona y sus alrededores. Podemos mencionar también la tercera empresa de entretenimiento en México, Westwood Entertainment, fundada en 1999 por David West, emprendedor asociado con las tiendas Tower Records. Para más cifras sobre las promotoras mexicanas, véase también Vicente Gutiérrez, "Ocesa es el rockstar del showbusiness", *El Economista*, 10 de enero de 2018.

Por ejemplo, a partir de los años 2000, la promoción virtual de los conciertos abrió el mercado a nuevos actores y empresas más pequeñas, pero al mismo tiempo reforzó la posición dominante de OCESA. Esta doble dinámica fue particularmente visible en la Ciudad de México. Por un lado, surgió una ola de promotores y lugares independientes pero profesionales a partir de la mitad de los 2000, concentrados en el centro de la ciudad a pesar de una dispersión de los artistas en toda la metrópolis (Macías Solís, 2015; Mercado Celis, 2017). Con una particular sensibilidad musical “indie” y “electrónica”, esta industria emergente de música en vivo estaba basada en un imaginario cosmopolita que se veía reforzado por su anclaje simbólico en el barrio “bohemio” Roma-Condesa y el Centro histórico.²¹

La iniciativa más emblemática probablemente fue la del grupo Sicario (ahora llamado Eco), que empezó como una tienda de playeras con fiestas de música electrónica global (French touch, techno y artistas de la escena local) popularizadas en blogs y redes sociales digitales como MySpace. A continuación, el grupo se dedicó a diferentes actividades: arquitectura, bares de cócteles, catering, agencia artística y, sobre todo, salas de conciertos (Sala, Auditorio Blackberry), clubes nocturnos (Rhodesia, Mono) y festivales (Ceremonia desde 2013). Esta mezcla particular de actividades refleja una evolución de la música en vivo hacia un modelo empresarial totalmente privado, sin consideración cultural ni apoyo por parte de los gobiernos, lo cual se compensa con vínculos importantes con marcas (alcohol, ropa) interesadas en los nuevos públicos urbanos.²²

Por otro lado, OCESA pudo reforzar su hegemonía a través de la integración de los servicios digitales de venta de boletos, generando servicios de venta de información sobre clientes y sobrepagos.²³ Al mismo tiempo, las redes sociales le obligaron a poner cada vez más atención al *feedback* de los consumidores y la calidad de sus experiencias, diversificando sus públicos y colaboradores, y consolidando su discurso sobre “el poder del público” para responder

²¹ Por ser una industria en proceso de formalización y profesionalización, seguía dispersa en toda la ciudad a pesar de cierta concentración en el centro, tanto por su atracción “natural” hacia espacios industriales abandonados fuera del centro, como por la estigmatización social ligada al consumo de drogas y a las culturas LGBT.

²² Otro caso parecido es el de Archipiélago, empresa que tiene, entre otros negocios, restaurantes, discotecas, una marca de mezcal, y un festival de música popular en la costa pacífica.

²³ Lo cual atrajo la atención de la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) en 2015, obligando a la empresa abrirse un poco más a la competencia. Véase también Cofece, “Beneficio económico de las intervenciones de la Cofece. Evaluaciones *ex ante*” 2019 y 2018 (2019 y 2020).

a las críticas de su monopolio. Trajo a Ciudad de México franquicias de festivales extranjeros, como el festival de música electrónica estadounidense Electric Daisy Carnival (EDC) en 2015, absorbió y/o participó en festivales emergentes, como Ceremonia o Hell and Heaven.²⁴ Otro aspecto que refuerza la hegemonía de OCESA es la asimetría material y simbólica en la cual se encuentra el sector mexicano con respecto a la industria global de música en vivo: puede fácilmente comprar talento a un mejor precio, pagar en pesos o dólares artistas internacionales que benefician de una promoción y de un prestigio primermundista, mientras que los demás promotores se quedan con artistas emergentes con el riesgo de no cubrir los costos mínimos de un concierto. Si bien, es cierto que algunos artistas extranjeros están dispuestos a bajar su *fee* cuando consideran la Ciudad de México como una entrada al mercado latinoamericano, tampoco es la regla. En este sentido, es difícil determinar hasta qué punto el monopolio de OCESA impide la aparición de nuevos actores en la industria local o si empuja hacia la profesionalización y el crecimiento general de la música en vivo a nivel metropolitano. Sin embargo, es incuestionable que se haya vuelto uno de los actores claves de la industria y que refleje el patrón general de institucionalización comercial de la música en vivo a nivel global (Holt, 2021).

