

Universidad Nacional de San Luis

Facultad de Ciencias Humanas

Licenciatura en Comunicación Social



TESIS DE GRADO

Para acceder al Grado de Licenciada en Comunicación Social

Título: *“El festival Cosquín Rock como escenario de construcción de identidades:
una aproximación desde los consumos culturales”.*

Estudiante: Soledad Fernandez

Registro: 4033/02

DNI: 30754765

Director: Lic. Pablo Parra.

Directora: Dra. Marcela Navarrete.

Diciembre 2025, San Luis

RESUMEN

Esta investigación, enmarcada en el campo relacional de la comunicación y la cultura, tiene como objetivo principal comprender de qué modo el Festival Cosquín Rock se configura como un escenario para la construcción de identidades desde el marco de los consumos culturales.

El trabajo se delimitó a la edición 2022 (12 y 13 de febrero, Santa María de Punilla, Córdoba, Argentina), un evento clave al significar el retorno a la presencialidad tras las restricciones por la pandemia de COVID-19. La investigación propone analizar la manera en que los sujetos participantes construyen y se adscriben a las diversas identidades que se visibilizan en este contexto.

Se empleó una metodología cualitativa de participante como observador, que permitió explorar la perspectiva de los sujetos a través de registros visuales, notas de campo y entrevistas semiestructuradas. El análisis se orienta a identificar cómo la disposición espacial y las propuestas del Festival (confluyentes o divergentes con el Rock) propician diversas adscripciones identitarias, y el sentido que adquieren las ritualidades en las estrategias de identificación y diferenciación. Además de identificar los consumos que se articulan con consumos culturales dentro del evento.

El marco teórico se sustenta en la comunicación desde una perspectiva sociocultural de Rossana Reguillo (2000) y Jesus Martin Barbero (1987). La investigación es atravesada transversalmente por los conceptos de cultura y consumos culturales de Nestor Garcia Canclini (1995.2004) y adscripciones identitarias de Reguillo (2000). Se concluye que el estudio representa una contribución a las indagaciones sobre la comunicación y los estudios culturales, al ser uno de los primeros trabajos académicos enfocados específicamente en este festival.

Palabras Clave: Cosquín Rock, Consumos Culturales, Adscripción Identitaria, Perspectiva Sociocultural, Comunicación y Cultura.

ABSTRACT

This research, framed within the relational field of communication and culture, aims to understand how the Cosquín Rock Festival becomes a setting for the construction of identities from the perspective of cultural consumption.

The study focuses on the 2022 edition (February 12 and 13, Santa María de Punilla, Córdoba, Argentina), a key event as it marked the return to in-person attendance after the restrictions due to the COVID-19 pandemic. The research seeks to analyze how participating subjects construct and ascribe themselves to the different identities that become visible in this context.

A qualitative methodology of participant observation was employed, allowing the exploration of participants' perspectives through visual records, field notes, and semi-structured interviews. The analysis aims to identify how the spatial layout and the Festival's offerings (either aligned with or divergent from Rock) foster various identity ascriptions, as well as the significance of ritual practices in strategies of identification and differentiation. It also identifies the forms of consumption that articulate with cultural consumption within the event.

The theoretical framework draws on sociocultural approaches to communication proposed by Rossana Reguillo (2000) and Jesús Martín-Barbero (1987). The research is cross-cut by the concepts of culture and cultural consumption from Néstor García Canclini (1995, 2004) and identity ascriptions from Reguillo (2000). It concludes that the research represents a contribution to the fields of communication and cultural studies, as it stands among the first academic works specifically focused on this festival.

Keywords: Cosquín Rock, Cultural Consumption, Identity Ascription, Sociocultural Perspective, Communication and Culture.

ÍNDICE

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN	5
Cosquín Rock: escenario de identidades y consumos culturales	5
CAPÍTULO I	9
El Festival de Cosquín Rock: emergencia, itinerarios y consolidación	9
CAPÍTULO II	16
Perspectivas teóricas y fundamentación conceptual	16
La Comunicación: nociones y enclave en las ciencias sociales	17
Definir la cultura: mapas e itinerarios	19
De los consumos a los consumos culturales	23
Identidad y comunicación desde una perspectiva sociocultural	29
Adscripción identitaria	33
CAPÍTULO III	35
METODOLOGÍA Y TRABAJO DE CAMPO	35
Aspectos Metodológicos	36
Descripción de los datos	38
Disposición y configuración del espacio: organización, usos y sentidos producidos	38
La puesta en escena. Disposición espacial general, sectorización y jerarquización del espacio orientada al consumo.	38
Escenario Norte	40
Escenario Sur	40
Escenario Metal Club (sábado)	40
Escenario Nueva Tinta (domingo)	40
Escenario Acústico Las Pelotas	41
Escenario Paraguay	41
Escenario Boomerang	41
Escenario Córdoba	41
Casita del Blues	42
Programación y Géneros	44
Prácticas de comunicación y ritualidades	51
Producción de sentido en torno del adentro/afuera	51
Interrelaciones entre consumos y consumos culturales en el Festival	54
Adscripciones identitarias particulares y su visibilidad en lo simbólico	56
Géneros musicales: adscripciones en torno a la participación y lo generacional: congruencias/divergencias.	58
CONCLUSIONES	61
Referencias	69
ANEXO	72
ANEXO I - ENTREVISTAS	73
ANEXO II - Imágenes	119

INTRODUCCIÓN

Cosquín Rock: escenario de identidades y consumos culturales

Este trabajo aborda el modo en que el Festival Cosquín Rock se configura como escenario de consumo cultural pertinente para pensar las identidades, la comunicación y los vínculos de socialización y pertenencia. El interés por esta temática reside en la intención de arribar a una reflexión teórica a partir del aporte que nos brinda la conceptualización dentro del campo relacional de comunicación y cultura y de mi experiencia vivencial en tal Festival. Significa poner en diálogo la teoría con la experiencia en el campo.

En torno al interés investigativo, hemos registrado trabajos de carácter periodístico y documental sobre el festival Cosquín Rock, como el caso del Informe del Instituto de Cultura Contemporánea, mencionado en Diario Perfil (27/03/22), sobre el impacto económico y sociocultural del Festival y también "El Rockumental" Cosquín Rock XV 2016, dirigido por Francisco Mostaza. En lo referido específicamente a trabajos académicos de investigación, no encontramos escritos acerca del festival. Por esto consideramos que toda luz que podamos verter sobre estos fenómenos socioculturales, representa una importante contribución al campo de la comunicación y de los estudios culturales. Para ello analizamos el modo en que se relacionan, en el marco de este festival, distintas generaciones, grupos sociales y culturales, en el que adscriben a cierta propuesta identitaria a partir del consumo de bienes culturales.

El *rock argentino* o *rock nacional* forma parte de una adscripción identitaria en Argentina desde inicios de la década del '70. No solo como género musical, sino además como un medio de identificación de una voz que expresa rebeldía, se alza frente a lo establecido, y busca ser escuchada. Su auge se dio en pleno desarrollo de la última dictadura cívico- militar en Argentina. Los festivales fueron los principales escenarios donde se expresaban las críticas frente a las injusticias sociales y políticas. Estas manifestaciones culturales tuvieron lugar desde los inicios en el Buenos Aires Rock en 1970 y continuaron en el Cosquín Rock hasta la actualidad. Al conocer toda esta historia se generó mi interés por este festival federal como el Cosquín Rock. La inmersión en el ámbito festivalero, tras una exhaustiva familiarización con el repertorio musical y las bandas, se manifestó como una experiencia transformadora. Este fenómeno, en paralelo, se vio enriquecido por la confluencia de conceptos inherentes a mi trayectoria académica, lo que impulsó la presente investigación.

Enmarcado al interior del campo relacional de comunicación y cultura, este trabajo de investigación tuvo como objetivo principal comprender de qué modo el Festival Cosquín Rock constituye un escenario de construcción de identidades, desde el marco de los

consumos culturales. Además, se propuso analizar el modo en que los sujetos participantes, construyen y adscriben a las identidades que se visibilizan en este contexto y atraviesan las diversas características presentes.

Delimitamos nuestra investigación a la edición 2022 (12 y 13 de febrero) del Festival Cosquín Rock (Santa María de Punilla, Córdoba, Argentina), que significó la vuelta a la presencialidad luego de las restricciones por la pandemia de COVID-19. En este marco, abordamos los modos en que los consumos culturales construyen sentidos, espacios de comunicación y de pertenencia en un fenómeno determinado, el Festival Cosquín Rock, a partir de una aproximación que explora esta edición en particular. A los fines de garantizar el material de análisis, realizamos registros audiovisuales y notas de campo, como parte de la recopilación de información necesaria para este trabajo de tesis. La permanencia durante el desarrollo del Festival permitió el contacto con un conjunto de sujetos participantes en esta edición, de diversas generaciones, procedencias y géneros, a los cuales, en una segunda instancia, les realizamos entrevistas semiestructuradas.

Nuestro propósito fue, por un lado, identificar de qué modo la disposición espacial, y las propuestas que ofrece el Festival, en tanto escena de consumos, conviven entre sí (confluencias/divergencias) en relación con el Rock y propicia diversas construcciones y adscripciones identitarias. Por otro lado, nos resultó relevante distinguir, desde la mirada de los propios sujetos, los sentidos que adquieren las ritualidades en la construcción de sus identidades. En esta dirección nos propusimos identificar cuáles son las principales mediaciones (vestuario, música, objetos que portan, etc.) y los usos que se ponen de manifiesto en las estrategias de identificación y diferenciación que delimitan las fronteras identitarias.

Desde tales premisas, cobró relevancia identificar y explorar los modos, actos, ritualidades y estrategias de consumo de bienes culturales que se producen en el marco del Festival. Esto nos llevó a interpretar y comprender lo que observamos en torno a diversos conceptos, como por ejemplo el de comunidad atomizada (García Canclini, 1995) para pensar los consumos culturales en este escenario.

A partir de lo expuesto, el trabajo se estructura en cuatro capítulos que a continuación detallamos. En el capítulo I presentamos una descripción del contexto histórico y social del Festival, de su emergencia y consolidación, así como un breve recorrido por la historia del rock nacional y los festivales en nuestro país.

En el capítulo II desarrollamos el marco teórico que dio sustento conceptual a nuestra investigación. Los presupuestos teóricos y la perspectiva sociocultural que propone Rossana Reguillo (2000), resultaron muy pertinentes para pensar las construcciones identitarias en el marco de los consumos culturales en el Festival.

A lo largo del capítulo III presentamos las elecciones metodológicas para llevar a cabo el trabajo de campo. La metodología cualitativa nos permitió explorar, describir y conocer los aspectos fundamentales de nuestra investigación, desde la perspectiva de los sujetos participantes. De allí resultan las descripciones de los datos de lo observado, el trabajo de campo y el análisis de las entrevistas.

Los capítulos anteriores dan lugar a las conclusiones donde llegamos a reflexiones finales que responden a los interrogantes formulados y a los objetivos planteados en esta investigación.

CAPÍTULO I

El Festival de Cosquín Rock: emergencia, itinerarios y consolidación

Desde sus inicios, el llamado Rock Nacional en la década del '60, formó parte de un discurso insurrecto, de manera similar al *rock and roll* norteamericano e inglés. En sus comienzos, en la década del '50 el rock en EE.UU surgió de la influencia del *blues* afroamericano y su combinación con el *country*, como un fuerte discurso frente a la opresión de la clase media, de rebelión contra la autoridad y en búsqueda de la ampliación de nuevos derechos y libertades, como por ejemplo el amor libre. Este nuevo paradigma sociocultural fue una conquista que tuvo a las juventudes como protagonistas. En ese entonces surge como un género el *rhythm and blues*, originado en tiempos de esclavitud de las comunidades de raza negra en EE.UU, con una impronta antirracial, que fue mutando con la incorporación al género de cantantes de raza blanca. Los primeros intérpretes del *rock and roll* fueron Elvis Presley, Chuck Berry y Little Richard. Por su parte, el rock británico fue expresión de un mundo dividido luego del final de la segunda guerra mundial en 1945, de la mano de un movimiento formado por los hijos de la postguerra, los llamados *baby boomers*, quienes encuentran en el *Skiffle* un espacio de pertenencia donde expresarse. Ya que es un tipo de música de melodías sencillas, que no requería grandes instrumentos, por lo cual le daba acceso a las clases obreras a este género musical. De ese estilo surgen varias bandas fundadoras como Los Beatles, Rolling Stones, Bee Gees, entre otras. Si bien las temáticas del género fueron cambiando, la rebeldía fue una marca de origen. En palabras de Rossana Reguillo es en la “posguerra cuando emerge una poderosa industria cultural que ofertaba por primera vez bienes exclusivos para el consumo de los jóvenes” (2000, p.24) Esta industria también marcó una diferenciación entre quienes tenían el poder adquisitivo para acceder a estos bienes culturales y quienes no.

En nuestro país también había normas, reglas, deberes, modales sociales preestablecidos, y estas expresiones musicales y artísticas surgieron como sus principales diatribas. Así es como entre las décadas del '60 y '70, en contextos de dictaduras cívico-militares bajo el gobierno de facto de Juan Carlos Onganía, de cercenamiento de derechos, y un clima de violencia, surgieron las primeras bandas tales como Los Gatos y Almendra y Vox Dei en 1967, seguido por otras como Manal y Sui Generis en 1968, entre otras. Todas tenían algo para decir y representaban la voz silenciada por el miedo, la persecución y la censura. En este entorno, se da el auge del rock nacional o, en palabras de Charly García, “el rock nació mal” (Paz, Nadia. 2015, Párrafo 22). Bajo estas circunstancias se realizaban los recitales en vivo y los primeros festivales de rock en el país.

En ese sentido, podemos considerar al frustrado Primer Festival de Música Joven, en 1970 en la Laguna de Lobos, Provincia de Bs. As., que el locutor radial Eduardo Suárez quiso

implementar. Este evento fue censurado por la policía bonaerense en su segunda edición. En el informe policial se expresó que “sería usado como centro de fumadores de *hierba* (cannabis) y para poder hacer “viajes con la pastilla”¹ (Bravo, 2020, Párrafo 4). Mientras este Festival intentaba realizarse ya por tercera vez, el 7 de noviembre de 1970, pero en otra locación (la ciudad de La Plata), la revista *Pelo* ponía en marcha el Festival de Música Progresiva de Buenos Aires, conocido posteriormente como B.A. ROCK. Este Festival fue gestado por el director de la publicación Daniel Ripoll y tuvo lugar en el Velódromo de Buenos Aires, con la asistencia de alrededor de seis mil jóvenes. Recordando esos tiempos, Ripoll expresa:

Pensé y produje este festival, a mis 23 años, como un encuentro bucólico, romántico y artístico por fuera de las zarpas del arte industrializado y contra la violencia institucional y política reinante en aquella época. Junto a los músicos y artistas jóvenes de la época, asentamos con B.A. Rock las bases del rock nacional, la convivencia pacífica y los ideales de una generación que creía que el mundo y la Argentina podían convivir de un modo más fraternal y democrático. Toda aquella oscuridad militar, con costo de vidas e ilusiones, por fin pasó. Y el festival B.A. Rock, juntó otras actitudes de gran parte de aquella generación, quedó para la historia como un acontecimiento de significado épico del lado de la convivencia pacífica y del arte entendido como expresión humana y no como objeto de consumo (Prat, C. 2020. Párrafo 5) .

Luego de varios años, siguiendo este espíritu de convivencia, expresión y democracia del acceso a las bandas nacionales más importantes, surge en febrero de 2001, el Festival de Cosquín Rock. Un año ícono de las grandes crisis atravesadas por la sociedad argentina en términos económicos, sociales y culturales. Su emergencia tiene como antesala en diciembre de 2001, la propuesta del productor de Cosquín Folclore, Julio Mahárbiz y del productor

¹ En referencia al LCD

musical José Palazzo, junto a su socio Héctor *Perro* Emaides, quienes gestan lo que sería el mayor festival de rock en nuestro país. *El Perro* recuerda:

A fines de los 2000 viene José Palazzo y me dice, mi papá es muy amigo de Julio Maharbiz y me ha ofrecido hacer un festival de rock. Porque su hijo tenía una banda de rock. Nos tiramos a la piletta sin sponsors y nos fue bien. Yo tuve guita por primera vez en mi vida, porque era una rata antes de conocerlo a José. (Mostaza Francisco. 18 de Abril 2016. *Cosquín Rock XV. El Rockumental*. [archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/@cosquinrockxv.elrockumenta4150>).

Emaides explica el modo en que los resabios de la crisis del 2001 afectaron directamente en la producción y ejecución del Festival el próximo año. Los escasos recursos económicos provocaron que las empresas contratadas de sonido e iluminación no estuvieran a la altura del evento, en cuanto a la tecnología y equipamientos.

Ya no se trataba de un espectáculo en la capital del país, sino algo que se realiza en un entorno rodeado de naturaleza. En palabras de José Palazzo, en un artículo del Diario Clarín: No hubo ni redes ni publicidad, pero ocurrió un boca a boca por todo el país y llegaron mochileros de todas partes. A partir de ahí se estableció como un festival federal, donde toda la gente del interior de la Argentina lo considera como propio. (Fernandez Bitar, 2020. Párrafo 2).

En opinión de Diego Tuñón de Babasónicos, tocar en ese Festival era como tocar para todo el país. (Mostaza Francisco. 18 de Abril 2016. *Cosquín Rock XV. El Rockumental*. [archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/@cosquinrockxv.elrockumenta4150>).

Las sensaciones de lo que el Festival significaba, era expresado no sólo por los aficionados que asistían al mismo, sino también por los integrantes de las bandas que tocaban. Así lo expresaba por ejemplo Goy Karamelo de Karamelo Santo:

Cosquín es un festival donde la gente llega de lejos, de todas sus mierdas y de todas sus exclusiones y vienen acá a congregarse. La música es la excusa pero creo en realidad, es conocerse. La gente no está sola, habla, se comunica. (Mostaza Francisco. 18 de Abril 2016. *Cosquín Rock XV. El Rockumental*. Recuperado de <https://www.youtube.com/@cosquinrockxv.elrockumenta4150>)

Muchos artistas describieron muy bien el *folklore* del festival. Iorio relataba muy alegremente:

Para mí Cosquín Rock es como le pasa a la gente, es un evento, el público dice “vamos al Cosquín Rock loco” y se juntan los amigos dos meses antes y se van sumando gente. Vienen con la carpa, saben lo que va a pasar. Van a vivir lo que es el rock. Estar en las sierras, acá, hacer amigos. Sabes cuanto gente me dice: mira, esta es mi señora, estos son mis hijos, nos conocimos en el Cosquín Rock. Mira hay gente que va a jugar al golf, otros van a ver River-Boca, otros van a jugar al tenis y otros se juntan para ver a Almafuerte en todas partes del país. (Mostaza Francisco. 18 de Abril 2016. *Cosquín Rock XV. ElRockumental*. <https://www.youtube.com/@cosquinrockxv.elrockumenta4150>).