Además de los actores dominantes en el ámbito económico, el campo político empezó a tener intereses por las producciones de la industria de la música en vivo en los años 2000. La autonomía del campo político local se reforzó a partir de 1997, con la llegada al poder de Cuauhtémoc Cárdenas y la creación del Gobierno del Distrito Federal. A través del Instituto de Cultura de la Ciudad de México (ICCM) y con el objetivo declarado de hacer de la ciudad un espacio para todos a pesar de las inmensas brechas sociales, se llevaron a cabo numerosos conciertos y festivales gratuitos en espacios públicos, sobre todo la céntrica plaza del Zócalo (Rodríguez Becerril, 2016).

Durante la década de los 2000, los intereses de la parte dominante de la industria de la música en vivo y los de la política se unieron, en cierto modo, en el Zócalo, con la organización de conciertos comerciales, tanto desde el punto de vista de la producción (operada por OCESA) como

²⁴ En el caso del festival de metal Hell and Heaven, la colaboración con OCESA empezó tras la cancelación del evento por el gobernador del Estado de México Eruviel Ávila y la necesidad de reubicarlo.

de la programación (artistas ultra populares como Shakira, Juanes, etc., alcanzando un *climax* con Justin Bieber en 2012). Bajo el mandato de Marcelo Ebrard (PRD), la intención era hacer de los conciertos del Zócalo una vitrina de la Ciudad de México en el mundo, con todo tipo de eventos destinados a batir récords mundiales (rosca de reyes, número de personas desnudas, etc.). En el fondo, se trataba de una batalla por convertirse en una ciudad "global", con el turismo como principal activo. Otros eventos masivos ocurrieron en el centro de la ciudad, con una orientación artística más diversa, por ejemplo durante la Semana de las juventudes organizada por el Instituto de la juventud (INJUVE) a partir del 2013 o Radical Mestizo a partir del 2019, con el objetivo oficial de promover las culturas musicales de los jóvenes y del mundo. Sin embargo, su carácter espectacular contrasta con la profunda falta de apoyo e infraestructuras públicas dedicadas a la industria emergente de la música en vivo en la ciudad. Un ejemplo de ello son las Fábricas de arte y oficios (FARO), que sufren una falta estructural de recursos y una desconexión casi total con los circuitos de la industria de la música en vivo ya establecidos (Kanai & Ortega-Alcázar, 2009). Otro ejemplo es la falta de apoyo y reconocimiento a los proyectos alternativos, emergentes o independientes que nacieron durante el boom de la industria en los 2000 y 2010 sin la misma estructura empresarial diversa que Sicario/Eco, por ejemplo Foro Hilvana (foro/promotor), Foro Indie Rocks (foro/promotor/medio), Caradura (foro/*merchandising*).

Antes de que estallara la pandemia, permanecía mal que bien un escalón intermedio en la industria de la música en vivo local, concentrado en el centro de la ciudad (sobre todo Roma-Condesa-Juárez y sus alrededores), con una gran variedad de modelos organizativos (desde el colectivo informal hasta la empresa con decenas de socios) y estéticas musicales (techno, indie pop/rock, incluso estilos anteriormente marginados como el reggaetón y la cumbia). Sin embargo, este escalón intermedio esconde el abismo entre la parte mainstream y subterránea de la industria. Primero, la presión inmobiliaria en la Roma ha sido la causa de varios cierres de foros, como el de Gato Calavera (punk/DIY) y Sala (pop/grupo Eco) cerca de la glorieta de Insurgentes, lo que refuerza la disparidad entre las salas con recursos para ocupar la centralidad urbana y las que se encuentran en la "periferia" (tanto espacial como simbólica).