La primera edición se realizó en la Plaza Próspero Molina, escenario del legendario Festival de Folklore de Cosquín. Como afirmó Palazzo en el documental de Cosquin Rock, “nada más y nada menos, la Plaza Prospero Molina uno de los bastiones del folklore, va a ser tomada de manera pacífica por el rock and roll”. (Mostaza Francisco. 18 de Abril 2016. *Cosquín Rock XV. El Rockumental*. <https://www.youtube.com/@cosquinrockxv.elrockumenta4150>). Se extendió por dos días y asistieron cerca de 12.000 personas. En el año 2004 se superó el récord de asistencia del año anterior, no obstante, aun con entradas agotadas, miles de fanáticos se acercaron a los alrededores de la Plaza, lo que ocasionó mucho disgusto y quejas de los vecinos. Esta situación forzó a la organización a buscar un lugar más grande, y fue así que en 2005 sus ediciones se trasladaron a la Comuna San Roque.

Esta nueva locación permitió la incorporación de más escenarios y ampliar la cantidad de público. San Roque representó no solo más asistentes y artistas, sino también la apertura a la mística del paisaje de las sierras, y esto distingue al Festival respecto de los demás festivales del país, por las sierras de alrededor y el lago detrás del escenario principal. Esa veta también fue percibida por otros productores y en el 2005 se realizó en Cosquín el festival Siempre Rock, lo que dividió al público, pero sobre todo a los músicos, duplicando su caché. Sin embargo, esto no desalentó lo que venía creciendo hace 4 años y Cosquín Rock comenzó a incorporar otros géneros musicales más allá del rock y la oferta de otros productos culturales. También incorporó otras estrategias comunicacionales como charlas de periodistas, muestras de artistas plásticos y exposiciones fotográficas que se entrelazaban con las voces y armonías de los diferentes escenarios. Sin embargo, hubo algunos inconvenientes en cuanto a la seguridad y la organización debido a que, aún siendo un predio más grande que el anterior, la cantidad de personas que asistían superaba ampliamente su capacidad. De allí surgió la necesidad de un nuevo y gran lugar para el Festival, el Aeródromo de Santa María de Punilla, en el año 2011.

Esta decimoprimer edición no sólo estrenaba espacio, sino que además incorporaba escenarios nuevos a los tres que ya traía desde Comuna. La amplia capacidad de este nuevo predio permitió no solo sumar *platós*, sino también triplicar las propuestas gastronómicas y artísticas. Muestras de arte, pintura, fotografía, stands de tatuajes, peluquería, puntos de encuentro, venta de merchandising, espacios de descanso y puestos de hidratación. El Festival, a partir de ese momento, fue más divergente y profesional. En cuanto a los géneros musicales, no se trataba solo de rock, sino que incorporó intérpretes y bandas del Pop, Trap, fiestas Bresh, entre otros. Actualmente sus hectáreas son recorridas por sujetos de diversas edades, gustos y estilos, que adscriben a diversas preferencias musicales.

Desde el año 2017 se exporta al mundo con la finalidad de realizar un intercambio cultural y artístico, teniendo como sede a México, Perú, Colombia, Bolivia, Uruguay, Chile y España.²

Si bien en sus inicios fue un único escenario donde las bandas más consagradas del Rock Nacional se presentaban; luego se transformó en un pluri escenario con disímiles géneros musicales. Por eso es un encuentro cultural, donde música, arte urbano, baile,

² Países donde se realiza el festival desde ese año, convocando bandas locales, argentinas e internacionales.

sabores, diversas generaciones y clases sociales, confluyen en un mismo lugar. Así lo describe Skay Beilinson:

En medio de las sierras de Córdoba un lugar privilegiado de pronto emerge una ciudadela fantástica donde hay músicos, artistas de todo tipo, actores. Hay proyecciones de películas y todo tipo de actividades. Y creo que es una maravilla el hecho que suceda en el centro de la Argentina en la provincia de Córdoba, eso le da el marco indispensable para que esto sea único e irrepetible (Mostaza Francisco. 18 de Abril 2016. *Cosquín Rock XV. El Rockumental*. <https://www.youtube.com/@cosquinrockxv.elrockumenta4150>).

Esto significa que desde el 2001 el Festival Cosquín Rock celebra sus tradicionales jornadas de manera ininterrumpida, a excepción de la edición 2015 que tuvo que ser suspendida por la enorme tormenta que sufrió la provincia de Córdoba³. Por su parte, la edición 2021, no se realizó de manera presencial, por única vez, a causa de la pandemia de Covid 19.

Es relevante señalar que en la edición 2022, el Festival cumplió 21 años y además constituyó la vuelta a los escenarios presenciales, luego de las medidas restrictivas tomadas durante la pandemia. En 2020 se realizó una edición virtual en reemplazo de la edición 2021, que consistió en un encuentro vía streaming de alrededor de 60 bandas y se llevó a cabo los días 8 y 9 de agosto. Participaron artistas nacionales e internacionales, sin embargo, la edición 2022 fue tomada como la verdadera vuelta, ya que todo lo que representa el festival más allá de lo musical, no estaría presente en la edición virtual. En declaraciones de Palazzo:

Para mí la experiencia vivencial es única e irrepetible. No existe nada que pueda reemplazar eso del viaje, planearlo, juntarte con los amigos, hacer un asado, tomarte una birra y luego arrancar hacia el predio. Esto no reemplaza eso, es una alternativa por ahora y luego será un complemento que va a perdurar en el tiempo. (Infobae, 2020. Párrafo 4).

³Cuando cayeron cerca de 300 milímetros de agua en 12 horas, fallecieron 7 personas y fueron evacuadas otras 1000.

CAPÍTULO II

Perspectivas teóricas y fundamentación conceptual

En el desarrollo de este apartado presentamos los conceptos principales que nos permitieron abordar el problema planteado y las perspectivas que orientan el análisis. Nuestro punto de partida es una concepción relacional de la comunicación y la cultura, que retoma fundamentos de los Estudios de la Cultura en América Latina, de los Estudios Culturales británicos y del campo de la antropología contemporánea.

La Comunicación: nociones y enclave en las ciencias sociales

En las últimas décadas al interior de las Ciencias Sociales y, de manera particular en el campo de estudio de la Comunicación, los Estudios Culturales han sido de gran influencia en términos metodológicos, epistemológicos y teóricos, para salir del mediacentrismo y la racionalidad instrumental que habían caracterizado la investigación y abrirse camino hacia una noción de comunicación concebida desde un lugar más antropológico, entendiendo a la misma como un proceso sociocultural.

En tal dirección las conceptualizaciones realizadas por Jesús Martín Barbero publicadas en la *Revista Signo y Pensamiento* (1984), retoman la necesidad de la especificidad propia de atender y entender la realidad de los procesos comunicacionales desde las prácticas. De manera concreta la propuesta barberiana realiza una crítica de limitaciones del campo de la comunicación, aludiendo a las perspectivas de la información y la semiología:

El problema es que todas las seguridades que nos dio la alianza entre la semiología y la teoría de la información, nos llevó a pretender definir el campo de la comunicación desde la teoría [...] comenzamos a darnos cuenta de que la alianza del modelo semiológico con la teoría de la información nos había llevado a una postura netamente positivista: en la que lo importante era el método y no los problemas que estábamos estudiando (1984, p 19).

Como salida a tal encorsetamiento, el autor plantea la necesidad de una serie de desplazamientos que contemplan en primer instancia, ir del concepto de comunicación al de cultura, lo cual implica “empezar a pensar los procesos de comunicación no desde las disciplinas, sino desde los problemas y las operaciones del intercambio social, esto es desde

las matrices de identidad y los conflictos que articulan la cultura” (Martin Barbero, 1984, p.21). Desplazar el análisis de la comunicación, restringido a los medios, los canales y los mensajes, a un concepto antropológico de cultura, permite advertir los procesos de socialización a partir de los cuales la sociedad se reproduce y genera sus códigos de percepción, valoración y de producción simbólica de la realidad.

Desde el punto de vista epistemológico, este desplazamiento hacia una concepción más antropológica de la comunicación, le otorga a la complejidad de los procesos comunicacionales un lugar privilegiado en su análisis. Al respecto, Raúl Fuentes Navarro (1999) plantea que el estudio de la comunicación debe integrar los procesos objetivos y subjetivos mediante modelos teóricos y metodológicos multidimensionales y complejos, permitiendo también “poder imaginar las dimensiones de la acción comunicativa en términos constitutivos y no sólo instrumentales de las prácticas sociales” (p. 61).

Al interior de los Estudios Culturales británicos, y desde una noción materialista y cultural, Raymond Williams propone teorizar sobre la comunicación y afirma que la cultura tiene una dimensión tanto individual como colectiva de significados y valores, e incluye concepciones del mundo, maneras de sentir y actuar, las cuales se expresan a través del lenguaje y se desarrollan dentro de instituciones sociales específicas, influenciadas por condiciones materiales. Desde esta perspectiva resulta ser un proceso de deliberación e intercambio de significados, en el que realidades e individuos interactúan dentro de las culturas y permiten generar nuevos significados. Es una noción que aparta cualquier determinismo tecnológico (Williams 1961 en Cardenas, 2009). En su análisis, Cardenas (2009) da cuenta de que Williams plantea varias dimensiones desde las que estudiar la comunicación, “desde la estrictamente mediática, como la televisión, hasta una perspectiva más compleja que ve formas comunicativas en la reproducción de la vida social y cultural” (Cardenas, 2009, p.79). En sus aportes al campo de estudios de la comunicación, el investigador inglés desprende dos campos de interés más generales: el análisis de la institucionalización de los medios y cómo estos generan sus manifestaciones culturales. El materialismo cultural resulta ser su mayor contribución a esta teorización desde la que podemos “observar las implicaciones de la cultura dentro de procesos históricos y de cambios sociales” (Cardenas, 2009, p.80).

Para pensar la comunicación desde la cultura, apelamos al análisis comunicológico de la literatura que Cárdenas describe en su escrito de 2009 y que nos aporta Raymond

Williams, para concluir que la comunicación resulta una interacción dentro de las instituciones desde su marco histórico. Como una categoría que permite describir el entorno y los fenómenos lindantes en la creación e interpretación literaria, así como en los discursos y su trayecto en ciertos conceptos.

Esta noción de Cárdenas en cuanto a la comunicación en su carácter de interacción dentro de un contexto histórico, convive con el carácter dialógico y relacional que plantea Whashington Uranga (2012) al entender que la comunicación es un diálogo, una conexión entre individuos, sirviendo como fundamento para toda estructura social. Facilita que, mediante el intercambio, diversos actores desarrollen una identidad común y colectiva con la que identificarse en el ámbito social.

Estas conceptualizaciones hasta aquí expuestas, dialogan como ya indicamos al comienzo de este capítulo, con la perspectiva de Jesús Martín Barbero (1993) cuando el autor afirma que, en el campo de la comunicación se abordan procesos y dimensiones que incluyen interrogantes y conocimientos de índole histórica, antropológica y estética. Sobre la base de esta visión el autor entiende que:

La comunicación hoy está vinculada a la búsqueda de una racionalidad diferente a la instrumental; que emerge de la experiencia de la sociabilidad, que contiene la praxis comunicativa y al cambio cultural que conecta las nuevas condiciones del saber, con las nuevas formas de sentir, de la sensibilidad y con los nuevos modos de juntarse, esto es, nuevas figuras de sociabilidad. (p. 59)

A partir de lo expuesto es que podemos entender que el autor español desplaza el debate de los medios a las mediaciones, es decir, “a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de los matrices culturales”. (Martín Barbero, 1987, p.203)

Definir la cultura: mapas e itinerarios

Si bien la propia pluralidad y diversidad de las culturas ha motivado la existencia de diversas teorías científicas sobre el concepto de cultura, Nestor García Canclini en *Diferentes*,

desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad (2004), nos guía por un recorrido de narrativas empíricas que marcan el devenir de este concepto al interior de las ciencias sociales. Desde una perspectiva de análisis que se sustenta en torno a diferencias, desigualdades y desconexiones, toma por un lado nociones de la filosofía alemana en donde la cultura representa sólo un cúmulo de conocimientos y aptitudes intelectuales y estéticas, y repasa además, las confrontaciones entre naturaleza-cultura y sociedad-cultura, nociones que carecían de eficacia operativa y llevaban implícito cierto relativismo cultural.

A fin de suplir definiciones de cultura que se basan en términos de oposición, donde cultura es todo lo que no es naturaleza y todo lo que no es sociedad, García Canclini (2004) retoma el análisis de Jean Baudrillard (1974), quien distingue lo socioeconómico de lo cultural y comprende el desarrollo del consumo en las sociedades contemporáneas, planteando cuatro tipos de valores en la sociedad.

Estos valores de uso, de cambio, de signo y simbólico, representan en los dos primeros, la materialidad del objeto y en los dos últimos, los procesos de significación. Es decir que mientras el valor de uso representa la funcionalidad del objeto, su valor de cambio surge del costo que éste tiene en el mercado y a través del cual puedo obtenerlo. Sin embargo, Baudrillard va más allá y suma los conceptos de valor de signo y simbólico. El valor signo refiere a todas aquellas implicaciones simbólicas y connotaciones que rodean al objeto, que no están relacionadas al valor de uso pero sí pueden impactar sobre el valor de cambio. Por su parte, el valor símbolo está vinculado a rituales que distinguen a un objeto adquirido de cualquier otro. Esto tiene que ver con la significación que puede otorgarle a ciertos bienes el hecho de provenir de determinados intercambios sociales, personales o familiares. Otorgándole a ese bien una carga simbólica que lo convierte en irremplazable y no intercambiable con ningún otro objeto. (Baudrillard en García Canclini, 2004).

García Canclini (2004) continúa este recorrido integrando la perspectiva de Pierre Bourdieu con lo planteado por Baudrillard para señalar las relaciones de fuerza y de sentido y llegar a una distinción entre cultura y sociedad. Si entendemos que las relaciones de fuerza corresponden al valor de uso y cambio sobre las que se estructura la sociedad, podemos comprender que el mundo de las significaciones y del sentido, constituye la cultura.

Luego de este recorrido, el autor logra una posible definición operativa y concluye:

Se puede afirmar que la cultura abarca el conjunto de los procesos sociales de significación, o, de un modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de

los procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación de la vida social. (García Canclini, 2004, p. 34)

En este camino podemos observar que los desplazamientos y los entramados de interrelaciones sociales en la cultura contemporánea, desde la perspectiva adoptada, ratifican el carácter procesual del concepto de cultura, resalta su carácter cambiante y la centralidad de la interculturalidad.

En esta dirección, y a los fines de sistematizar las distintas perspectivas, tendencias o modos de definir y/o resaltar aspectos particulares de la función social y del sentido que la cultura adquiere dentro de la sociedad, el antropólogo realiza un recorrido por cuatro vertientes teóricas contemporáneas que constituyen esta definición sociosemiótica de la cultura .

Una primera tendencia se refiere al modo en que cada grupo organiza su identidad es decir, donde cada grupo puede dotarse de diversos repertorios culturales. En este trayecto nos muestra como el sentido se reelabora interculturalmente y le otorga a la cultura una configuración transversal que complejiza cada sistema simbólico. En palabras del autor, “...en esta época, nuestro barrio, nuestra ciudad, nuestra nación, son escenarios de identificación, de producción y reproducción cultural. Desde ellos nos apropiamos de otros repertorios culturales disponibles en el mundo” (García Canclini, 2004, p.36). En este sentido, cita a Eric Hobsbawm para entender las interacciones sociales que impactan directamente sobre las nociones de cultura e identidad, “La mayor parte de las identidades colectivas son más bien camisa que piel: son, en teoría por lo menos, opcionales, no ineludibles” (Hobsbawm en García Canclini, 2004, p.36).

Lo antedicho da cuenta de los entrelazamientos que se dan entre la cultura y sociedad y entre lo material y lo simbólico, vertiente en la cual la cultura es vista como una instancia simbólica de la producción y reproducción de la sociedad. Es decir “todas las prácticas sociales contienen una dimensión cultural, pero no todo en esas prácticas sociales es cultura” (García Canclini, 2004, p.37). Esta perspectiva pone de manifiesto una distinción, un entrelazamiento entre sociedad y cultura, pero no las opone. El autor argentino sintetiza esta segunda vertiente de pensamiento al mencionar el análisis de Pierre Bourdieu, respecto a la noción de cultura, quien la reconoce como “un espacio de reproducción social y organización de las diferencias” (Bourdieu en García Canclini, 2004, p. 37).

En una tercera vertiente de pensamiento, García Canclini presenta la tendencia de concebir la cultura como “una instancia de conformación del consenso y la hegemonía, o sea de configuración de la cultura política y también de la legitimidad” (2004, p.37). Desde este señalamiento teórico se pueden advertir todos aquellos recursos simbólicos en que se desarrollan las relaciones de poder y de desigualdad. Ya sea para nombrar a la cultura de élite y reconocerla como tal en ciertos parámetros o comportamientos, o bien rechazándola desde el reconocimiento o autodeterminación de la cultura popular.

En la cuarta línea de pensamiento, el antropólogo argentino (2004), nos habla de la cultura como “dramatización eufemizada de los conflictos sociales”(p.38) . Esta vertiente retoma el concepto de eufemismo para referirse a una teatralización de las disputas que se dan en el seno de lo social, y a través de manifestaciones culturales como el cine, el arte, la música, se expresen las diferencias, disputas y/o conflictos, de forma disimulada y decorosa sin terminar en contiendas reales.