Además, el marco jurídico de los llamados espacios alternativos sigue siendo objeto de

debate, como demostró el proceso que condujo a la ley de espacios culturales independientes en 2020²⁵. De hecho, la cuestión de incluir la venta de alcohol en el modelo legal propuesto quedó sin resolver, descartando de hecho los bares culturales, espacios autogestionados y otros “terceros lugares” que venden alcohol o organizan fiestas de música electrónica. Esto alimenta un limbo jurídico que pone a los negocios y proyectos culturales intermedios en una posición incómoda frente a la administración, quien los señala siempre como culpables de no cumplir al pie de la letra con el marco oficial²⁶. De manera general, muchos lugares musicales contravienen a la visión moralista y paternalista de la noche que ha promovido la élite política mexicana (Macias, 2021), lo cual incentiva la corrupción u otras prácticas ilegales para desarrollarse dentro de la industria de la música en vivo. Esto hace que, por un lado, una gran parte de la creatividad local quede en la clandestinidad, con eventos ilegales y lugares efímeros o informales más atractivos que un foro musical que requiere una renta, un staff regular y muchas relaciones burocráticas; y por otro lado, que un pequeño número de empresas florezca ocupando la parte más comercial de la industria.

Finalmente, el último aspecto polarizante dentro de la industria es la violencia sistémica que se ha incrementado especialmente con el auge del cártel de la Unión Tepito (Romandía et al., 2019). La extorsión puede alcanzar hasta el 20% del presupuesto de un foro y afecta especialmente a espacios intermedios como bares de conciertos o clubes donde tocan artistas de música electrónica. Ciertos lugares están especialmente expuestos por el consumo de drogas. En lugar de ceder a la presión de los cárteles, algunos lugares optan por limitar y diversificar sus actividades, por ejemplo con talleres o conferencias, para ya no ser tan “atractivos”, mientras que otros profesionales prefieren volver a la clandestinidad, con eventos en ubicaciones secretas o sin autorización. Para los primeros, limitar los eventos musicales genera una pérdida de ingresos que amenaza su economía, mientras que el retorno a la clandestinidad de los segundos implica

²⁵ “La Ciudad de México cuenta con Ley de Espacios Culturales Independientes”, *Sitio oficial de la CDMX*. Publicado el 23 Noviembre 2020.

²⁶ El Foro Alicia reporta haber sufrido 24 clausuras por ejemplo. Luis Hernández Navarro, “Cierra el Multiforo Alicia; ‘las autoridades culturales jamás nos voltearon a ver’”, *La Jornada*. Publicado el 27 de noviembre de 2021. Entrevistas con otros espacios de la ciudad

todo tipo de riesgos, una fragmentación de los públicos y una competencia desleal para los lugares autorizados. Esto cuestiona profundamente el rol de la autoridad pública, no solamente en sus debilidades a la hora de combatir la violencia organizada o de promover la música en vivo más allá de eventos masivos organizados por OCESA, sino en su capacidad de impulsar la creatividad local a través de espacios culturales que desarrollan modelos alternativos que les permiten evitar relaciones con el narco sin abandonar su visión cultural (sobre todo en el ámbito de las músicas electrónicas).

Música en vivo y democracia en las ciudades norteamericanas: entre disciplina y sustentabilidad

A pesar de sus diferencias, Montreal y la CDMX comparten una serie de características que permiten esbozar un perfil particular de industrias culturales en las zonas urbanas norteamericanas. En primer lugar, observamos cómo la vida musical nocturna generó tensiones sociales en ambas ciudades, evidenciando lo que se considera un comportamiento aceptable y deseable en las sociedades urbanas de Norteamérica, ilustrado aquí por las diferentes olas de represión que tuvieron lugar a partir de los años 50 y 60. Las tensiones se referían tanto al contenido asociado a los eventos musicales (jazz, rock) como a la forma de los lugares donde ocurrían (cabarets, cantinas), considerados como generadores de desorden social. El contexto de globalización cultural acelerado y de lucha contra el imperialismo, en un momento en que los jóvenes empezaban a constituir una clase social por derecho propio e, indirectamente, una fuerza política amenazante, agudizó esas tensiones. Sin embargo, los eventos musicales populares a gran escala eran una oportunidad para proyectar un ideal de modernidad y progreso, un ideal buscado por las élites políticas de ambas ciudades, que favorecieron espectáculos en lugares monumentales y con artistas que representaban una cultura oficial, clásica o folclórica. En este sentido, no existía realmente una industria de la música en vivo, sino unos pocos actores ligados a la élite y desconectados de las redes de creadores locales impregnados de formas más o menos globalizadas de música popular.

La jerarquía simbólica de las prácticas de música popular en vivo fue afectada de dos maneras. Primero, en Montreal antes que CDMX, los conciertos masivos de música popular

comercial empezaron a florecer en los 70s, bajo la idea de libertad de emprender, a través de vínculos entre promotores (angloparlantes en el caso de Montreal) y la industria discográfica globalizada. Segundo, si la violencia y el vicio, reales o percibidos, fueron los pretextos para limitar ciertas actividades musicales, la represión tampoco terminó con la creatividad local de ambas ciudades. Al revés, dicha creatividad pudo florecer cultivando cierta subversión, alimentándose de los estilos de vida urbanos y buscando espacios de expresión. Entre los años 70 y 90, surgió una gran variedad de prácticas musicales populares que no siempre entraba en el modelo “disciplinado” promovido por las autoridades, tanto por su modo de producción (desde lo informal a lo comercial) como su estética (desde la parte más subversiva del rock a los estilos centrados en nuevas formas de bailar).

A partir de los años 80 en Montreal y 90 en la CDMX, ambas ciudades vieron desarrollarse un llamado “circuito alternativo” de música popular en vivo, que articulaba la creatividad de los músicos y jóvenes locales (simbólicamente insertados en la globalidad) con profesionales de la industria emergente o establecida. Cada ciudad contaba con sus lugares emblemáticos (que siguen alimentando el imaginario del foro independiente hoy en día), foros donde empezaron los talentos locales y donde los públicos se convirtieron en comunidades afectivas (punks, goths, indie...). El imaginario del foro alternativo se basa en la idea que los encuentros informales y la mezcla de artistas y público producen una efervescencia particular que no se encuentra en las grandes instituciones musicales promovidas por las autoridades. Así, en cada una de las ciudades, nuevas escenas han aprovechado el contexto de desindustrialización, por ejemplo, ocupando espacios vacíos para organizar eventos o para que una nueva clase de artistas se instale allí a menor coste, lo cual anticipó la gestación futura del discurso sobre la “creatividad” de barrios como Mile End en Montreal o Roma-Condesa en la CDMX.

A partir de este momento, la trayectoria de las dos ciudades se separa más claramente. En Montreal, los espacios alternativos se multiplicaron e institucionalizaron hasta cierto punto, apoyados por crecientes redes de profesionales a nivel local y nacional. El apoyo público, tanto local como nacional, no sólo permitió la consolidación del sector francófono, sino también de toda la industria musical (en vivo y discográfica). De forma más general, en la década de los 2000,

la ciudad experimentó un verdadero auge cultural, turístico y tecnológico, en parte relacionado con su oferta de espectáculos y festivales. Este auge culminó con la inversión masiva en el Quartier des spectacles.²⁷ En esto, Montreal encarna un prototipo particular de “ciudad creativa” en la que las políticas públicas, las industrias culturales y ciertos barrios se unieron para hacer de la música un macro-recurso económico, turístico y simbólico atado a la ciudad, de manera similar a Liverpool por ejemplo (Cohen, 2007). Sin embargo, como muestran algunos de los trabajos críticos sobre las ciudades creativas, Montreal mantiene, como en otras partes de Norteamérica, patrones de exclusión, desigualdad y fragmentación socio-cultural, lo cual cuestiona su capacidad a seguir articulando la creatividad local con la industria de la música popular en vivo. La diversidad y amplitud de sus noches musicales se ha reducido considerablemente, ya que el aburguesamiento ha afectado a los mismos foros musicales que habían contribuido a cambiar la percepción de ciertos barrios.

En la CDMX, la escena alternativa de los años 80 y 90 no tuvo las mismas oportunidades de crecimiento, tanto por la reticencia política como por el dominio de OCESA sobre una gran parte del mercado de espectáculos musicales locales e internacionales a partir de los 2000. El abismo entre las escenas subterráneas y la industria dominante sigue siendo el patrón dominante, a pesar de la aparición de nuevos profesionales y espacios intermedios en los años 2000 y 2010 en el centro de la ciudad. Lejos de ser motores de la gentrificación como en Montreal, los espectáculos musicales independientes se han beneficiado más bien de las pocas dinámicas de desarrollo y regeneración urbana, especialmente en Roma-Condesa. Pocos proyectos de música en vivo lograron mantenerse tanto tiempo como en Montreal, lo cual cuestiona la diversidad y sustentabilidad de la industria en la capital mexicana. En términos más generales, la economía informal sigue siendo la norma para una parte importante de la actividad musical, una situación amplificada por las desigualdades sociales y económicas que afectan a la capital y a México en

²⁷ Podríamos mencionar también el proyecto de renovación del parque Jean Drapeau, financiado por los distintos niveles de gobierno y que beneficia principalmente a los eventos masivos de Evenko, a pesar de ciertas tensiones recientes. Jean-Louis Fortin, Dominique Cambron-Goulet y Andrea Valeria, “Plus de 160M\$ de fonds publics qui bénéficient à Bell”, *Le Journal de Montreal*, el 1 de mayo 2021.