Con la sistematización de estas cuatro vertientes que de manera amplia son constitutivas de la definición sociosemiótica de la cultura, como procesos de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social, sigue siendo útil para evitar los dualismos entre lo material y lo espiritual, entre lo económico y lo simbólico, o lo individual y lo colectivo. Sin embargo, el análisis cancliniiano advierte que esa definición, concebida para cada sociedad y con pretensiones de validez universal, no abarca lo que constituye a cada cultura por su diferencia e interacción con otras. Las diferencias, desigualdades y desconexiones entre las culturas y los procesos de globalización, exigen abarcar también las relaciones interculturales. Retomando a Arjun Appadurai (1996) quien prefiere hablar de lo cultural como “...una dimensión que refiere a diferencias, contrastes y comparaciones, y permite pensarla menos como una propiedad de los individuos y de los grupos, más como un recurso heurístico que podemos usar para hablar de las diferencias” (Appadurai 1996 en García Canclini, 2004, p.39), el antropólogo argentino plantea el cambio del objeto de estudio:

En vez de la cultura como sistema de significados, a la manera de Geertz, hablaremos de lo cultural como el choque de significados en las fronteras; como la cultura pública que tiene su coherencia textual pero es localmente interpretada: como redes frágiles de relatos y significados tramados por

actores vulnerables en situaciones inquietantes como las bases de la agencia y la intencionalidad en las prácticas sociales corrientes. (García Canclini, 2004, p.39)

Para concluir con las ideas vertidas hasta el momento, Jesús Martín Barbero (2004) nos propone una nueva conciencia de identidad cultural, para empezar a nombrar *lo cultural* y superar cualquier visión puramente instrumental. De este modo da lugar a una visión de modernidad que va más allá de particularismos y aislamientos culturales. Martín Barbero plantea una teorización superadora de las dicotomías entre culturas primitivas y modernas, entre lo rural y lo urbano, lo tradicional y lo moderno, lo popular y lo masivo, lo local y lo global, que se ven superadas por la creciente especialización comunicativa de lo cultural, en donde todos son sujeto/objeto de cultura. En palabras del autor español, “la cultura vive un movimiento de antropologización, mediante la cual la vida social toda deviene, se convierte en cultura”(p.9).

De los consumos a los consumos culturales

Guillermo Sunkel nos introduce a la noción de consumo para conceptualizar la cultura y dar cuenta del modo en que los sujetos somos culturalmente en tanto producimos y consumimos bienes culturales. Para el autor, la constitución del consumo cultural como un tema de estudio en la investigación social también exigió una labor teórica: replantear la concepción más general de lo que se entiende por consumo (Sunkel, 2004).

Para introducirnos en este concepto, Néstor García Canclini plantea una definición de consumo considerándolo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini en Sunkel, 1999, p. 34). De este modo propone superar la concepción naturalista de las necesidades y la noción instrumentalista de los bienes. Ya que no hay una relación directa ni natural entre las necesidades y los objetos que se supone han sido creados y fabricados para satisfacerlas. Existen otros factores implicados en el consumo, porque las necesidades surgen de construcciones sociales o culturales y esto produce que en la mayoría de los casos el valor de cambio prevalezca sobre el valor de uso.

En esta dirección el autor argentino (1999) presenta seis modelos necesarios para entender los diversos aspectos del consumo, pero a su vez refiere que ninguno es autosuficiente, sino que los seis son complementarios entre sí.

En un primer modelo, nos introduce al consumo como un lugar de reproducción del trabajo y expansión del capital. La oferta no surge a partir de la demanda, ni son las necesidades individuales o colectivas las que definen la producción y distribución de bienes. Estas necesidades se estructuran de acuerdo con la estrategia comercial de los grupos dominantes. En un segundo modelo, expone una perspectiva que ve al consumo como el lugar donde los grupos y las clases compiten por la apropiación del producto social. Esta visión cambia la posición verticalista del modelo anterior para entender un carácter más interactivo del consumo y lo considera un “sitio donde se generan las disputas por lo que la sociedad produce y la manera en que lo consume” (García Canclini, 1999 , p.36). En un tercer modelo, el autor menciona al “consumo como lugar de diferenciación y distinción simbólica entre los grupos” (García Canclini, 1999, p.36). En un cuarto modelo el autor describe al consumo como sistema de integración y comunicación. Esta perspectiva sostiene que existen muchos consumos que diferencian, pero también muchos otros que unifican y atraviesan las diferentes clases y grupos. Como quinto modelo, nos señala al consumo como escenario de objetivación de deseos. Aquí el autor hace una distinción muy interesante entre necesidad y deseo, para explicar que el consumo sacia una necesidad pero no el deseo que impulsa ese consumo. Y en un sexto modelo el escritor platense, explica al consumo como proceso ritual. A través de los rituales, “la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que las regulan. Los rituales más eficaces utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan” (García Canclini, 1999 en Sunkel, 1999, p.40). En este punto el autor reafirma la idea de que la adquisición de ciertos bienes y la ritualidad en la que se consumen, configuran sentido y cargan de significado a esos objetos.

A partir de su revisión del concepto de consumo, el autor arriba a una definición propia que postula al consumo cultural como, “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García Canclini, 1999 p.42).

Si pensamos en el tema que nos convoca, advertimos que el consumo “no siempre funciona como separador entre las clases y los grupos. Hay otros bienes con los que se

vinculan todas las clases, aunque la apropiación sea diversa” (García Canclini, 1999 en Sunkel, 1999, p.37). Lo que resulta pertinente en este punto hacer mención al proceso ritual del consumo que plantea el escritor para dar cuenta que el consumo de ciertos bienes generan sentido. Esta idea está íntimamente ligada al concepto de comunidad que el autor también evoca al referirse a las comunidades atomizadas por el consumo.

Para sumar a las perspectivas hasta aquí expuestas, Guillermo Sunkel (2002) menciona ciertos aspectos relevantes de la conceptualización de consumo vertida por Jesús Martín Barbero, para acercar una visión del consumo que no se centra en la reproducción. Ésta posibilita entender las formas en que se realiza la apropiación y los usos sociales de la comunicación. En ese punto Sunkel (2002) retoma las consideraciones de Martín Barbero (1987) quien considera al consumo como producción de sentido y valora una dimensión fundamental del consumo, que implica ver los procesos de comunicación como un espacio para la formación de identidades y la creación de comunidades. El antropólogo español encara el estudio del consumo a través del concepto de las mediaciones. De acuerdo a lo desarrollado por Sunkel en su texto el 2004, Martín Barbero considera al consumo como producción de sentido, esto es, “el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos” (Martín Barbero 1987 en Sunkel 2004, p. 16). Sumado a esto el autor resalta la dimensión constitutiva del consumo, la que implica concebir los procesos de comunicación como ámbitos clave para la formación de identidades y la creación de comunidades. Además el investigador español resalta, “una dimensión estratégica de la investigación del consumo en un contexto en que la globalización de los mercados se encuentra directamente unida a la fragmentación de los consumos” (Martín Barbero 1987 en Sunkel 2004, p.16). En último término, plantea que el acto de consumir conlleva una modificación tanto a nivel de conocimiento, como de enfoque práctico, alterando la perspectiva fundamental desde la cual se aborda y comprende el proceso comunicativo (Martín Barbero en Sunkel, 2004).

Desde las perspectivas mencionadas, se buscará examinar las dinámicas de interacción e intercambio dentro del proceso comunicativo, así como las formas de mediación que se establecen entre la lógica del sistema productivo y los diversos usos sociales que se les otorgan a los productos de la comunicación. Según Martín Barbero, la forma de mediación entre estas dos lógicas es el género (Sunkel, 2004). En este punto es que el autor propone el concepto de mediaciones para referirse al “lugar desde el que es posible percibir y

comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción” (Martin Barbero 1987 en Sunkel 2004).

Por su parte, Nestor Gacia Canclini nos introduce en este concepto al traernos una teoría multidisciplinaria y sociocultural del consumo. Desde este punto de vista, “consumir es hacer intangible un mundo donde lo sólido se evapora”. En suma, “las mercancías sirven para pensar” (1995. p.48). Visto así el consumo sirve para ordenar políticamente la sociedad. Se transforma en un proceso en el que los deseos pasan a ser exigencias y comportamientos sociales normados.

Esta propuesta teórica que problematiza la noción de consumo, es la base para pensar a los consumos culturales como una apropiación, colectiva o no, de bienes culturales producto de interrelaciones socioculturales, en las cuales las personas intercambian bienes determinados culturalmente. Es lo que hace que el consumo pierda esa concepción naturalista para mutar su noción, en la apropiación de las diversas sociedades y culturas. El consumo visto así, “será un lugar de valor cognitivo, útil para pensar y actuar significativamente, renovadoramente en la vida social” (García Canclini, 1995, p.55).

Sin dudas, Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero han orientado el estudio sobre los consumos culturales, con conceptos compartidos y otros diferenciables.

Para concluir los postulados de ambos autores Guillermo Sunkel afirma:

Lo importante es que estas búsquedas empíricas en el marco de una perspectiva sociohistórica dan cuenta de un campo de investigación de gran vitalidad que, como lo señalaba, Martin Barbero, tiene una importancia estratégica, en cuanto permite una comprensión de las nuevas formas de agrupación social y de los cambios en los modos de estar juntos de la gente (2004. p.24).

Siguiendo estas ideas podemos entender que los consumos culturales, conforman una categoría compleja, de carácter situacional y diferencial. Al respecto, Rossana Reguillo (2000) concluye:

Si el consumo sirve para pensar, como ha señalado García Canclini, es porque su análisis permite entender las distintas configuraciones del mundo, que de

maneras contradictorias y complejas los jóvenes construyen a partir de sus vínculos con las industrias culturales pero anclados en sus propios colectivos o lugares de significación. (p. 71)

En este punto sumamos el concepto de *dramatizar la identidad* que nos ofrece Reguillo para entender la cuestión del consumo cultural en el análisis de las estrategias identitarias, resulta muy esclarecedor. Describe el proceso de *hacerse reconocer* dando cuenta que el actor individual o colectivo realiza una *utilización dramática* de aquellas marcas, atributos y elementos que le permitan desplegar su identidad. Ella lo describe como una *socioestética*, en la que se relacionan componentes estéticos y simbolización de los mismos y a partir de allí se genera una adscripción a los diversos grupos identitarios (Reguillo, 2000).

Por su parte Michel de Certeau (1980), realiza una distinción que aporta a nuestro análisis del consumo, y describe los conceptos de estrategia y táctica, para analizar cómo los individuos resisten o navegan dentro de las estructuras de poder asimétricas. Mientras la estrategia busca la totalidad, el orden, la victoria sobre el tiempo, es el poder que organiza y domina. La táctica representa la resistencia, en tanto el *débil* desvía, reconfigura y resignifica el orden impuesto a través de usos cotidianos. El autor dice:

En relación con las estrategias, llamo táctica a la acción calculada que determina la ausencia de un lugar propio. Por tanto ninguna delimitación de la exterioridad le proporciona una condición de autonomía. La táctica no tiene más lugar que el del otro. Además, debe actuar con el terreno que le impone y organiza la ley de una fuerza extraña. No tiene el medio de mantenerse en sí misma, a distancia, en una posición de retirada, de previsión y de recogimiento de sí: es movimiento "en el interior del campo de visión del enemigo", como decía Von Bülow,¹⁴ y está dentro del espacio controlado por éste. No cuenta pues con la posibilidad de darse un proyecto global ni de totalizar al adversario en un espacio distinto, visible y capaz de hacerse objetivo. Obra poco a poco. Aprovecha las *ocasiones* y depende de ellas sin base donde acumular los beneficios, aumentar lo propio y prever las salidas. No guarda lo

que gana. Este no lugar le permite, sin duda, la movilidad, pero con una docilidad respecto a los azares del tiempo, para tomar al vuelo las posibilidades que ofrece el instante. Necesita utilizar, vigilante, las fallas que las coyunturas particulares abren en la vigilancia del poder propietario. (p.43)

Por su parte y retomando el estudio de los consumos culturales, Mabel Grillo, Vanina Papalini y Sebastián Benítez Larghi (2016) aportan conceptos que completan dicha noción a los fines de esta investigación. Los autores traen al debate categorías clave en los estudios de consumos culturales: uso, recepción y apropiación. El análisis diferencia tres modalidades de la relación entre el actor y el bien cultural. Por un lado, el uso se refiere a las actividades, tales como leer, exponerse a los medios o tomar fotografías, que se integran en la vida diaria y se llevan a cabo con fines concretos y prácticos. En esencia, se trata de una aplicación con una utilidad directa. (Grillo, Papalini y Benítez Larghi, 2016).

Por otro lado, la recepción, según estos investigadores, se vincula con una finalidad inespecífica, siendo “el acceso al bien simbólico y a las operaciones cognitivas para su comprensión, un *logro hermenéutico*” (Thompson 1998 en Grillo, Papalini y Benítez Larghi, 2016. p. 45). La interpretación del código, el significado y el contexto de un texto no es un proceso que surja de forma aislada en el individuo, sino que se nutre de las estructuras compartidas que provienen de la cultura, los grupos sociales a los que se pertenece y los marcos de experiencia acumulada (Grillo, Papalini y Benitez. 2016).

Para completar el concepto los autores expresan:

Puede haber recepción sin uso pero no uso sin recepción. No obstante, el uso excede a la recepción en tanto implica una suerte de aplicación o transferencia; es una acción, es una intervención en el mundo que supone la integración significativa del objeto/pieza cultural en la vida cotidiana. Es un logro habilidoso. (p. 46).

Finalmente hacen referencia a la apropiación, la que describen como una categoría de análisis que confluye con las anteriores. Implica una recepción activa donde el bien es resignificado e incorporado de manera profunda en la vida del receptor. Dicha integración va más allá de la simple asimilación, traduciéndose en una función creadora por parte del sujeto

receptor, quien genera nuevo sentido y producción. Se concibe como un proceso "subjetivo creativo y no simplemente proyectivo" (Proulx, 2001, en Grillo, Papalini y Benitez. 2016. p. 46). En síntesis, en este proceso tanto quien recibe, como lo que se recibe, se transforman y el bien adquiere un nuevo significado. Esta asimilación, o apropiación, es el resultado de un acto activo que involucra la mezcla, combinación, selección y crítica.

Los autores adoptan un enfoque constructivista (Pinch y Bijker, 1984) y de la sociología pragmática (Latour, 1992, 1993, 2004), para sostener que, el verdadero significado de la tecnología no viene predefinido, sino que se forja a través de las acciones y contextos sociales, culturales e históricos de las personas que la utilizan. Es decir, existe un significado socialmente construido. Además afirman desde esta perspectiva, que hay una interacción mutua, donde se da un diálogo constante entre lo técnico y lo sociocultural. Si bien la estructura de la tecnología marca los límites de cómo se puede interpretar, los usuarios tienen el poder de modificar o influir en su diseño o uso a través de sus propias decodificaciones, un concepto conocido como “flexibilidad interpretativa” (Grillo, Papalini y Benitez. 2016. p.49).

A las nociones descriptas anteriormente, suman el concepto de componentes de la apropiación, para dar cuenta de tres factores interrelacionados que deben considerarse para que una tecnología sea verdaderamente apropiada. Primero, las características físicas u objetivas de la tecnología. Luego, el código o significado que le atribuyen grupos de actores específicos y finalmente, la interpretación y el uso práctico y simbólico que le dan los usuarios (Grillo, Papalini y Benitez, 2016).

Como último abordaje para el estudio de los consumos culturales, los académicos suman el concepto de la Internet 2.0, como YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, etc. que se presenta como un punto de inflexión. Estas nuevas plataformas, crean un espacio donde la interacción entre las personas y los objetos tecnológicos, es totalmente clara. Este proceso permite que los usuarios actúen simultáneamente como creadores y consumidores, lo que pone en tensión las normas y principios establecidos por la industria cultural tradicional (Grillo, Papalini y Benitez. 2016).

Identidad y comunicación desde una perspectiva sociocultural

La autora mexicana Rossana Reguillo (1991) plantea las relaciones entre identidad y comunicación en tres recortes para estudiarlas: situacional, constituido y objetivación simbólica.

Cuando describe al recorte situacional o espacial, refiere que “el espacio es un elemento constitutivo de la identidad de los actores” (Reguillo, 1991, P.234) y distingue dos espacios: el dado y el construido. El primero se refiere al lugar preexistente que se transforma en la construcción que los sujetos generan mediante sus interacciones. La comunicación sirve, en este punto, para manifestar las interacciones entre ambos espacios.

Por otra parte, el referente constituido sirve para señalar la pertenencia a un grupo mediante la construcción de una identidad propia, que requiere dejar de lado las diferencias de los sujetos para adscribir a un *nosotros*. Supone una identidad diferencial mediante la cual se organizan y expresan determinadas visiones del mundo. “La construcción por los grupos de su propia identidad supone una actividad de aprendizaje, una pedagogía que compromete a los actores tanto individuales como colectivos en una lucha simbólica, por la administración de la propia identidad” (Reguillo, 1991, p.235).

En relación con la objetivación simbólica de la identidad hace referencia a los rasgos materiales, exteriores, tangibles que exponen una determinada identidad y la diferencia de otras. Reguillo (1991) expresa, que la identidad necesita ser representada de manera visible para asegurar su efectividad; debe influir en la creencia del individuo, brindándole la certeza de que al portar ciertos símbolos y objetos, se convierte en parte del grupo, lo autoriza, lo legitima y lo respalda.

Para concluir la autora mexicana (1991) afirma que:

La comunicación desempeña un papel fundamental en el proceso de objetivar la identidad, como producto, como proceso, como código fijo y convencional. Como práctica contribuye a introyectar en el cuerpo un tipo específico de memoria que tiende a recordar el origen y por tanto la identidad. (p. 236)

En suma, para Reguillo la identidad es ante todo una relación, no existe como algo *dado*, sino que se construye y, en tal sentido, la comunicación puede ser considerada como el

proceso que contribuye a la elaboración, reelaboración y transformación de las identidades en estrecha relación con las prácticas sociales.