<https://www.journaldemontreal.com/2021/05/01/plus-de-160m-de-fonds-publics-qui-beneficient-a-bell>

general (Ríos, 2021).

Comparar el número y el tamaño de los lugares de música popular en vivo de cada ciudad puede ser una forma de medir las diferencias entre las dos ciudades. El medio Pollstar, referencia mundial para la industria de la música popular en vivo, nos permite tener una mirada global hacia la infraestructura musical de cada ciudad hoy en día. Aunque este medio tenga un sesgo que favorece la franja más *mainstream* de la industria, observamos un número más grande de foros en Montreal (40) que en Ciudad de México (19) a pesar de tener una gran diferencia de población,²⁸ y sobre todo una presencia mucho más fuerte de foros de tamaño intermedio (de aforo inferior a 1000 personas: 2 en CDMX, 26 en Montreal).²⁹ Dicha diferencia se puede explicar por el apoyo infraestructural que existe en Canadá (y Québec en particular) y por la polarización histórica que existe entre lo subterráneo y la industria dominante en México.

Al igual que en Montreal, a partir de los años 2000 se produjo en la CDMX una forma de espectacularización del espacio público, especialmente en el centro histórico. Aunque los conciertos masivos gratuitos han beneficiado en ocasiones a las clases más desfavorecidas, ocultan un enorme déficit de inversión pública, tanto en infraestructuras como en redes profesionales y proyectos creativos. La infraestructura privada de música popular en vivo, aunque pueda satisfacer a la industria musical del Norte global que desee explorar nuevos públicos para sus artistas, sigue estando muy concentrada en unos pocos barrios y limitada en relación con el número de habitantes de la metrópoli. Esto no sólo supone una pérdida de ingresos para la industria local de música en vivo, sino también un problema democrático: la falta de plataformas para nuevas expresiones culturales (locales o no), y una falta de espacio de encuentro para sus audiencias y comunidades afectivas, sobre todo en un contexto de violencia generalizada y de género.

Así, ambas ciudades reflejan una combinación particular de institucionalización comercial

²⁸ Aquí tomamos en cuenta la población sin el área metropolitana, 1.78M en Montreal y 8.55 en CDMX (Fuente: Organización de las Naciones Unidas)

²⁹ En el caso de CDMX, la página omite foros intermedios importantes como Foro Indie Rocks, Foro Hilvana, Circo Volador, Foro Alicia, o recientes como Galera, Sangriento y Frontón. Sin embargo, la cantidad de foros formales por el total de habitantes sigue siendo baja en comparación con Montreal.

de la música en vivo y de festivalización del espacio urbano (Holt, 2021) que enfatiza la brecha sur/norte que existe dentro de las industrias culturales norteamericanas. Estos aspectos resultaron particularmente problemáticos durante la pandemia. Redujeron el discurso sobre la música en vivo al peso económico de la industria del entretenimiento o su importancia para la imagen de las ciudades, dejando de lado las cualidades intrínsecas de los eventos musicales. Estos últimos son espacios de expresión, diálogo e identificación, cuya diversidad y sustentabilidad son cruciales para una sociedad democrática. Además, en Montreal, los conciertos pudieron ocurrir mientras que las discotecas para bailar seguían cerradas, prueba de la persistencia de una jerarquía simbólica dentro de la industria de la música en vivo. En la CDMX, las actividades de música en vivo pudieron reactivarse a través del programa REABRE que obligaba al público a consumir alimentos para ver música en vivo, evidenciando la mayor importancia del modelo del restaurante con ambiente musical (Straw, 2018). Desde antes de la pandemia, la música quedaba cada vez más relegada a un segundo plano de la economía nocturna basada en el restaurante o el bar, es decir, formas de ocio que eliminan el escenario en favor del encuentro social, profesional (*networking*) o emocional (*dating*).