Se comprende así que la identidad es compleja, multidimensional y dinámica. Esto nos conduce al concepto de *estrategias identitarias* como una perspectiva desde la cual comprender que “la identidad es un medio para alcanzar un fin, no es absoluta sino relativa”. (Cuché. 2002. p.118). Esta idea de estrategia, según Cuche, “se puede explicar las variaciones identitarias, lo que se podría denominar los desplazamientos de la identidad. Muestra la relatividad de los fenómenos de identificación” (2002. p.119). En este punto Fredrik Barth, nos aporta una concepción situacional y relacional de identidad, cuando refiere que la misma es una construcción social que se elabora y reelabora en un contexto relacional entre los grupos sociales. El autor expresa que, “La construcción se hace en el interior de marcos sociales que determinan la posición de los agentes” (Cuché. 2002. 109). Dicha conceptualización expresa una visión dinámica de la identidad como algo que se “...construye y se reconstruye constantemente en los intercambios sociales” (Barth 1969, como se citó en Cuché 2002, p.110).

Para comprender la concepción de los festivales y lo que éstos representan en determinados escenarios identitarios, resulta muy ejemplificador lo que Eric Hobsbawm describe en la experiencia de la juventud inglesa en las fiestas *raves*, como una experiencia cultural típica:

La experiencia de la juventud inglesa en las fiestas conocidas como “raves” no consta por separado de música, baile, vestimenta, bebidas, drogas, sexo y formas de vestir de cada uno - el adorno del cuerpo al último grito de la moda - frente a la forma que adopta la masa de los otros festivales órficos, sino que consta de todo este conjunto en ese momento y no otro. Y son precisamente esas conexiones, las que hoy para la mayoría de las personas, forman la experiencia cultural típica. (2013. p.31)

Hobsbawm se pregunta “¿Por qué celebrar festivales en el siglo XXI?” (2013. p. 36) y encuentra su respuesta no solo en la globalización lograda por los festivales en todo el mundo, sino también en lo que representan para la industria del ocio y el turismo. Resulta esclarecedor este punto del enfoque del autor en su análisis económico y geográfico de los

festivales y nos acerca más a la comprensión de nuestro objeto de estudio. En la actualidad, los festivales no solo reflejan una gran circulación de dinero en lo que es el consumo de la experiencia cultural, sino también y sobre todo, una expansión geográfica de esta experiencia más allá de los límites de las grandes metrópolis. Hobsbawm (2013) infiere:

Los festivales prosperan sobre todo en las ciudades medianas y pequeñas, incluso en el campo. Porque las iniciativas culturales y mucho más los festivales, requieren cierto espíritu de comunidad, lo que no solo implica percibir intereses y sensaciones compartidos, sino también la expresión de uno mismo en forma colectiva y pública, algo que en las dimensiones sobrehumanas de las megápolis, solo puede darse en circunstancias muy especiales. (p.46)

Finalmente, el historiador británico (2013) concluye que sin lugar a dudas, siempre existirá un espacio para eventos y actividades presenciales en ubicaciones físicas. Será un lugar donde las personas podrán seguir imaginando y anhelando la convergencia de la comunidad, el arte, el espíritu propio del lugar (*genius loci*), el público y los artistas, y en el cual, por ahora, esa visión se materializa.

Por otra parte y en relación al fenómeno rockero, que se manifiesta en festivales, Pablo Vila (1985 en Ornela Boix, 2018) evoca una orientación teórica, que lo presenta como pro clasista y por jóvenes de diferentes fracciones de la clase media y sectores populares. Representados a su vez por diferentes estilos dentro del rock nacional, punk para la clase media, el rock pesado para la “gente de los suburbios” y clase media y baja con la corriente principal del rock nacional. Profundiza afirmando que los jóvenes utilizan esta música para confrontar la resistencia antidictatorial por medio de recitales masivos que funcionan como refugios frente a las restricciones de sociabilidad. Por eso el autor marca como hito de este movimiento al régimen militar. Ésta es una concepción del Rock Nacional como resistencia (Ornela Boix, 2018, p. 10).

Desde esta visión del rock como resistencia, interpretamos los conceptos de Pablo Alabarces (2007) para hablar de los recitales como un espacio en que “los sujetos o *cuerpos* se agregan a esta performance del artista y de los públicos que funcionan como significante clave en la articulación identitaria” (p.41). El autor continúa citando en su texto a Vila, quien

hace una consideración en cuanto al rock como movimiento juvenil y su centralidad como eje identitario (Alabarces, 2007, p.36).

Dicha articulación identitaria, no es algo exterior que el rock refleja, es como venimos diciendo, una identidad que se construye en ese contexto. En palabras de Alabarces (2007):

Esa identidad se construye también en la práctica del consumo y el goce, que no se trata de operaciones de reconocimiento de una identidad previamente construida sino de la misma construcción de esa identidad en la confluencia de todos los practicantes - músicos y público. (p.37)

Nicolás W. Lascano (2014) es quien versa que “el consumo de cierta música posibilita la elaboración de una narrativa identitaria” (p. 66). Resulta muy ejemplificador para nuestra investigación lo que Lascano (2014) advierte en relación a que “en el consumo de ciertos materiales musicales convergen prácticas, narrativas e identificaciones que habilitan un modo particular de ser mujer joven en los sectores populares: ser rollinga o stone” (p.60).

En relación al rock y la formación de identidades, Carlos Egia (1998) explica que como el rock es una expresión cultural que nace en contextos sociales concretos, está configurado por el entorno espacial y temporal en el que se desarrolla. De modo que se posiciona como un elemento significativo en las sociedades contemporáneas en la creación de señas de identidad, dada su capacidad para traspasar fronteras, especialmente en las juventudes. Señala también que:

El rock es expresión de formas de vida moldeadas por sistemas políticos, estructuras de clases, valores culturales o ideales estéticos. Supone que no todas sus expresiones tienen la misma significación en los distintos contextos sociales, tanto si se las contempla desde distintos marcos geográficos como si se hace desde distintos puntos temporales: cada género está asociado a un contexto, una función y significado específico. (p.127)

Adscripción identitaria

El rock emerge ligado a procesos de adscripciones identitarias juveniles en contextos particulares, como mencionamos en páginas anteriores. Respecto de esta noción, el aporte de

la autora Rossana Reguillo a la presente investigación es muy importante, por varias razones, y si bien está direccionado hacia el estudio de las identidades juveniles, nos sirve para los fines de nuestra indagación. En su libro *Emergencia de las Culturas Juveniles. Estrategias del desencanto* (2000), hace referencia al concepto de *invención del territorio* como el modo en que los jóvenes construyen y se apropian de nuevos espacios, dando lugar a una reorganización geopolítica del mundo, proporcionándoles diversos sentidos. Sobre esta idea de una juventud alejada de la apatía, es que la autora concluye que, los jóvenes están generando nuevos espacios de participación política, de enunciación y comunicación. Es por esta invención del territorio que, “los colectivos juveniles que existen en los ámbitos locales transforman el territorio en un signo cultural y político” (Reguillo, 2000, p.145).

Esta idea vertida por la investigadora mexicana (2000) nos lleva directamente a su conceptualización sociocultural de los jóvenes, (que insisto es aplicable a nuestro objeto de estudio) es decir, no definirlos desde una óptica netamente temporal o biológica, como la de la edad. Sino, más bien, la autora propone entender las culturas juveniles a partir del reconocimiento de su carácter dinámico y discontinuo.

Desde esa perspectiva, la investigadora señala que se ha constituido la categoría de “culturas juveniles” o “adscripción identitaria” para no perder al sujeto juvenil en sus múltiples papeles e interacciones sociales, Reguillo (2000). Para ahondar este concepto explica que:

Han ido cobrando fuerza los estudios que van de los ámbitos y las prácticas sociales a la configuración de grupalidades juveniles. El rock, el uso de la radio y la televisión, la violencia, la política, el uso de la tecnología, se convierten aquí en el referente para rastrear relaciones, usos, decodificaciones y recodificaciones de los significados sociales de los jóvenes (...) se constituyen en sujetos empíricos por la mediación de los instrumentos analíticos, se trata de modos de estar juntos a través de estas prácticas. (p.40-41)

El planteo de las culturas juveniles bajo esta perspectiva pone de manifiesto el carácter dinámico que le imprime no solo las interacciones y participaciones sociales en el contexto, sino la relación fundamental que tiene el consumo en esta cultura o adscripción

identitaria. Es por eso que la investigadora mexicana (2000) rescata los conceptos vertidos por Bourdieu (1988) y García Canclini (1991) y expresa:

La relación con los bienes culturales como lugar de la negociación-tensión con los significados sociales. El consumo cultural como forma de identificación-diferenciación social, que coloca al centro del debate la importancia que en términos de dinámica social tiene hoy día la consolidación de una cultura-mundo que repercute en los modos de vida, los patrones socioculturales, el aprendizaje y fundamentalmente en la interacción social.
(p.45)

La autora (2000) amplía el concepto, trayendo a Bourdieu (1994) quien ha indicado que las conexiones entre la edad biológica y la edad social son bastante complejas, y que tratar a los jóvenes como una unidad social, como un grupo definido con intereses comunes, y asociar esos intereses a una edad biológica específica, representa una manipulación clara.

Para concluir, Reguillo (2000) expresa que lo cultural desempeña hoy un rol central en todos los aspectos de la vida. Se ha convertido en un ámbito al que las otras esferas que conforman las identidades juveniles se han subordinado. Es en el terreno de los significados, bienes y productos culturales donde el joven se manifiesta como un actor social.

Toda la perspectiva sociocultural planteada enmarca lo que fue fundamental a lo largo de nuestra investigación y es el campo relacional de comunicación y cultura. Ya que para analizar las estrategias identitarias que se dan lugar en este festival, partimos del concepto de consumo cultural. Éste nos guió para pensar el modo en que se entrelazan dentro del Cosquín Rock diversas prácticas, géneros y estilos.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y

TRABAJO DE CAMPO

Aspectos Metodológicos

La metodología que se adoptó para esta investigación es cualitativa debido a que nos permite explorar, describir y conocer los aspectos fundamentales de nuestra investigación, desde la perspectiva de los sujetos que producen y experimentan los acontecimientos en cuestión. En palabras de María Eumelia Galeano Marín (2004):

La investigación cualitativa apunta a la comprensión de la realidad como resultado de un proceso histórico de construcción, a partir de la lógica de diversos actores sociales, con una mirada desde adentro y rescatando la singularidad y las particularidades propias de los procesos sociales. (p.20)

Este enfoque nos otorga una visión holística de la realidad a investigar, atravesada por la subjetividad de los sujetos que, por sus valores e historia, son quienes la viven y le dan sentido. Asimismo, es apropiada para valorar los contextos, las personas, los escenarios como un todo y no contraerlo a variables numéricas específicas. Galeano Marín (2004) explica que en la investigación cualitativa existe una incursión intersubjetiva en el contexto que se pretende investigar, para lograr el conocimiento de la realidad humana y comprender su especificidad y lógica interna. La autora agrega, “la relación que se establece entre el investigador y los participantes conlleva una responsabilidad ética, con especial sensibilidad frente a los efectos que la investigación llegue a causar en éstos” (p.21).

En cuanto a las técnicas de recopilación de datos, se utilizaron la observación participante en la edición 2022 del Festival, y la entrevista semiestructurada a un conjunto de sujetos que conforman una muestra intencional. Seleccionamos esta técnica porque creemos que hay aspectos del Cosquín Rock edición 2022 que no podemos visualizar si no es dentro del ámbito del festival .

La técnica de observación participante permite al investigador incorporarse en el campo de estudio como uno más, para detectar, estratégicamente y con sus conocimientos, todas las reacciones, interacciones y comportamientos que se dan dentro del mismo. Este método interactivo, si bien es necesario para la observación, debe ser limitado y distanciado conscientemente.

En palabras de la socióloga:

La observación participante es una estrategia para llegar profundamente a la comprensión y explicación de la realidad, con la cual el investigador participa en la situación que quiere observar, es decir, penetra en la experiencia de los otros, dentro de un grupo o institución, y pretende convertirse en uno más, analizando sus propias reacciones, intenciones y motivos con los demás. Debe intentar combinar la profunda implicación personal con un cierto distanciamiento (2004, p.8).

El grado de participación, al decir de Galeano Marín (2004), varía de un extremo a otro entre dos tipos polares ideales: observador y participante, difíciles de encontrar en los trabajos de campo; entre ambos extremos existen muchos puntos intermedios, en los cuales suele situarse una investigación. Como dos modos de definir estas variaciones, Buford Junker propone la tipología: *participante como observador* y *observador como participante*. La primera pone la participación por sobre la observación y en ésta, el observador oculta total o parcialmente su actividad en el trabajo de campo. En la segunda, revela a los individuos su rol como investigador y enfatiza la actividad de observación por sobre la de participación. Entre estas categorías hay un *continuum* participativo, de dinamismo y conexión (Galeano Marín, 2004).

En la observación, los procedimientos de registro que utilizamos son: notas de campo y fotografías. Se realizó un análisis de este material documental, desde las categorías, objetivos e interrogantes formulados en este plan.

En cuanto a la técnica de entrevista semiestructurada fue utilizada ya que es, según lo detallado por Galeano Marín, una de las técnicas de recolección de información más potentes en la investigación social cualitativa y la describe no como un simple cuestionario, sino como una herramienta flexible que permite profundizar en los sentidos y significados que los sujetos otorgan a sus experiencias (2004).

En coincidencia con lo antedicho y en términos de Ezequiel Ander - Egg, la entrevista no estructurada, bajo la modalidad focalizada:

El encuestador tiene una lista de cuestiones a investigar derivadas del problema general que quiere estudiar; en torno a ese problema se establece una lista de tópicos en los que se focaliza la entrevista, quedando ésta librada a la discreción del encuestador quien podrá sondear razones, motivos ayudar a

esclarecer determinado factor, sin sujetarse a una estructura formal. (...) Las personas entrevistadas se encuentran en una situación determinada, que es común a todos ellos, participado en una experiencia psicosocial o situación social no controlada pero observada (p.102)

La muestra de entrevistas que se realizaron para este trabajo, consta de 15 personas de diversos géneros, procedencias y pertenencias generacionales: siete mujeres y ocho varones entre 20 y 61 años. Las preguntas estuvieron orientadas a la experiencia de cada uno de ellos en relación con los consumos de bienes culturales, las ritualidades y otros tipos de consumos, dentro y fuera del festival. Esto nos permitió encontrar puntos en común y divergencias entre esos aspectos, e identificar diversas adscripciones identitarias en el evento. Se trata de un muestreo no aleatorio que en palabras de Ander-Egg (1976) “que no se basan sobre una teoría matemática-estadística, sino que dependen del juicio del investigador”. (p.80). Aquí se tomó una muestra intencionada, siguiendo los conceptos que nos plantean los autores que sustentan el marco teórico de esta investigación, para encontrar confluencias y divergencias en los testimonios de una muestra representativa de diversos géneros, procedencia y edades representados en la misma.

La edición 2022 de Cosquín Rock se desarrolló los días 12 y 13 de febrero, y fue significativa para nosotros, ya que marcó la vuelta a la presencialidad del festival luego de la pandemia. Por esto, y a los fines de garantizar la disponibilidad del material de análisis, realizamos registros audiovisuales y notas de campo. La permanencia durante el desarrollo del festival permitió el contacto con un conjunto de sujetos, de diversas características, a los cuales, en una segunda instancia, se les realizó entrevistas semiestructuradas para complementar metodológicamente el trabajo de tesis.

Como trabajo exploratorio previo, buscamos, seleccionamos y visualizamos material audiovisual consistente en documentales sobre el festival, fotos y videos de usuarios que participan asiduamente, de intercambios en espacios de comunidades vinculadas a este evento, y una búsqueda bibliográfica exhaustiva. Esto nos permitió conformar un background de información y conocimientos que amplió nuestro marco interpretativo.

Descripción de los datos

En este análisis y presentación de los datos recopilados y en coherencia con la metodología cualitativa, hemos consignado categorías específicas para organizarlos. De

modo que, se ha señalado en nuestra investigación la disposición y configuración del espacio dentro del festival, describiendo los diversos escenarios con sus dimensiones, ubicaciones y servicios disponibles en cada uno de ellos; destacando los usos y sentidos producidos. También hemos reconocido los distintos géneros musicales que se ofrecieron dentro del evento, haciendo una enumeración de la grilla de bandas y escenarios, para describir la disposición de horarios y la variable circulación del público, teniendo en cuenta la relación que este aspecto tendría en las diversas adscripciones en torno a la participación del público y lo generacional. Además, destacamos en nuestro análisis las ritualidades que se sucedieron dentro y fuera del predio, como los usos y consumos vinculados con el Festival. Identificamos y analizamos las pertenencias de grupos o identidades específicas y cómo estas se manifiestan o se hacen visibles a través de símbolos específicos.

Disposición y configuración del espacio: organización, usos y sentidos producidos

La puesta en escena. Disposición espacial general, sectorización y jerarquización del espacio orientada al consumo.

Consignar la organización y estructuración que se da del espacio físico, incluyendo cómo se distribuyen las áreas y se les asigna diversa importancia, tiene el propósito principal de detectar si esto influye en el comportamiento de consumo.

El espacio en donde se realiza el Festival, es el aeródromo de Santa María de Punilla, una pequeña localidad ubicada a 50 km hacia el noroeste de la ciudad de Córdoba, sobre la Ruta Nacional 38 y a 3 km al sur de la ciudad de Cosquín.

El predio en sus 18 hectáreas, ha sido considerado el más grande de Latinoamérica utilizado para un festival y ha albergado a más de 100.000 asistentes. El ingreso general se encuentra sobre la Ruta 38 y calle Cetrangolo, donde hay una estructura de hierro como un gran portal, con la imagen de una guitarra eléctrica en su parte más alta. Continúa cruzando el puente que pasa sobre el río Cosquín, seguido del primer control de seguridad y validación de entradas. Todo el recorrido hasta llegar al escaneo de tickets, es de 2 km aproximadamente por calle de tierra. Es en ese momento, en que el público debe ingresar por diversos carriles, de 15 a 20, divididos por vallas para el control policial, seguido de una estructura similar, para el chequeo de las entradas. Allí es donde se ingresa al festival en sí, ya que todo su perímetro se encuentra delimitado con estructuras de madera de más de 3 metros de altura. El predio se ubica en un entorno natural y rodeado de sierras. Cuenta con nueve escenarios,

siendo los principales denominados Norte y Sur, con una distancia aproximada entre ellos de 900 metros, mientras que el trayecto entre los demás escenarios es menor, entre 700 a 800 metros. También posee áreas de descanso y esparcimiento con zonas de sombra y actividades recreativas. Describiremos más en detalle la conformación y ubicación de cada uno de los espacios en el desarrollo de este apartado.

En el ingreso se encuentra el Mercado POP, que es un puesto de comida más elaborada que en los bares del resto del predio, con mesas para sentarse a comer. A la derecha el escenario “Casita del Blues” y hacia la izquierda el escenario “Boomerang”. En el camino hacia este último, se encuentran la boletería de colectivos, una sala de primeros auxilios, centro de información, guardarropas y puesto de hidratación, sanitarios y el bar de comida y bebidas. Luego otro Mercado POP y el *Escenario Paraguay*, pasando por las tarimas V.I.P. hasta llegar al escenario “Norte”. Por el otro extremo del *Escenario Norte* encontramos más sanitarios y otra barra de comidas y bebidas con más puestos de hidratación. Seguido a esta zona se encuentra el escenario *Acústico de Las Pelotas*. Enfrente están dispuestas carpas de venta de *merchandising* de Cosquín Rock y puntos de encuentro de empresas auspiciantes como Personal, Quilmes, BBVA. Luego se encuentra el escenario *Metal Club/Nueva Tinta* y más bares, baños y puestos de hidratación, *merchandising* y otro punto de encuentro de YPF. Luego se encuentra el *Escenario Córdoba* y finalmente el *Escenario SUR*.

Escenario Norte

Este escenario es donde la organización del evento presenta a las bandas más populares y convocantes.⁴ Es un plató de grandes dimensiones e infraestructura para el show: 150 metros cuadrados y 30 metros de boca aproximadamente, cuenta con torres de sonidos que lo rodean, una pantalla gigante en su fondo y dos pantallas gigantes a sus lados. Además tiene una pasarela perpendicular al escenario que se adentra en el espacio del campo, como suele disponerse en los recitales de gran escala. Esta pasarela finaliza en un mini escenario de forma circular, donde la mayoría de los integrantes de las diversas bandas suelen brindar su performance en mayor cercanía con el público.

⁴ Tales como *Ciro y Los Persas*, que ha llenado más de cinco estadios en su carrera solista, incluyendo estadios como el de Vélez, River, Ferro Carril Oeste (en dos fechas) y el Movistar Arena, además de agotar entradas en el Luna Park en múltiples ocasiones. O *Divididos* que ha colmado varios estadios a lo largo de su carrera, incluyendo 13 fechas en el estadio Obras

Escenario Sur

Queda al extremo opuesto del escenario anterior separado por 900 metros, aproximadamente. En este escenario, está prevista la presentación de bandas convocantes, aunque no tan masivas ⁵como las del escenario Norte. Posee características similares al anterior con las mismas dimensiones y el logo del festival reemplaza la pantalla de la parte de atrás. También posee dos pantallas gigantes a los costados y no tiene pasarela.

Escenario Metal Club (sábado)

Es el primer escenario que se encuentra al salir desde el Sur hacia el Norte. De dimensiones más pequeñas, que representan la mitad de superficie y boca en relación a los escenarios descritos anteriormente. Con menor cantidad de torres de sonidos y cuenta con pantalla que ocupa todo fondo del escenario. Ese espacio fue utilizado para presentar bandas del género Heavy o Metal ⁶el sábado de la edición analizada.

Escenario Nueva Tinta (domingo)

El día domingo 13/02/22 el mismo escenario descrito anteriormente fue utilizado para la actuación de las bandas alternativas y trap⁷.

Escenario Acústico Las Pelotas

Se trata de una carpa circense, con un escenario más pequeño dentro, que cuenta con una pequeña pantalla en el fondo en forma de ojo. Esto genera un ambiente más íntimo, propio del tipo de presentaciones acústicas, con una mayor cercanía de la banda con el público. Este espacio fue montado solo para que Las Pelotas toque los dos días que dura el festival: sábado 12 y domingo 13.

⁵ Como El Cuelgue con cuatro discos de estudio y cuatro Movistar Arena o Los Espíritus con 5 discos de estudio, una banda en ascenso con un recital en el microestadio Ferro como el más importante de la banda.

⁶ Género musical que se originó a finales de los años 60 y principios de los 70 en el Reino Unido y Estados Unidos, derivado del hard rock, blues rock y rock psicodélico. En Argentina tiene bandas como Horcas o Arde la Sangre.

⁷ Las bandas alternativas se caracterizan por su diversidad de estilos, que se alejan del *mainstream* y a menudo fusionan rock con otros géneros como el punk, el folk o el pop. El trap es un subgénero del rap con raíces en Atlanta, que se define por ritmos electrónicos, el uso frecuente de autotune y letras que tratan sobre drogas, sexo, dinero y la vida urbana

Escenario Paraguay

Camino al Sur, se encuentra este escenario con dimensiones similares al Metal Club y Tinta, con una superficie estimada de 75 metros cuadrados y boca de 15 metros aproximadamente. Posee torres de sonido en igual cantidad que los demás escenarios secundarios y con pantalla al fondo. Allí se presentaron bandas emergentes⁸ de música alternativa y la fiesta Bresh⁹.

Escenario Boomerang

Sigue este espacio de iguales dimensiones y características que el anterior, donde se presentaron más solistas de estilos folk-rock, indie¹⁰, entre otros.

Escenario Córdoba

De dimensiones similares a los escenarios descriptos anteriormente, pero con dos pantallas a los costados y torres de sonido como las detalladas hasta el momento, que corresponden a las destinadas a los escenarios secundarios como este. Aquí se presentaron bandas de rock, reggae¹¹, ganadores del Pre- Cosquín¹².

Casita del Blues

Este escenario lleva una década fijo en el Festival, es más íntimo, pequeño y está ambientado con temática *country*. El espacio fue una iniciativa del fundador de Cosquín Rock, José Palazzo. Sirve como un lugar dedicado a la música blues, funcionando como una *trinchera* para el género fuera de las tendencias más populares. Aquí el público puede ver los

⁸ Como Peces Raros, dúo argentino formado en 2014. La banda es conocida por su evolución, pasando de un sonido más rockero a una propuesta más electrónica y experimental, y por sus shows continuos y envolventes.

⁹ La Bresh es una fiesta de origen argentino que se ha convertido en un fenómeno mundial. Se trata de un DJ programando música en vivo y por lo general con bailarines en la tarima con vestuarios muy coloridos. Se caracteriza por ser un evento inclusivo, seguro y diverso, centrado en la emoción, la diversión sin prejuicios y la celebración de la libertad individual.

¹⁰ El folk-rock combina la instrumentación y estructura del rock con las melodías y el estilo narrativo del folk tradicional, surgido a mediados de los 60. El indie (derivado de independiente) es más una filosofía de producción que un género musical con un sonido específico, y puede manifestarse en muchos estilos, incluido el indie folk, que fusiona elementos de ambos con letras más personales e introspectivas. En Argentina, estilos representados con bandas como Hipnótica o Plastilina.

¹¹ El reggae es un género musical jamaicano de los años 60 que se caracteriza por su ritmo sincopado y lento, con énfasis en el contratiempo, y un fuerte papel del bajo. Sus letras a menudo transmiten mensajes de protesta, resistencia, amor y espiritualidad.

¹² Es un certamen selectivo para artistas solistas y bandas de rock a nivel nacional. El objetivo es darles una oportunidad de llegar al Festival Cosquín Rock. Es un camino federal y reconocido para nuevos valores del rock.

shows sentado en cubiertas de vehículos recicladas, que fueron dispuestas al frente del escenario y donde se presentaron bandas del género jazz y blues¹³.

Figura 1

Croquis del Predio de Cosquín Rock 2022



Nota. En esta imagen se puede observar la disposición y ubicación de los escenarios y áreas de descanso, sanitarios, puestos de hidratación, comida y merch de Cosquín Rock 2022. (Tomado de Rock Salta. Cosquin Rock Guía Caprichosa. Pese Eduardo. Febrero 2022. <https://rocksalta.com/cosquin-rock-2022-guia-caprichosa/>)

Como parte de nuestra observación, pudimos percibir que existe una disposición y configuración del espacio y sus usos, propuesta por el Festival, que da lugar a un diálogo entre diversas construcciones y adscripciones identitarias.

La disposición de los espacios está diferenciada de acuerdo con los diversos consumos, usos, gustos, preferencias y necesidades del público que participa, dentro del predio. Por ejemplo, como hemos consignado, hay nueve escenarios que se encuentran ubicados en los límites del predio, siendo los mismos los que separan el evento del exterior. Cada uno de ellos cuenta con sitios de venta de comida y bebida, como así también, sanitarios, puestos de hidratación y emergencias médicas. Esto hace que los asistentes puedan

¹³ El jazz se centra en la improvisación compleja y la interacción entre músicos, con raíces en la fusión de tradiciones africanas y europeas, con sus orígenes a finales del siglo XIX en la zona de Nueva Orleans. El blues es un género más enfocado en la expresión emocional y la narración de historias personales, con un ritmo a menudo más sencillo y repetitivo y una estructura lírica común. Género que data de principios del siglo XX, a partir de las canciones de trabajo (work songs) y los espirituales de los afroamericanos en el sur rural de Estados Unidos. En Argentina está representado en bandas como La Mississippi o solistas como Deborah Dixon.

comprar su comida o bebidas mientras disfrutan del recital que desean ver. Sin embargo, detectamos que existen algunas diferencias en relación al consumo por parte de los concurrentes. Ya que si bien el Festival ofrece los bienes de consumo para que los visitantes no requieran salir del predio, hay una apropiación por parte de los usuarios, que buscan alternativas de consumo por fuera del evento, de menor precio, que les ahorren tiempo, entre otras razones. Así lo afirma Leonardo de 35 años comenta, “Generalmente con mis amigos intentamos comer y beber lo que más podemos afuera, porque adentro está carísimo”.

Por otro lado afirma otro entrevistado:

Se entra y lo primero que hay que hacer en un Cosquin es comprar los tickets de la bebida y la comida. Ya tenes que entrar decidido a que quieres comer y tomar. Te explico porque sino después te demoras media hora o más para sacar un ticket y media hora o más para sacar la comida y en todo eso te perdiste una banda. Después sí, la remera, los copones, si hay algún llaverito tratas de conseguir (Gastón, 36 años).

Desde las estrategias de consumo planteadas por Garcia Canclini (1995), vemos en este testimonio una apropiación diferente en relación al bien, frente a la lógica mercantil del consumo. Significa que están eligiendo activamente cómo y dónde se apropian de la experiencia festivalera, priorizando el ritual y la comunidad por sobre el consumo comercial controlado. Ejemplifica una estrategia de consumo que busca apropiarse del Festival como un espacio de experiencia cultural y social, mientras resiste selectivamente la lógica mercantil del evento, lo cual se apoya en el marco conceptual de Garcia Canclini (1992) sobre la diferenciación de valores en el consumo.

Si bien pudimos observar esta organización en el predio, cuyo puntos de referencias eran los diferentes escenarios, advertimos que esta disposición facilita el consumo durante el evento; la distribución de los escenarios y la cantidad de shows simultáneos y de horas que dura el festival, fuerzan el consumo dentro del espacio, a pesar de que muchos asistentes planifican gastos controlados. Así lo expresa otro testimonio:

Dentro del festival estás obligado a consumir porque la realidad es que son tantas horas, y queda tan lejos desde la entrada (...) Tenes que caminar un montón entre escenario y escenario. Son tantas las horas que pasas que te empieza a agarrar sed, hambre. Nunca he comprado *merchandising* porque ya

Nota. En esta imagen se puede observar la organización de las bandas desde el horario de apertura a las 14.00 hs hasta las 02.15 hs del cierre del día sábado 12 de Febrero de 2022. Tomado de Pausa. Cosquín Rock 2022: grilla completa y dónde verlo en vivo. Febrero 2022. <https://www.pausa.com.ar/2022/02/cosquin-rock-2022-grilla-completa-y-donde-verlo-en-vivo/>

Figura 3

Grilla de bandas y horarios día 2: 13 de Febrero de 2022.

DÍA 2+13 FEB

HORARIOS

NORTE

LA MUÑA BOMBEZ	00:10
REDA BLANCA	22:40
DIABLODES	20:30
LA VELA FUERTE	19:00
ABRERG	17:45
CICLOMUTAS	16:45
NACIAL	16:00
LA CRANCHA MOXA	15:15
LAS ILAS DE PMF	14:30
COBAL	14:00

SUR

LOS ESPIRITUS	01:20
BANDIDOS CHINOS	00:30
MARIA DECORBA	22:35
MIRANDIC	22:30
BOOMBOX	21:30
JUAN INCAJALMO	20:40
FITO PÉZ	19:20
LOVE OF LYSBON	18:05
ACRU	17:25
NAUTA	16:45
NATALIE PÉREZ	16:00
1015	15:20
ANOLA	14:40
SOL ALAC	14:00

ESCENARIO LAS PELOTAS

SÁBADO Y DOMINGO 22:00

NUEVA TINTA

FRIS Y LOS TRAFEROS	00:30
DARCIEROS	23:45
DILUM	20:55
SARAMALACRA	20:15
GRICHO	19:25
AXEL FINE	19:00
LARASTE	18:20
ODD MANI	17:40
SIX SIX	17:00
THE COCKRATED	16:20
DUTY MOO	15:40

LA CASTITA DEL PAUSE

SCARCO	22:00
ROBERTA RODRIG & TOPÓ	21:00
DESSIAN BROWN & PATAN VIAL	21:00
LOS METASTOS	19:40
HALDRETT & LA COLOMBIA	19:55
IRLANDE WILLIAMS & EL CARLOMB	19:00
MARTINES TANGO & ROLL	17:20
VINI BOB	16:40
CORDELIA ANDRADA QUINTETO	16:00

BOOMERANG

BENJAMIN MALIKIN	23:00
ISLA DE CERBAS	22:20
CONNIE ISLA	20:50
CHARRA PRABAVICINI	19:50
DELFINA CAMPOS	17:00
CASTRERO	16:15
MOLINO	15:30
TERINGO KAHN	14:45
LEVI VOCOS	14:00

CORDOBA

LOS QUSTEYES	1:00
FON CIRCUS	00:50
DIVINA ARGENTINA	00:00
TREN AZUL	23:10
LA TRANELA	22:10
VITICUS	21:10
EL PLAN DE LA MAMPOSA	20:10
ACRÉSSE RECONDA	19:10
CUATRO AL HILO	18:20
MOT	17:30
VOSQUE	16:50
LA RUDA GALACTICA	16:10
MUSCADERO	15:30
NAVIGANTES	15:00
ZOMA SUR	14:30
RODA	14:00

PARAGUAY

FESTA KATANA	00:20
CHOCO TRIDILLO	22:50
SARA HIR	21:20
MURBIA QUEIRS	20:00
SABOR CAMILA	19:50
SOM. BITCHES	18:10
BOONAT	17:30

COSEQUIN ROCK

Nota. En esta imagen se puede observar la organización de las bandas desde el horario de apertura a las 14.00 hs hasta el último show a la 01.40 hs. del día domingo 13 de Febrero de 2022. Tomado de Pausa. Cosquín Rock 2022: grilla completa y dónde verlo en vivo. Febrero 2022. <https://www.pausa.com.ar/2022/02/cosquin-rock-2022-grilla-completa-y-donde-verlo-en-vivo/>

Esta edición tuvo la particularidad de que Las Pelotas, una de las bandas que tocó en todas las ediciones del Festival ininterrumpidamente, tuvo un escenario especial, una carpa armada exclusivamente para ellos, en la que tocaron los dos días que duró el festival. La relevancia en esta edición del Festival de Las Pelotas reside en el hecho de que representa la adscripción histórica al rock argentino, que forma parte de una adscripción identitaria desde los '70, ligada a la rebeldía y a la crítica social. Las Pelotas, como banda fundamental y de larga trayectoria del rock nacional, surgida de la disolución de Sumo¹⁴, encarna esta identidad histórica. Su presencia es esencial para el público que adscribe a la identidad rockera clásica y fundacional del festival. Este año se le otorgó un escenario acústico único y exclusivo, para que desplieguen su show en las dos fechas en que se desarrolló el evento. Esto es algo que nunca se dio con otros músicos en Cosquín Rock. El destaque de una banda histórica puede interpretarse en términos de adscripciones en torno a lo generacional, ya que un ambiente de estas características podría estar diseñado para un consumo cultural más íntimo o para generaciones de mayor edad que buscan una ritualidad diferente a la del pogo y a la distancia entre artistas y público que se da en los escenarios principales. Además, en relación a la disposición espacial, se utiliza esta puesta en escena para separar y a la vez convocar a distintas adscripciones identitarias, ofreciendo a los seguidores del rock nacional clásico un espacio de consumo específico y diferenciado.

En resumen, la banda Las Pelotas es relevante no sólo por quiénes son, portadores de la identidad del rock argentino, sino por dónde y cómo tocan, un escenario acústico, lo que le permite analizar el modo en que la organización del Festival negocia y segmenta las diversas adscripciones identitarias.

Otra dimensión relevante es la temporal. Nos preguntamos ¿cómo se organizan temporalmente los consumos culturales, en relación con los aspectos predeterminados por el festival, por un lado, y los usos y apropiaciones de los asistentes, por otro?. Y observamos que el flujo de gente fue aumentando a medida que pasaron las horas. Esto fue más cercano al atardecer y en relación a la grilla de bandas, es decir al momento en que las más populares o convocantes comenzaron a tocar. La mayor cantidad de asistentes acudieron a partir de las 18

¹⁴ Sumo fue una influyente banda de rock argentina de los años 80, liderada por el escocés-italiano Luca Prodan, que fusionó estilos como el post-punk y el reggae, con letras a menudo en inglés. A pesar de su corta carrera (1981-1987) y su origen "underground", se convirtió en un referente clave del rock nacional por su originalidad, y sus ex miembros formaron después bandas exitosas como Divididos y Las Pelotas.

a 19 hs aproximadamente. Sin embargo también existió público que habitó el predio desde la hora de apertura, como es el caso de Marcelo un docente de 61 años, que nos comenta:

Yo voy un solo día, no lo dos por una cuestión de aguante y entro apenas abren, a las 13,30 ya estoy. A mi me gusta ver las bandas que empiezan a tocar tempranito y que les costó un esfuerzo grande ir a un Cosquín Rock y me gusta estar ahí para apoyarlos, aplaudirlos, conocerlos.