En la CDMX, la persistencia de la violencia vinculada al narcotráfico envenena la vida de muchos profesionales de la industria y les impide prosperar. Este problema aún no ha sido abordado por las autoridades ni por la propia industria, que sigue estando relativamente desorganizada tanto a nivel local como nacional. Por el contrario, Montreal y Canadá en general cuentan con asociaciones dedicadas a los profesionales de la música en vivo, lo que ha permitido, por un lado, construir una narrativa unificada sobre el impacto positivo de la industria, especialmente en términos económicos, y por otro, abrir un canal de diálogo con las autoridades. Los beneficios de estas organizaciones fueron especialmente visibles durante la pandemia, ya que permitió incluir al sector en el programa de apoyo a la industria turística. En la CDMX, la industria no recibió casi nada, lo cual amplió la brecha entre el sector comercial de la industria mejor armado para enfrentar la crisis y el resto de la industria que cumple un rol fundamental en la activación de la creatividad local. Así, la pandemia presenta una oportunidad ideal para medir el valor particular de la industria de la música en vivo, no sólo por la forma en que genera ganancias

económicas o otras formas de capital, sino también por cómo difunde formas locales y globales de creatividad y por su impacto en la vida de los artistas, barrios y ciudades.

Referencias

Arana, Federico

1985 *Guaraches de ante azul*, Editorial Posada, Ciudad de México.

Arango Archila, Fabián

2016 “El impacto de la tecnología digital en la industria discográfica”, en *Dixit*, vol. 24, núm. 1, pp. 36-50.

Barrette, Yanick

2014 “Le quartier des spectacles à Montréal: la consolidation du spectaculaire”, en *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 33, núm. 2.

Berthier, Héctor Castillo.

2011 “Juventud, música y política (Circo Volador: reconstruyendo el tejido social urbano mediante la música en la Ciudad de México)”, en *Arbor*, vol. 187, núm. 751, pp. 917-929.

2010 “‘Viva el rock mexicano’ (entre roqueros, rocanroleros, roles y rolas)”, en *Dignitas*, vol. 14, pp. 26-56.

Bennett, Lucy

2012 “Patterns of listening through social media: online fan engagement with the live music experience”, en *Social Semiotics*, vol. 22, núm. 5, pp. 545-557.

Bouchard-Dupont, Maude

2021 “Sortir dans le Vieux-Montréal des années 1970”, en *Encyclopédie du MEM - Centre des mémoires montréalaises*.

Bourassa André y Larrue Jean-Marc,

1993 *Les nuits de la “Main.” Cent ans de spectacles sur le boulevard Saint-Laurent (1891-1991)*, VLB, Montréal.

Bustamante Ramírez, Enrique

2018 “Las industrias culturales y creativas”, en *Periférica Internacional. Revista Para El análisis De La Cultura Y El Territorio*, vol. 18, pp. 88-117.

Cohen, Sara

2007 *Decline, renewal and the city in popular music culture: Beyond the Beatles*, Routledge, Londres.

Cohendet, Patrick, David Grandadam, y Laurent Simon

2010 “The anatomy of the creative city” en *Industry and innovation*, vol. 17, núm. 1, pp. 91-111.

Calvi, Juan

2017 “La música en la escena digital española: de los conciertos en vivo a las redes sociales” en *Informe sobre el estado de la cultura en España: igualdad y diversidad en la era digital [ICE-2017]*, Fundación Alternativas, Madrid.

Cummins-Russell, Thomas A. y Rantisi, Norma M.

2012 "Networks and place in Montreal's independent music industry" en *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, vol. 56, núm. 1, pp. 80-97.

Della Faille, Dimitri

2005 “Espaces de solidarités, de divergences et de conflits dans la musique montréalaise émergente” en *Volume!*, vol. 4, núm. 2, pp. 61-73.

García-Canclini, Nestor, y Urteaga, Martitza coords.

2011 *Cultura y desarrollo: una visión distinta desde los jóvenes. Avances de investigación*, CeALCI-Fundación Carolina, Madrid.

García Ayala, José Antonio, y Jorge Mario Pérez Domínguez.

2011 "Sinergias en los circuitos culturales del rock y territorialización de la ciudad. El Tianguis del Chopo y el Festival Vive Latino", en *Esencia y espacio*, enero-junio, pp. 60-68.

Gaulin, Jean-Guy

1993 “L’époque des boîtes à chansons”, en *Cap-aux-Diamants*, núm. 35, pp. 16–19.

Germain, Annick y Rose, Damaris

2000 *Montréal: The quest for a metropolis*, John Wiley and Sons, New York.