En este testimonio podemos ver reflejado el concepto de adscripciones identitarias y ritualidades (Reguillo, 1991). La acción de asistir desde la apertura del predio para apoyar a las primeras bandas se constituye en una ritualidad personal y, a la vez, colectiva. El sujeto se inscribe en un clan o grupo de asistentes que valoran el esfuerzo, la historia y la esencia del festival, diferenciándose implícitamente de quienes solo asisten a ver las bandas principales. Esta práctica es un rito que lo califica y capacita socialmente, como un asistente comprometido. Se refleja también y según nuestra interpretación, una objetivación simbólica, que se traduce en el acto de apoyar y aplaudir, que es una práctica de consumo y participación, que vehiculiza la identidad del asistente. No se trata solo de ver, sino de ser parte activa de la escena, un elemento clave en la construcción de su adscripción identitaria festivalera. Garcia Canclini a través de sus aportes en relación al consumo cultural nos ayuda a detectar en testimonios como éstos, una diferenciación entre valores culturales y mercantiles. El valor cultural para este sujeto reside en el apoyo a la escena emergente o menos mediática, a la narrativa del esfuerzo y a la mística fundacional del rock. Esto contrasta con la idea de consumo como mera adquisición de bienes o disfrute del espectáculo de las bandas más populares, vistas como un valor mercantil.

El uso de los espacios, según nuestra observación y los comentarios de los entrevistados, estaba intrínsecamente ligado a la grilla de bandas que cada grupo o asistente había planificado ver.

Dado que el predio contaba con nueve escenarios y muchas bandas tocaban simultáneamente, o coincidían en sus horarios, se observó a asistentes desplazándose rápidamente de un escenario a otro. Aunque notamos que la mayor afluencia de personas se concentraba en los escenarios Norte o Sur, los cuales albergaban a las bandas de mayor trayectoria o más populares. Como comentó Gastón, 36 años, “al haber muchos escenarios, uno va al escenario en donde está la banda que le gusta en ese momento. Entonces lo vas armando cuando tenes la grilla. Voy viendo la banda que me gusta”.

A pesar de que la mayor concentración de público se daba frente a cada escenario, la estratégica disposición de los bares permitía a muchos asistentes disfrutar de los shows mientras esperaban su comida o bebida.

Por otra parte y en relación al consumo de los recitales propiamente dichos, los escenarios se encuentran bien distantes y diferenciados de manera tal que se produce una distribución de los asistentes de acuerdo a la banda que escogen escuchar. Allí pueden identificarse los diversos consumos y adscripciones identitarias. Cesar de 44 años nos dice:

Ahora el Aeródromo son como 10 cuadras y te queda la sensación de que perdiste cosas. Hay tantas cosas para hacer simultáneamente. Si alguien te dice que se aburrió es porque es muy rebuscado porque te ofrecen un montón de opciones después cada uno elige cómo lo va a disfrutar.

En cuanto a los géneros musicales y sus consumos, en el marco de la Edición 2022, pudimos observar que el Festival ofreció el acceso a otros géneros musicales más allá del rock nacional y sus múltiples derivaciones como el blues, el metal, entre otros.

El escenario Norte (que es el principal) presentó ambos días bandas de rock, pop, trap, indie y el último día cerró La Mona Gimenez. Por su parte el escenario Sur (es el segundo en importancia) tuvo mayoría de solistas del rock, pop e indie. Pero además, le dio lugar a algunos intérpretes de pop como Miranda y bandas de cumbia como La Delio Valdez.

Entre ambos escenarios mencionados, se desplegaron las restantes escenas. Por un lado, La Casita del Blues al que subieron durante ambas jornadas, cantantes y bandas de blues, jazz y rock experimental. Luego el escenario Boomerang donde brindaron su performance de forma predominante, artistas solistas, intérpretes y cantautores de indie, trap y música latinoamericana, como Paz Carrara o Connie Isla. Al pasar por el escenario Córdoba, observamos bandas de folk-rock, indie, rock y reggae como Nonpalidece. También hubo lugar para el Metal en el escenario Metal Club y Las Pelotas contaron con su propia carpa para brindar show los dos días que duró el festival. Por último, el escenario Paraguay fue el espacio para varios músicos solistas de rock, soul, jazz, trap, y el cierre incluyó una fiesta Bresh el primer día y una fiesta Katana¹⁵, el segundo día.

En base a la heterogeneidad de géneros y bandas descriptos en el párrafo anterior, entendemos que dentro del festival se genera una diversificación del consumo de bienes

¹⁵ Es una fiesta de música urbana que se celebra principalmente en Córdoba, Argentina, conocida por su repertorio de reggaetón, neoperreo, trap, funk carioca y dancehall. Se originó durante la pandemia de COVID-19 y se hizo popular en su versión online *Katana Corta Cuarentena*, expandiéndose luego a eventos presenciales.

culturales. Esta diversificación permite a los asistentes, aun formando parte de un grupo de pertenencia específico, elegir un género musical que los identifica con otros individuos fuera de su entorno inmediato. Esta identificación se genera a través del consumo cultural de ese género en particular, en un momento concreto dentro del evento. En línea con lo aportado por Reguillo, sobre las construcciones identitarias en el marco de los consumos culturales. La identidad posee una naturaleza simbólica y relacional, y en el festival, la música, o sea el bien cultural consumido, actúa como un fuerte referente simbólico que convalida una identidad compartida, la de fanático de ese género, o simplemente la de *festivalero*, que es más amplia que la del grupo de pertenencia inicial. Además es central en el análisis de este festival la heterogeneidad de géneros, ya que se incorporan el pop, el trap y fiestas Bresh, entre otros y este aspecto se relaciona con el concepto de comunidad atomizada que nos aporta García Canclini (1995). Así lo refiere uno de los entrevistados, “La edición que vino la Mona la gente decía oh cómo va a estar la Mona y la gente se mataba de la risa y lo pasó muy bien estaban todos los rockeros, con los heavies, con los cuarteteros” César, 44 años.

En este festival, como venimos planteando, se dan las condiciones para que gustos musicales muy diferentes puedan converger. Ya que detectamos, en ciertos testimonios distinción de identificaciones *rockeras*, como es el caso de Carla, docente de 39 años quien nos expresa, “si soy más rockera de la vieja época y no me siento muy identificada con la gente que va. Menos este último tiempo”. O el testimonio de Estefania, estudiante de 38 años quien se considera más rockera que muchos de los asistentes al festival y concluye:

Porque hay bandas que sigo hace muchos años y hay gente que dice: bueno como el festival es popular, voy a verlas. Pero conocen solo dos temas. A eso me refiero con caretas. Es como para decir que fui a Cosquín y sacar foto para Instagram.

Prácticas de comunicación y ritualidades

Producción de sentido en torno del adentro/afuera

Tanto de lo observado como de lo recabado en los diversos testimonios, advertimos que las ritualidades que se generan dentro y fuera del predio, forman parte fundamental de la experiencia de vivir el festival para los asistentes. Como nos comentó Leonardo de 35 años:

Hubo ediciones que eran 3 días y yo entraba uno, pero los otros días no lo pasaba mal por no entrar. La estaba pasando igual afuera, o sea yo voy a disfrutar el día, la gente, el ambiente, conocer de otros lados. Me gusta muchísimo el intercambio cultural, las tonadas de todos lados, de Misiones, Mendoza, Jujuy. Voy mucho por la gente, por el ámbito, por el lugar.

En testimonios como estos podemos percibir que la vivencia festivalera no comienza desde el ingreso al Aeródromo, sino mucho antes. Desde las calles aledañas, donde tocan otras bandas de rock o se escucha música muy fuerte desde parlantes que se colocan en los puestos de venta de comida o remeras. Se genera una ritualidad que traspasa los límites del festival en sí, se construye un sentido de pertenencia que subyace las diferencias con un otro que se identifica en un contexto de comunidad y consumos culturales enmarcados por la música y la vida en comunidad. Así lo expresa Leonardo, 35 años:

Nos juntamos para ir al festival. Este año ya alquilamos una casa en Santa María. Somos de La Falda, gente de Salta, Bs. As., Pehuajó, Alta Gracia. Porque el CR nos hizo conocer, primero armamos grupo de WhatsApp y fuimos a festivales juntos y este año vamos como más organizados. Al conocernos dijimos bueno alquilamos una casa. Ahora son ellos, pero hace 4 años fueron otros, hace dos años más otra gente y así.

Encontramos congruencias en la mayoría de los testimonios recopilados en cuanto a la relevancia de los rituales que se dan alrededor del Festival. Como lo describe el testimonio de Estefanía de 38 años:

Me encantan los rituales que pasan afuera del festival. Me hace acordar de que estás en un lugar que es rock. Lo que me incentiva a volver cada año es estar con mis amigos, compartir todo, el ritual de ir, estar con ellos, el pogo, el asado, las cervezas, todo.

Si partimos de la premisa que nos brinda Rosanna Reguillo (1991), donde la identidad posee una naturaleza simbólica y relacional que se inscribe siempre dentro de una dinámica cultural, la triple referencia situacional, del clan o grupo y simbólica de la identidad que la autora propone, nos sirve para describirla e identificarla, dentro del contexto del Festival. Así desde la noción situacional se constituirá una unión “entre el espacio y la representación que se hace el sujeto para sí mismo y para los demás sobre su identidad”(p.33). Se trata de esos espacios donde el actor admite la idea de quién es. Eso lo incorpora en un clan o grupo, mediante ritos o ceremonias que la misma sociedad crea para dotar de identidad a los actores. En palabras de la autora:

Califica y los capacita socialmente para determinadas acciones, una identidad que remite a un grupo como manera de autoindentificarse, subordina la identidad individual a una mayor: los ritos transfieren creencias de todo un grupo o de una institución a un individuo” (p.33).

A lo que Reguillo concluye, "es un referente simbólico entre el sujeto y el grupo que convalida su identidad". Finalmente, la objetivación simbólica, serían aquellas “formulaciones tangibles y materiales de la identidad, que se vehiculan en el propio cuerpo, en el lenguaje, en los gustos, en el estilo, en el consumo cultural ” (1991, p.33).

Hemos encontrado varios testimonios que dan cuenta de esta identificación con ese otro *festivalero* a través de este consumo ritualizado del Festival Cosquín Rock.

Como nos relata Gaston de 36 años:

Nuestro ritual era comer asado todos los días. Y te puedo llegar a decir que en el 2022 tengo el récord de comer asado. Fuimos como 10 días antes y nos quedamos a ver cuando se iban todos, claro estuvimos como 20 días. Para ver como es la ciudad sin el Cosquin y como se va a armando todo. Llegan los colectivos, empezas a ver la carpita en un lado, empezas a ver gente

desconocida caminando en los negocios. Este año veníamos de la pandemia así que dijimos bueno, todo lo que ahorramos este Cosquín hay que pasarla. Comimos 38 asados. Fue una cosa de locos.

En relatos como este, hemos encontrado varias coincidencias y entendemos que esta edición en particular tuvo una relevancia aparte por tratarse de la vuelta a la presencialidad para este tipo de eventos masivos post pandemia. Estos nuevos modos de estar juntos, retomando la idea de Martín Barbero (1993), al concebir un concepto de comunicación vinculado a la “experiencia de la sociabilidad, que contiene la praxis comunicativa y al cambio cultural que conecta las nuevas condiciones del saber, con las nuevas formas de sentir, de la sensibilidad y con los nuevos modos de juntarse, esto es, nuevas figuras de sociabilidad”. (p. 59)

Si convocamos la idea de Ornella Boix (2018) al entender que “ el rock nacional no es una entidad, un género, un campo, un movimiento, sino un proceso en el que intervienen muchos más elementos de los habitualmente reconocidos o dimensionados” (p.4). A partir de esta idea, podemos comprender que todo lo que rodea a la música dentro del Festival: vestimentas, consumos culturales, ritos, forman parte de esta identidad construida en el contexto del mismo. Como Ana Laura de 26 años, ella es estudiante de medicina en La Rioja y nos cuenta:

Fue como más allá de la música, la experiencia de ir un festival. De compartir, de hacerte amigo de cualquiera. Conocí gente de otras provincias super copadas. Y sobre todo el viaje, a mi me gusta viajar y conocer otros lugares y si es con amigos mejor.

En base a estos testimonios podemos comprender que las relaciones con estas prácticas sociales están atravesadas transversalmente por la comunicación.

Los participantes que concurren a este festival, repiten año tras año ritos que los identifican con la comunidad festivalera y así lo expresan en la mayoría de los testimonios. Estas ritualidades son parte de los consumos materiales y culturales que allí se dan. Así lo expresa Leonardo de 35 años:

El ritual de la carpa, el camping. Porque ahí es donde haces mas amistad. Vos llegas al camping, conoces al dueño de casa, colgas tu trapo, al lado del trapo

que dice Mendoza, al lado de otra gente. Te prestas la parrilla, el carbón. Me gusta mucho ese ritual del camping.

Este testimonio, coincidente con otros, revela el concepto de sociabilidad visto desde la perspectiva de Martín Barbero (1993), es decir, conecta las nuevas formas de sentir y la sensibilidad, con los nuevos modos de juntarse, o sea, nuevas figuras de sociabilidad. Varios entrevistados han expresado que el camping es parte integral de la experiencia vivencial única del festival. Esto lo interpretamos como una adscripción a cierta identidad colectiva, un folklore que se expresa como una estrategia identitaria. Si seguimos guiando nuestro análisis desde una concepción relacional de la comunicación y la cultura, podemos detectar en estas declaraciones, el modo en que la comunicación, como proceso sociocultural, sirve de vehículo entre ambos campos y proporciona el contexto ideal para la idea de comunidad. Una idea que vemos reflejada en reiteradas declaraciones y experiencias relatadas por nuestros entrevistados.

Interrelaciones entre consumos y consumos culturales en el Festival

En este apartado vamos a reconocer en una primera instancia, los consumos en general, que coexisten en el espacio de los consumos culturales, para poder analizar las interrelaciones entre ellos en este contexto. En base a la observación realizada al ingreso y egreso del festival, durante los dos días, pudimos encontrar que existen puestos de comida, bebidas y venta de remeras y artesanías desde tres cuadras previas al ingreso del predio. Observamos personas sentadas en las calles y veredas comiendo y bebiendo. Otras, comprando remeras, gorras o banderas de diferentes bandas en puestos callejeros. Detrás de estos puestos se observan gran cantidad de carpas que se ubican en campings al costado del río o en patios de familias que, durante esas fechas, los alquilan a visitantes y así generan un ingreso económico a propósito de este evento masivo. Se interpreta que se diversifican los destinatarios y se amplía el espacio de los consumos.

Sin embargo existe, en ese ser rockero una identificación relacionada a ciertos preconceptos que también se evidencian entre los entrevistados, como es el caso de Ana Fernández rosarina de 34 años quien expresa, “Me considero menos rockera, no es común verme vestida de remeras negras, no consumo drogas. Alcohol consumo pero a la tardecita/noche y si estamos en grupo o andamos en cole. Me gusta ser responsable y cuidarnos en grupo”.

Podemos reconocer por nuestra observación y entrevistas, la distinción de identidad de niveles socioeconómicos dentro del mismo entorno del Festival. Por ejemplo en los dichos de Javier, rugbier de 36 años, quien expresa:

Como no hay reggae está más limpio el lugar. No tengo nada en contra de ellos, pero los veias tirados en la calle, durmiendo. Estos años no están llevando reggae y no se ve esa gente. Iba mucha gente al VIP .Creo que te dan para comer y tomar. Siempre dijimos vamos al VIP, de tantos años que vamos tenemos que ir.

Nuestra observación también identificó en las prácticas concretas en el terreno, una distinción entre el consumo y el consumo cultural. Al comprar *merchandising*, el valor simbólico de un objeto que representa la identidad y la pertenencia al Festival es más importante que su valor de uso o de cambio. Para analizar el consumo cultural, diferenciamos entre los valores utilitarios y mercantiles y los valores culturales, siguiendo las ideas de Néstor García Canclini (2004).

En relación a la adquisición de la entrada para el ingreso al Festival encontramos diversos testimonios con una marcada diferenciación entre quienes asisten para el disfrute de la experiencia que implica concurrir a un festival y quienes tienen por objetivo solo el consumo de las bandas que desean escuchar. Por ejemplo Maria Virginia de 35 años, nos comenta que asiste al Festival todos los años con sus amigas de siempre y compran el abono para participar todos los días que dura el Festival sin saber quien va a tocar y expresa, “Me gusta porque es un recreo que tenemos con las chicas, es un recreo del año. La gente me gusta, el lugar, las bandas, toda la gente está contenta y divirtiéndose”. Sin embargo otro de nuestros entrevistados, Claudio de 57 años, al consultar sobre la compra de su entrada explica:

Busco en la grilla que día me interesa más. Está bueno el festival completo, pero a veces hay bandas que te interesan, otras no. De los dos días vemos que bandas son las que más nos gustan, hacemos como un ranking y bueno tal día hay 6 bandas que nos gustan, otro día hay 3 y bueno elegimos el que hay más. Vamos a ese día no vamos a todo el festival.

En este punto podemos vislumbrar de qué modo esta práctica sociocultural que implica asistir a un festival, se encuentra claramente diferenciada por los usos y sentidos que cada asistente le otorga a este bien cultural.

Adscripciones identitarias particulares y su visibilidad en lo simbólico

De nuestra observación participante pudimos visualizar varios rituales en torno a los diversos grupos de espectadores. Ya que por ejemplo, en el caso de los fanáticos más acérrimos a una banda se organizaban de manera tal que algunos del grupo se quedaban guardando el lugar adelante al lado de las vallas, mientras otros integrantes iban al baño o a comprar bebida o comida. De ese modo se aseguraban de no perder el lugar al lado del escenario de la banda que querían ver.

Otra dimensión de las ritualidades tiene que ver con lo que se daba alrededor de cada bandera. La mayoría de ellas con nombres de bandas que participaban del Festival y otras que no, pero que emulaban alguna época de bandas que sí tocaban, como por ejemplo banderas de Los Piojos. También se observaron la presencia de banderas de diversas provincias, que al momento de comenzar los shows se levantaban y se acercaban al escenario. Además mientras transcurría el espectáculo, cuando llegaba el momento de alguna canción popular de ciertas bandas, se comenzaba a mover la masa de gente dejando paso a fanáticos que venían corriendo desde atrás con el objetivo de llegar lo más cercano posible al escenario.

En los escenarios donde se presentaron bandas como Las Pelotas, Ciro y los Persas, Skay, Divididos, Eruca Sativa, etc., el público abría sus grupalidades específicas para unirse en lo que llamamos pogo. Este es un ritual muy propio de los shows de rock en nuestro país, donde se abre un gran círculo en medio del público en un momento de alguna canción y cuando comienza la melodía más popular, toda esa gente salta y se choca entre sí.

Ciertos rituales o souvenirs del evento otorgan simbólica y materialmente una forma de adscripción identitaria que los hace pertenecientes a ese momento que viven en el festival. Como es el caso de Carlos de 57 años quien nos comentó que su ritual es sacarse una foto en la entrada donde figura el año de cada edición y comparar las fotos año tras año, además de coleccionar los vasos que compra en el predio, como un recuerdo. Detectamos en expresiones como estas que ir al festival en sí mismo tiene un sentido, un reconocimiento y una identificación con el evento.

Esto lo observamos en otros testimonios como el de Virginia de 35 años:

Me gusta ver todo el circo o el ritual que hay cuando tocan esas bandas que llevan mucha gente y llevan muchas banderas. Don Osvaldo es una banda que lleva mucha bandera, Ciro también, antes con Los Piojos era. Eso me gusta ver, la gente que cada una está en la suya nadie te dice nada, están todos contentos.

Dentro de la diversidad de identidades que conviven en el festival pudimos detectar en nuestra observación del campo y en las entrevistas, congruencias, como así también, diferenciaciones. Si bien estas disparidades construyen ciertas fronteras identitarias muy identificables, en algunos puntos estas mismas diversidades se cruzan y/o entrelazan. Por ejemplo, en el show de la banda de cumbia “La Delio Valdez”, pudimos observar una pareja bailando cumbia con sus vestimentas características de rock y punk. Ellos ejercen a través del consumo cultural de la música de cumbia, una adscripción identitaria totalmente distinta a lo que ambos representaban identitariamente de acuerdo a su vestimenta y estilo rockero. O sea que, mediante esos usos y mediaciones en ese contexto particular, se propicia la adscripción a una identidad diferente, pero reconocible e incorporada en el contexto del disfrute de este Festival diverso en géneros y experiencias. Observamos además una flexibilidad en las adscripciones, que muestran el carácter más provisorio, lábil, de esas identidades. Existen nuevos modos de sociabilidad, diferentes modos de juntarse, que emergen de diversas experiencias de sociabilidad. Experiencias como éstas, nos llevaron a observar múltiples adscripciones identitarias en un mismo contexto y movidas allí por un objetivo común, mediante el consumo de música de diversos géneros.

Al retomar la idea de nuevas formas de sociabilidad, en donde el consumo diversificado de bienes culturales, genera esta idea de comunidad dentro de la comunidad festivalera, es que citamos el caso de Melina de 44 años, quien nos relata:

Hubo una época que iba con un amigo, era metalero él, que solo nos juntábamos una vez al año para ir al Cosquín, porque yo no tenía con quien ir y él no encontraba a nadie de su agrado que fuera. Entonces íbamos juntos, con sus amigos y él se iba al escenario del metal y yo me iba a ver rock. Después nos juntábamos por ahí. Era mi amigo de Cosquín.

En este testimonio vemos que si bien puede existir un sentido de pertenencia para acudir al festival, dentro del mismo se produce otra distinción que propicia que esos integrantes de un grupo interactúen con otros en un contexto único dado por la elección de ese escenario, y por tanto, de ese género musical en particular.

Géneros musicales: adscripciones en torno a la participación y lo generacional: congruencias/divergencias.

En lo que refiere a la participación en torno a lo generacional dentro del Festival, encontramos en la observación y en los testimonios recabados, algunos puntos a considerar para nuestra investigación. De acuerdo a ciertos entrevistados, existe una diferenciación en cuanto a la apreciación de la ritualidad en torno al pogo ligada más a la cuestión etaria. Por ejemplo Melina de 44 años nos comenta, “hoy ya voy desde otro lugar, con otra mirada, como mamá, cuidando al más chiquito, tengo otro de 8 años. Es diferente, desde lejos, no tan cerca del pogo y del escenario, porque estoy vieja”. En este sentido, Claudio de 57 años, nos comentaba:

Si vos me preguntas, si soy el pibe de pelo largo que está saltando de hace 35 años atrás, no. Pero tengo 57, no tengo ni pelo largo, ni ganas de saltar, pero la actitud sí. Ese espíritu juvenil y esa onda uno la mantiene. O sea aparte me gustan muchas bandas nuevas, así que digamos que indemne el paso del tiempo.

Otra dimensión que nos ayuda en nuestro análisis, es la experiencial. Los testimonios recolectados revelan en muchos casos que la asistencia al festival Cosquín Rock se ha transformado en una tradición o ritual anual que excede la cartelera musical. Para los entrevistados que sostienen esta idea, el verdadero valor de la experiencia radica en el ritual extendido de tomarse vacaciones, alquilar una casa con amigos o familia y participar en el folklore que se arma afuera del predio principal. La música pasa a ser una excusa secundaria, mientras que la esencia del evento reside en la convergencia social y cultural periférica, como conocer gente de todo el país y disfrutar de las bandas under que tocan en los alrededores.

Por otro lado, cuando se les consultó a los entrevistados en relación de la diversidad de géneros musicales dentro del festival, en su mayoría respondieron no estar en contra de esta pluralidad de estilos. En palabras de uno de los entrevistados, Marcelo de 61 años:

Para mi Cosquín Rock es una marca, es como si fuera McDonalds, Burger King o Mostaza. Dejó de ser el rock la base del festival, sino que la base del Festival es la música. El tema de evolucionar es que toquen distintas, que haya mucha diversidad y que vos puedas ir al escenario que vos quieras.

Sin embargo también existieron algunos testimonios que pusieron el acento más en los géneros musicales, que en la experiencia. Como es el caso de Agostina, 20 años, quien expresó disgustarle que existan otros estilos musicales dentro del Festival. Además expresó sentirse más *rockera* que otros asistentes, debido a que observó que otros iban por cualquier otro motivo que no eran las bandas de rock, como la fiesta Bresh o a ver otras bandas no rockeras.

Identificamos fronteras identitarias en ciertos testimonios que enfatizan la diferenciación y dentro del contexto de observación del festival eran detectables, como el testimonio de Octavio de 23 años quien expresa:

Yo no me considero 100% rockero aunque si lo que más me gusta es el rock. Pero si noto que hay bastante diferencia entre personas que no van a escuchar rock y personas que sí. Más que nada en como disfruta la música cada persona. Normalmente la gente que va a escuchar rock, suelen tener remeras viejas de Cosquines anteriores, con ropa más cómoda, un jogging capaz y zapatillas deportivas. Hay gente que cuando fui a ver a Trueno, Paco Amoroso y Catriel, era ropa más de trap, ropa oscura, como se visten los traperos normalmente. Y para Babasonicos, había unas chicas al lado mio que estaban muy molestas, como que se vestían muy bien, son personas que capaz van mucho mejor vestidas que por ejemplo, en el medio del pogo del Skay. No es el mismo público que van a ciertas bandas.

Gracias a nuestra observación en el campo y los relatos recabados, pudimos organizar los ejes de este capítulo, en torno a los pilares fundamentales de nuestros interrogantes. La metodología de análisis elegida, más el marco teórico seleccionado para guiarla, nos llevarán a las conclusiones y respuesta de los interrogantes planteados al inicio de esta investigación. Por lo que, a modo de cierre de este apartado, podemos adelantar ciertas consideraciones según las cuales: la diversidad en el consumo cultural es un rasgo distintivo del festival y la asistencia al mismo, como práctica sociocultural, varía según el uso y significado que cada persona le atribuye a su consumo. Finalmente el festival establece una organización espacial y patrones de uso que propician la formación de diversas identidades y la adhesión a ellas.

CONCLUSIONES

Este trabajo de tesis se propuso comprender de qué modo el Festival Cosquín Rock constituye un escenario de construcción de identidades, desde el marco de los consumos culturales, y analizar la forma en que los sujetos participantes adscriben a las identidades que conviven en este contexto. La investigación abordó el modo en que el festival se configura como un espacio pertinente para pensar las identidades, la comunicación, los vínculos de socialización y pertenencia, en el marco del consumo de bienes culturales.

La delimitación de la investigación se centró en la edición 2022 (12 y 13 de febrero) del Festival Cosquín Rock en Santa María de Punilla, Córdoba, Argentina. Siendo relevante esta edición porque constituyó el primer Festival, de la vuelta a la presencialidad, luego de las restricciones por la pandemia de COVID-19.

El trabajo de campo, enmarcado en una metodología cualitativa, se basó en dos pilares principales: la participación como observador en el lugar mediante registros audiovisuales y notas de campo durante el desarrollo del Festival, y la realización de entrevistas semiestructuradas a un conjunto de sujetos participantes de diversas características generacionales, de procedencia y de género. Guiada por estas decisiones metodológicas, me aboqué a, por un lado, identificar de qué modo la disposición espacial y las propuestas culturales del Festival posibilitan diversas construcciones y adscripciones identitarias, y por otro, distinguir los sentidos que adquieren las ritualidades y las mediaciones (vestuario, música, objetos) en la construcción de identidades y en la delimitación de fronteras identitarias.

En el Festival Cosquín Rock se hacen visibles diversas construcciones y adscripciones identitarias en el marco de los consumos culturales. Estas relaciones y/o articulaciones se comprenden a partir de ciertos ejes y categorías que se desprenden del análisis realizado, y que a continuación presentamos como las más significativas.

Como primer interrogante, nos planteamos de qué manera la disposición y configuración del espacio y sus usos, propuestos en el Festival, propicia diversas construcciones y adscripciones identitarias. Interpretamos que la evolución histórica y la disposición espacial del Cosquín Rock han sido elementos cruciales para moldear una identidad propia del evento, aspecto que fue sintetizado con claridad en la expresión de un entrevistado que menciona al Festival como *una marca*. En este espacio-tiempo del evento, pero también antes y después, se producen procesos de identificación vinculados con los

consumos culturales, como parte de adscripciones que se articulan con esa identidad festivalera.

El Festival puede considerarse como un ámbito en el que confluyen y se manifiestan múltiples procesos y prácticas de adscripción cuyo componente más visible es lo musical, pero que no se reduce ni agota en esta dimensión. El evento está organizado con nueve escenarios y con una multiplicidad de platós con géneros disímiles, lo cual plantea criterios en la administración del espacio en relación con una diversidad de géneros, que exceden al rock. La segmentación del espacio en torno a estos escenarios permite que los asistentes hagan visibles sus adscripciones identitarias en una dimensión musical particular, dentro del marco amplio del festival, y dialoguen entre sí, mediante la proximidad o las diversas formas de interacción en los espacios comunes del predio.

Esto dialoga significativamente con la perspectiva sociocultural de Rossana Reguillo desde la que hemos planteado nuestra investigación y la concepción de Jesús Martín Barbero (1987), que propone la necesidad de ir del concepto de comunicación al de cultura, para pensar los procesos comunicacionales desde las prácticas (sociales, culturales) y no solo desde los medios.

Por otra parte, en los testimonios recogidos, aparece el concepto de *festival federal*, que responde a lo que Eric Hobsbawn (2013) ya nos refería al decir que, los festivales, además de generar un importante movimiento económico a través del consumo cultural, extienden la experiencia cultural a zonas geográficas que están fuera de las grandes ciudades. En coincidencia con este autor, podemos inferir que este génesis en pequeñas urbes, es una de las características que le da al Cosquín Rock, ese espíritu de comunidad que tanto expresan nuestros entrevistados.

Sumado a esto, la instalación del Festival en el Aeródromo de Santa María de Punilla, permite triplicar las propuestas gastronómicas y artísticas, como muestras de arte, pintura y fotografía, stands de tatuajes y peluquería, puntos de encuentro, venta de merchandising, espacios de descanso y puestos de hidratación. Se constituye en un espacio de múltiples consumos, que motivan la economía local basada principalmente en el turismo, de manera articulada con los consumos culturales. La distribución de estas áreas en todo el perímetro del predio, está diseñada para facilitar y, en cierta medida, inducir al consumo dentro del evento, dadas las largas horas y distancias entre escenarios. Sin embargo, dentro de la dinámica del festival, a partir de nuestra observación y conversaciones con los asistentes, hemos podido arribar a la conclusión de que también se dan estrategias de consumo y resistencia, como contrapartida a la lógica mercantil descripta. Dado que el consumo interno, los precios altos y

la configuración espacial, motiva a una parte de los asistentes a gestionar sus gastos con cautela y a decidir consumir alimentos y bebidas fuera del recinto del festival. Es decir, se da una micro resistencia selectiva del público que prioriza el ritual y la comunidad, sobre el consumo comercial. Entonces podemos decir que, esta tensión intrínseca entre la lógica comercial del evento y las estrategias de los sujetos participantes, se resuelve en el ámbito de las prácticas culturales, siendo los asistentes un agente activo al adoptar tácticas que eluden el consumo programado en el marco del evento. En este sentido, con estas acciones logran desmarcarse de la lógica mercantil hegemónica del consumo. En línea con lo aportado por Michel De Certeau (2000 [1990]), como un *modo de hacer* de los débiles frente a la estrategia, ámbito por excelencia del poderoso, en nuestro caso a la lógica mercantil del organizador del evento. Que representaría en términos del autor, a un otro oponente que es el poder hegemónico capitalista que opera a través de sistemas y mecanismos dominantes institucionalizados y del mercado.

Entendemos entonces que en estas prácticas de consumo, se reconfiguran y resignifican los bienes culturales ofrecidos en este contexto. Esto se traduce en la afirmación y el reforzamiento de las adscripciones identitarias y de la comunidad atomizada (García Canclini. 1995).

La forma en que los asistentes se relacionan con el espacio, las mediaciones (vestuario, música, objetos) y las ritualidades, demuestra que el festival es un poderoso espacio de socialización y pertenencia.

En conclusión, la configuración del predio genera un doble efecto: valida la diversidad de identidades al ofrecer escenarios especializados para distintas tribus musicales y, simultáneamente, crea una tensión entre la lógica comercial del evento y las estrategias de consumo de los asistentes, lo que da lugar a una activa construcción de identidad a través de la resistencia y la apropiación del espacio.

En otra instancia de nuestro estudio nos hemos preguntado sobre cuáles son las propuestas que ofrece el Festival, en tanto escena de consumos, y cómo éstas conviven entre sí (confluencias/divergencias) en relación con el género del Rock.

El Festival Cosquín Rock ha evolucionado de ser un evento exclusivamente de rock nacional, a una escena de consumos culturales diversa, lo que genera una compleja convivencia de confluencias y divergencias con su género fundacional.

El principal punto de divergencia radica en la ampliación de la oferta cultural. Ya que el Festival dejó de centrarse solo en el rock argentino, para incorporar intérpretes y bandas de

diversos géneros y subgéneros. Esta inclusión extendió la audiencia y sus preferencias, diluyendo la hegemonía del rock como único referente identitario.

La mezcla de propuestas y géneros más allá del rock, crea un espacio divergente, aspecto que se alinea con la noción de Reguillo (2000) sobre la poderosa industria cultural que emerge en la posguerra para ofrecer bienes exclusivos para el consumo. Esta diversificación comercial y profesional marca una diferenciación que contrasta con el espíritu más *under* e insurrecto del rock nacional y lo convierte en un mercado expandido de bienes culturales.

Podemos interpretar que el público redefine el festival como un espacio de encuentro y ritual que excede la cartelera musical, se apropia del evento y utiliza el espacio y los consumos para construir lazos de comunidad y pertenencia, oponiéndose, negociando y/o resignificando la lógica de mercado. Esto sugiere que las identidades de los sujetos se construyen a partir de estrategias de consumo individuales, en lugar de una única identidad colectiva cohesionada por el género Rock.

En síntesis, las propuestas que ofrece el Festival Cosquín Rock se han diversificado enormemente, generando una coexistencia donde la identidad fundacional del rock (ligada a la rebeldía social en sus orígenes) se ve enriquecida, y a su vez desafiada, por la incorporación de nuevas estéticas y la profesionalización del evento como un gran polo de consumos culturales variados, diversos y articulados con otro tipo de consumos de índole mercantil.

En otro alcance de nuestra investigación, y desde la mirada de los sujetos participantes en el Festival Cosquín Rock, deducimos que las ritualidades poseen una relevancia fundamental en la construcción de sus identidades y son una de las principales dimensiones para expresar y consolidar un sentido de pertenencia compartido en la comunidad festivalera. La experiencia del festival trasciende el evento musical en sí y se configura como un proceso ritual más amplio que abarca el *adentro* y el *afuera* del predio.

Hemos logrado interpretar en base a nuestra investigación, que la experiencia comienza en las calles que rodean el recinto, incluso antes de ingresar a él, e incluye prácticas colectivas como reunirse con amigos, viajar juntos y compartir asados, entre otras. Estas prácticas son vistas como esenciales y tienen un espesor simbólico que va más allá de la simple logística y refuerza los vínculos de socialidad. Dentro del festival, se destacan rituales específicos como, la exhibición de banderas de bandas y de provincias, el pogo, la vestimenta, etc., que generan un valor-símbolo y un proceso de significación, clave en la construcción de la identidad festivalera o rockera. Es decir, se da una adscripción identitaria

por medio de los rituales que promueven la des-estigmatización y la adscripción a un nosotros. El consumo cultural, a través de estas prácticas rituales, funciona como un espacio de producción de sentido y de creación de comunidades (Sunkel, citando a Martín Barbero, 2002), conformadas por diversas grupalidades de género, edades, gustos musicales, entre otras. En este contexto, la identidad se forja en la práctica del consumo y el goce, más que en el reconocimiento de una identidad preexistente (Alabarces.2007; Lascano. 2014).

Si retomamos para esta parte de nuestro análisis lo investigado por Reguillo, podemos argumentar que la participación en el Festival, a través de estas ritualidades, se da en el marco de una poderosa industria cultural. La adscripción identitaria se presenta a través de la participación en estos rituales, donde el consumo de bienes culturales actúa como una mediación clave en las estrategias de identificación y diferenciación.