Gingras, Catherine

2019 *L'identité montréalaise et la scène musicale indépendante locale (1995-2013) : des représentations à l'expérience du territoire*, Tesis de doctorado, Université du Québec, Institut national de la recherche scientifique, Québec.

Guibert, Gêrôme, y Sagot-Duvaurox Dominique

2013 *Musiques actuelles, ça part en live*, DEPS, Paris.

Hawrysh, Michael

2015 *Une ville bien arrosée : Montréal durant l'ère de la prohibition (1920-1933)*, Tesis de maestría, Universidad de Montreal.

Hesmondhalgh, David.

2019 *The cultural industries*, Sage, Londres.

Holt, Fabian

2021 *Everyone Loves Live Music*, Chicago University Press, Chicago.

Holt, Fabian, and Carsten Wergin, coords.

2013 *Musical performance and the changing city: post-industrial contexts in Europe and the United States*, Routledge, Londres.

Huerta-Wong, Juan Enrique & Gómez García, Rodrigo

2013 "Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México," *Comunicación y sociedad*, Vol. 19, pp. 113-152

Jiménez, Armando

1991 *Cabarets de antes y de ahora en la Ciudad de México*, Plaza y Valdes, Ciudad de México.

Kanai, Miguel e Ilana Ortega-Alcázar

2009 "The prospects for progressive culture-led urban regeneration in Latin America: cases from Mexico City and Buenos Aires", en *International journal of urban and regional research*, vol. 33, núm. 2, pp. 483-501.

Lévesque, Andrée

1989 "Éteindre le *Red Light* : les réformateurs et la prostitution à Montréal entre 1865 et 1925" en *Urban History Review / Revue d'histoire urbaine*, vol. 17, núm. 3, pp. 191–201.

Loison, Laurie

2013 *Making the Creative City: A Case Study of the Quartier des Spectacles in Montreal*. Tesis de maestría, Université McGill.

Lussier, Martin

2019 “Un organisme pour les artistes ou le milieu culturel? Représentation et institutionnalisation de la culture à Montréal”, en *Loisir et Société / Society and Leisure*, vol. 42, núm. 2, pp. 266-278.

Lussier, Martin

2015 “Le quartier comme production culturelle: du développement économique municipal au développement culturel des quartiers à Montréal” en *Canadian Journal of Communication*, vol. 40, núm. 2, pp. 315-332.

Macías Solís, Yolanda Beatriz

2015 *Sobre los músicos de rock en la ciudad de México.: la generación digital y sus hábitos*. Tesis de Maestría. Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Marcoux-Gendron, Caroline, y Bernardo De Alvarenga

2020 “Mapping as a Complementary Perspective on the Dynamics of Participation in a City’s Musical Life” en *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique*, vol. 147–148, núm 1–2, pp. 96–121.

Massey, Doreen

2005 “The spatial construction of youth cultures,” en *Cool places: Geographies of Youth Cultures*, Tracey Skelton, Gill Valentine (eds.), Routledge, Londres, pp. 132-140.

Melbin, Murray

1978 “Night as frontier”, en *American Sociological Review*, vol. 43, núm. 1, pp. 3-22.

Melillo, Denise

2018 “Le Festival mondial d’Expo 67”, *Encyclopédie du MEM - Centre des mémoires montréalaises*.

Mercado Celis, Alejandro

2020 “Ecologías de proyectos transnacionales ^[11] como una forma de integración de las industrias culturales y creativas en américa del norte”, en *El tratado entre México, Estados Unidos y*

- canadá: ¿integración o desintegración? Transformaciones recientes en américa del norte*, Elisa Dávalos López, Roberto Zepeda Martínez, Marco Augusto Gómez Solórzano (eds.), CISAN-UNAM, México, pp. 161-187.
- 2017 “Districts and networks in the digital generation music scene in Mexico City”, en *Area Development and Policy*, vol. 2, núm. 1, pp. 55-70
- Mendoza, Arturo Alvarado.
- 2016 “Crimen organizado en una ciudad de América Latina: la Ciudad de México”, en *URVIO, Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, vol. 19, pp. 129-145.
- Miège, Bernard
- 2000 *Les industries de contenu face à l'ordre informationnel*, Presses universitaires de Grenoble, Grenoble.
- Moser, Sarah, Gabriel Fauveaud, y Adam Cutts
- 2019 “Montréal: Towards a post-industrial reinvention” en *Cities*, Vol. 86, pp. 125-135.
- Niget, David.
- 2010 “Québec. La régulation sociojudiciaire de la sexualité juvénile à Montréal dans le premier XX^e siècle”, en Blanchard Véronique (ed.), *Les jeunes et la sexualité. Initiations, interdits, identités (XIX^e-XXI^e siècle)*, Autrement, Paris, pp. 87-97.
- Picaud, Myrtille
- 2021 *Mettre la ville en musique: Paris-Berlin*, Presses universitaires de Vincennes, Paris.
- 2015 “Les salles de musique à Paris : hiérarchies de légitimité et manières d’entendre les genres musicaux” en *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 206-207, núm. 1-2, pp. 68-89.
- Paredes, Pacho
- 2008 “Un País Invisible. Escenarios Independientes: Autogestión, Colectivos, Cooperativas, Microempresas y Cultura Alternativa” en *Nexus*.
- Pulido Llano, Gabriela
- 2017 *El mapa "rojo" del pecado. Miedo y vida nocturna en la Ciudad de México, 1940-1950*, Instituto Nacional de Antropología e Historia, UNAM, México.

Rodríguez Becerril, Violeta

2016 “El Zócalo de la Ciudad de México. La disputa por la plaza pública desde su uso cultural”, en *La reinención del espacio público en la ciudad fragmentada*, Patricia Ramírez Kuri (ed.), UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, México.

Romandía Sandra, David Fuentes y Antonio Nieto.

2019 *Narco CDMX, el monstruo que nadie quiere ver*, Grijalbo, Ciudad de México.

Saint-Pierre, Diane

2009 “La politique culturelle du Québec: bilan et défis.” In Audet, Claudine y Saint-Pierre, Diane (eds), *Tendances et défis des politiques culturelles : analyses et témoignages*. Québec: Les Presses de l’Université Laval, pp. 277-319.

Spanu, Michaël

en curso, ““WHY DO THEY DANCE IN THE MIDDLE OF THE PANDEMIC?’ Post-pandemic cumbia, mediated live music and digital heritage from Mexico City.” In Maurizio Agamennone, Daniele Palma, and Giulia Sarno, *Sounds of the Pandemic: Accounts, Experiences, Perspectives in Times of COVID-19*

(eds), Londres, Routledge.

Spanu, Michaël

2020 “Lo que queda de la música en vivo en tiempos de cuarentena,” *UNAM Global*.

Spanu, Michaël & Mokhnachi, Yacine

2019 “La gouvernance de la vie nocturne au prisme du territoire : une approche exploratoire des conseils de la nuit à Paris et à Nantes.” *Bollettino Della Società Geografica Italiana*, Vol. 1, No 2, pp. 241-251.

Stahl, Geoff

2015 “Musicmaking and the City. Making Sense of the Montreal Scene,” in *Sound and the City: Populäre Musik im urbanen Kontext*, Dietrich Helms, Thomas Phleps (eds.), Transcript, Verlag, De Gruyter, pp. 141-160.

Straw, Will

2018 “Visibility and conviviality in music scenes,” in Andy Bennett, Paula Guerra, coords., *DIY Cultures and Underground Music Scenes*, Routledge, London, pp. 21-30.

1991 “Systems of articulation, logics of change: Communities and scenes in popular music,” *Cultural Studies*, Vol. 5, No. 3, pp. 368-388

Van der Hoeven, Arno, & Hitters, Erik

2019 “The social and cultural values of live music: Sustaining urban live music ecologies” *Cities*, Vol. 90, pp. 263-271.

2020 “The spatial value of live music: Performing, (re)developing and narrating urban spaces”, en *Geoforum*, Vol. 117, pp. 154-164.

Weintraub, William

2004 *City unique: Montreal days and nights in the 1940s and '50s*, Robin Brass Studio Inc., Montreal.

Woodside, Juan, Jiménez López, C., & Urteaga Castro Pozo, Maritza

2011 “Creatividad y desarrollo: La música popular alternativa,” in *Cultura y desarrollo: una visión distinta desde los jóvenes. Avances de investigación*, Nestor García-Canclini & Maritza Urteaga, coords., CeALCI-Fundación Carolina, Madrid.

Yúdice, George

2003 *The expediency of culture: uses of culture in the global era*, Duke University Press, Durham, NC.

Zolov, Eric

1999 *Refried Elvis*, University of California Press, Los Angeles.