Nuestro análisis desde el campo relacional de comunicación y cultura (Martín Barbero.1987), nos lleva a pensar los procesos comunicacionales no desde los medios, sino desde las matrices de identidad y los conflictos que articulan la cultura. Las ritualidades son la forma en que los sujetos articulan esa matriz de identidad y pertenencia en el contexto del Festival.

Por otra parte, entendemos que si bien la identidad *festivalera* es un sentido compartido, los testimonios revelan que las ritualidades también operan como un espacio de diferenciación simbólica entre grupos y clases (García Canclini.1995). Las distinciones surgen en torno al tipo de consumo (caro vs. económico), la vestimenta o el estilo de disfrute (el pogo vs. disfrutar tranquilo), lo que evidencia una lucha por la autenticidad del gusto musical (*caretas* vs. *rockeros*).

En síntesis, las ritualidades son el corazón de la experiencia de Cosquín Rock, proporcionando un marco colectivo y simbólico a partir del cual los asistentes se definen, se comunican y se sienten parte de una comunidad, incluso mientras negocian y expresan sus diferencias individuales.

Finalmente, validos por nuestra observación y testimonios recabados, inferimos que la música y los diversos géneros que se dan en el Festival, configuran una de las principales mediaciones y usos que manifiestan identificaciones y diferenciaciones, construyendo las fronteras identitarias, dando respuesta a nuestro último interrogante. La organización programa las bandas por popularidad, pero la creación de espacios/horarios específicos para diversos géneros y bandas por trayectoria, actúa como una mediación fundamental. Esta segmentación espacial y musical convoca y aísla diferentes adscripciones identitarias.

El Festival crea una puesta en escena para el consumo en general y el consumo cultural. Mediante esta investigación logramos identificar que las mediaciones dentro de Cosquín Rock (vestuario, objetos que portan sus asistentes) funcionan como vehículos de la visibilidad de las adscripciones identitarias particulares, teniendo en cuenta los usos en el consumo. Sin embargo, pudimos detectar que a pesar de que la organización del espacio (ej. la distribución de escenarios y servicios) busca facilitar el consumo interno y la permanencia, la apropiación de sus asistentes, se da de forma diferenciada.

La vestimenta de los participantes de este evento también funciona como una mediación que identifica a ciertos grupos, y diferencia a otros. El vestuario y los objetos que portan los asistentes son parte de las estrategias que permiten una visibilidad en lo simbólico en torno a una adscripción identitaria en particular. Estos elementos actúan como usos estratégicos para manifestar de forma inmediata una identidad y un estilo. Actúan como lenguajes de identificación que permiten a los participantes manifestar su pertenencia a un subgrupo o a la cultura rock en general.

En síntesis, las mediaciones mencionadas son el lenguaje simbólico a través del cual los sujetos navegan y negocian estas fronteras, afirmando su identidad en relación con la música, las prácticas ritualizadas y al amplio abanico de consumos culturales que ofrece el Festival. No son solo vestuario o música, sino también las prácticas de consumo y congregación.

En cuanto al aspecto generacional, la adscripción a ciertos géneros musicales, funciona como un código de identificación en algunos casos. Mientras que las fronteras identitarias que se observan, se construyen a partir de las diferencias y tensiones generadas por la propia evolución y diversidad del festival. Puesto que a los géneros clásicos (rock, metal, blues) del Cosquín Rock, se han incorporado otros como: Indie, Pop y Trap, lo que ocasiona congruencias y también divergencias generacionales y de gusto, pero todas bajo el velo de este gran evento. Podríamos hablar de esta frontera musical y estilística, diciendo que la inclusión de géneros musicales no-rock y la amplitud de propuestas artísticas y comerciales, crean una frontera entre la identidad rockera tradicional (asociada a la *rebeldía*, la voz *insurrecta* y la crítica social de sus orígenes) y las nuevas adscripciones más amplias, que se identifican con la atmósfera festivalera en general y con otros consumos.

Identificamos otra frontera que podríamos llamar socioeconómica. Reguillo nos recuerda que la industria cultural oferta por primera vez bienes exclusivos para el consumo de los jóvenes, y que esto marca una diferenciación entre quienes tienen el poder adquisitivo para acceder a estos bienes culturales, y quienes no. En el contexto del Festival, esto se

traduce en una frontera de acceso al consumo (entradas, merchandising, gastronomía, stands de tatuajes/peluquería), donde la diversidad de la oferta, si bien es inclusiva de estilos, también puede ser segregadora en términos de capacidad de consumo.

En conclusión, la diversidad de consumos culturales permite que individuos con adscripciones identitarias distintas: rockeros, traperos, cuarteteros, converjan en el mismo espacio, generando lazos de pertenencia efímeros o momentáneos alrededor de un acto de consumo cultural compartido: escuchar una banda específica, aunque sean átomos diferentes en su núcleo identitario.

Con la finalidad de aportar nuevas interpretaciones desde el campo de la comunicación y la cultura, es que se realizó el presente escrito. Si bien hemos intentado responder diversos interrogantes que esta investigación nos planteó, podemos vislumbrar que, desde el campo de los estudios de consumos culturales, el concepto de adscripción identitaria y la comunicación comprendida desde la perspectiva sociocultural, aún se nos presentan nuevos interrogantes. Ya que podríamos preguntarnos, por ejemplo, ¿de qué manera la *resistencia selectiva* y la *apropiación de los bienes culturales* por parte de los sujetos participantes logran, a largo plazo, afectar o reconfigurar la lógica hegemónica del consumo y la estrategia mercantil del propio festival? . Y si estas micro resistencias y prácticas de apropiación terminan siendo reproducidas y/o absorbidas por estas lógicas. En relación al género fundacional de Cosquín Rock, ¿cómo se redefinen los límites del *ser rockero* en las nuevas generaciones de asistentes? También podemos interrogarnos sobre la medida en que la *frontera socioeconómica* identificada en el consumo interno del Festival, repercute en la percepción de los sujetos participantes que no tienen el mismo poder adquisitivo, y cómo se manifiesta esta tensión en las ritualidades observadas?. Pues serán temas o propuestas para nuevos espacios de indagación e interpelación en el futuro.

Referencias

Alabarces, Pablo. (2007). *10 Apuntes para una sociología de la música popular en la Argentina*. Trampas. La Plata.

Ander - Egg Ezequiel. (1976). *Introducción a las técnicas de instigación social*. Editorial Humanitas. Buenos Aires, Argentina.

Boix, Ornella. (2018). *Hubo un tiempo que fue hermoso. Una relectura de la relación entre “rock nacional”, mercado y política*. Universidad Nacional de La Plata. CONICET. Redalyc. La Plata. Disponible en: https://www.academia.edu/es/37871033/_Hubo_un_tiempo_que_fue_hermoso_una_relectura_de_la_relaci%C3%B3n_entre_rock_nacional_mercado_y_pol%C3%ADtica

Bravi Eduardo. 2020, 23 de septiembre. *50 años del Woodstock argentino que la dictadura prohibió... dos veces. Agente provocador. A wild thing magazine* <https://www.agenteprovocador.es/publicaciones/50-anos-del-woodstock-argentino-que-la-dictadura-prohibio-dos-veces>

Cárdenas, Tanius Karam. (2009). *Nuevas relaciones entre cultura y comunicación en la obra de Raymond Williams en Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Época II. Colima.

Cuché, Denys. (2002). *La noción de cultura en las Ciencias Sociales*. Nueva Visión. Buenos Aires.

De Certeau, Michel (2000 [1990]) *La Invención de lo Cotidiano I. El Arte de Hacer*. Editado por Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México.

Egia, Carlos. (1998). *Rock, Globalización e Identidad local*. Musiker. Donostia San Sebastián.

Fernandez Bitar Marcelo. 2020, 2 de febrero. *Cosquín Rock: 20 momentos de los 20 años del festival*. https://www.clarin.com/espectaculos/musica/cosquin-rock-20-anecdotas-20-anos-festival_0_g5MeXmWV.html?srsId=AfmBOoowc48EjZ5S31hww7QSjcJac-prx4RDIKffu2OAAcmvFGj6f0lo

Galeano Marín, M. (2004). *“Orientaciones teóricas y metodológicas” en Estrategias de Investigación Social cualitativa: el giro de la mirada*. La carreta Editores. Medellín Colombia.

García Canclini, Nestor. 1995. *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo S.A. de C.V. Calz. México, D.F.

----- (2004). *Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la Interculturalidad*. Gedisa Editorial. Barcelona.

Grillo, M., Papalini, V., & Benítez Larghi, S. (2016). *Uso, recepción, apropiación*. En M. Grillo, S. Benítez Larghi, & V. Papalini (Coords.), *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea*. CLACSO; CODESOC. Buenos Aires, Argentina.

Hobsbawm, Eric. (2013). *Un tiempo de rupturas. Sociedad y cultura en el siglo XX*. Crítica Barcelona. Barcelona.

Infobae. 2020, 16 de Junio. *Cosquín Rock en tiempos de pandemia: cuatro escenarios, encuentros por Zoom y hasta puestos de comida virtuales*. <https://www.infobae.com/teleshows/infoshows/2020/06/16/cosquin-rock-en-tiempos-de-pandemia-cuatro-escenarios-encuentros-por-zoom-y-hasta-puestos-de-comida-virtuales/>).

Laura Díaz-Bravo, Uri Torruco-García, Mildred Martínez-Hernández, Margarita VarelaRuiz. (2013).

Martín Barbero, Jesus Martin. (1984). *De la Comunicación a la Cultura. Perder el "objeto" para ganar el proceso. Signo Y Pensamiento*. 17-24. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5790>

----- (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones G.Gili. S.A. Barcelona.

----- (1993) *Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo*. Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO, Guadalajara, México.

----- (2004). *Medios y culturas en el espacio latinoamericano*. Extraído de: *Pensar Iberoamérica*, revista de cultura, N° 5. <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric05a01.htm#a>.

Mostaza Francisco. 2016. *Cosquín Rock XV. El Rockumental*. Feel Pixel y Frasko. Córdoba, Argentina. <https://www.youtube.com/watch?v=QIPwfK7RdUw&t=133s>

Navarro, Raul Fuentes. (1999). *La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI*. Revista Oficios Terrestres. Nro. 6. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

Pausa. Cosquín Rock 2022: grilla completa y dónde verlo en vivo. 2022, 12 de Febrero. <https://www.pausa.com.ar/2022/02/cosquin-rock-2022-grilla-completa-y-donde-verlo-en-vivo/>

Paz Nadia. 2015, 1 de abril. *El Rock Nació Mal*. Entrevista a Charly Garcia. <https://nadiapaz.wordpress.com/2015/04/01/el-rock-nacio-mal-entrevista-a-charly-garcia/>

Prat Carlos Iogna. 2020, 7 de noviembre. *A 50 años del primer B.A.ROCK: recuerdo de nuestro Woodstock* <https://tn.com.ar/musica/noticias/2020/11/07/a-50-anos-del-primer-ba-rock-recuerdo-de-nuestro-woodstock/>

Reguillo Cruz, Rossana. (1991). *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*. Itesa. Guadalajara, Jalisco, México.

----- (2000). *Emergencias Juveniles. Estrategias del desencanto*. Grupo Editorial Norma, Bs. As.

----- (2004). *Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso en Aula Abierta. Lecciones básicas*. Portal de Comunicación. Barcelona.

Sunkel, Guillermo. (1999). *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Convenio Andrés Bello. Cultura Libre. Tercer Mundo Editores. Bogotá, Colombia.

----- (2002). *Una mirada otra. La cultura desde el consumo*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires.

----- (2004). *El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina*. Contornos. Revista Signo y Pensamiento 45. Vol. XXIII. Pontificia Universidad Javeriana: Facultad de Comunicación y Lenguaje. Colombia.

Uranga, Washington. (2012). *"Perspectiva comunicacional" en Cuadernos de cátedra N° 2. Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social U.N.L.P.

Welschinger Lascano, Nicolas S. (2014). *Rolinga no, Stone. La música como tecnología del Yo en jóvenes mujeres de sectores populares en la Argentina*. U.A.M. Unidad Xochimilco. Div. Cs. Soc. y Humanidades. Dpto. de Educación y Comunicación. México.

ANEXO

ANEXO I - ENTREVISTAS

Transcripción de entrevistas con asistentes al Cosquín Rock

1) Nombre: MELINA BROCHERO

Procedencia: CÓRDOBA CAPITAL

Edad: 44 AÑOS

Ocupación: TRABAJA EN VENTA EN UN BAZAR

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival?

Melina: Desde toda la vida, el primero fui con mi hijo tenía 6 meses y ahora tiene 23. Saco la cuenta por la edad de mi hijo Antu. Recuerdo antes no se hacía donde se hace ahora, sino que al principio se hacía dos días en Plaza Próspero Molina, habían butacas de cemento. Las primeras eran dos o tres noches, hubo un año en que fueron cuatro noches seguidas. Era como tomarse vacaciones, éramos tan rockeros y nos gustaban tanto las bandas que no era tan fácil ir a verlas no venían tan seguido a Córdoba. Hace 23 años atrás por darte un ejemplo, Los Piojos tocaban una vez en Buenos Aires y otra vez a otro lado y vos viajabas o te quedabas sin verlos. O esperabas al Cosquín Rock donde los veías a todos juntos. Entonces yo qué hacía, me pedí vacaciones, mi pareja también y nos íbamos una semana, nos alquilamos una casa con amigos o con familia. Buscábamos que fuera la fecha del Cosquín Rock, no solo por las bandas sino por todo el folklore que se arma afuera, hay muchas bandas under tocando y conoces gente de todo el país. Fueron tan lindos los primeros años que pasé, después se me hizo como una tradición, había que ir sí o sí. Había bandas que no me gustaban, había años que eran horribles las bandas, pero había que ir. Seguimos yendo.

Entrevistadora: ¿Encontrás otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Melina: Ya nos juntamos con un amigo que venía todos los años del Sur, Cristian alias buen tipo, sabía venir todos los años al Cosquín Rock. Saber que te ibas a ver con afectos, que te ibas a encontrar en punto común. Lo que se armaba alrededor, guitarreadas. Hoy ya voy, este año fui con mi hermano, y hoy ya voy desde otro lugar, con otra mirada, como mamá, cuidando al más chiquito, tengo otro de 8 años. Es diferente, desde lejos, no tan cerca del pogo y del escenario, porque estoy vieja. Pero los primeros años era una locura y yo

quería ir a CR. Y me decían pero tomate vacaciones e andate a Mar del Plata, no las pedía para el CR porque era todo lindo. No solamente las bandas, sino todo lo que pasaba alrededor.

Entrevistadora: ¿Cómo haces con la compra de la entrada: comprás el abono antes de saber la grilla o cómo hacés?

Melina: No, los últimos años como se puso, más que no hay tantas bandas que a mí me gustan y hay muchos chicos nuevos, por ejemplo WOS que el único que me gusta. Me parece demasiado costoso, abonar los días, pasar una semana o a lo mejor instalarse el fin de semana con el gasto que eso conlleva, para las bandas en sí. No se justifica el gasto en mi caso, que me gusta mucho. Pero si engancho 3 o 4 bandas que sí me gustan, o un par de solistas, un día sí voy. Yo tengo que ir entendés. Hubo una año que no entré, pero yo tenía que ir. Me quedé afuera en las calles de los costados que hay tantas cosas para ver y para hacer, tenés un montón de cosas más. No solamente el Festival en sí. Hay una gente de acá de Córdoba que se llama Octubre Rockero, que todos los años piden un predio que creo que es como un centro vecinal y ellos llevan bandas de Córdoba y de otras provincias. Ahí se hace una movida todos los años, como si fueras a un pub, escuchar bandas y otro tipo de música hasta las 5 de la mañana. En el caso de que no quieras entrar, tenés esta opción inclusive es mucho más barato.

Entrevistadora: ¿Tienes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Melina: Si el asado, siempre hacemos un asadito. Adonde haya lugar, en un camping, en una casa, si nos prestan, si alquilamos parrilla. O sea es pasar el día no es ir a las 4 de la tarde. Es pasar el día comer y recién entrar. O quedarte hasta el otro día. Porque es un lindo viaje ir hasta allá. Todo el entorno, el río y la montaña, todo se presta para quedarse.

Entrevistadora: Entonces no entras al Festival desde el inicio a las 14 hs?

Melina: No, eso lo hice dos veces creo en todos estos años. Es muy agotador. Una vez lo hice por mi hermano porque quería ver a una banda que tocaba a las 3 de la tarde, le hice la pata y eran las 9 de la noche y no servía para nada, faltaba un montón para ver, estaba muy cansada. Caminas ahí adentro y no te das cuenta que vas de un lado al otro y la cantidad de km que hiciste, es enorme el lugar. La primera vez que lo hice fui con un chico cuando estaba en la Comuna de San Roque, entramos a ver una banda a las 4 de la tarde, tenía sueño, me

acosté en el pasto, me tiré al pasto, me dolía el cuerpo y eso que era joven. Son muchas horas, me parece que son demasiadas, pero al que le gusta entra temprano. Se nota igual que no todo el mundo entra temprano, la cantidad de público temprano no es lo mismo que a la noche.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockera que otros que van al festival?

Melina: No soy de ese pensamiento. Cuando iba las primeras veces y me llamaban mucho la atención las motos que llegaban a ver Pappo. Veía viejos rockeros, las barbas. Yo ahí tenía 21 años, a mí no me hubiera gustado que me dijeran, esta piba que sabe de rock no sabe nada. No soy muy empática, veo que hay mucha gente joven que no vivió lo que yo viví. Pero lejos de enojarme gusta me gusta contar, conozco gente que les cuento que vi los Redondos 10 veces en vivo viajando por todo el país, y me dicen *viste los redondos? contame*. Y yo les cuento con felicidad.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Melina: No, no me molesta para nada. Gente joven, de otros géneros. Sino te gusta no vas o te cambias o te vas a otro escenario. Me encanta eso del Festival más que nada porque confluyen todas las tribus.

Entrevistador: ¿Vas siempre acompañada?

Melina: Sí. Porque una vez fui sola y me encontré con gente e igual me aburri. Llegó un momento que no encontraba con quien hablar, iba, volvía, es como que me faltaba alguien. Entonces siempre he ido con una amiga, un novio, con mis hijos, siempre acompaña. Es mejor, es más divertido.

Entrevistadora: ¿Esos amigos con los que vas al festival, son los que frecuentas siempre o es un grupo aparte?

Melina: Hubo una época que iba que iba con un amigo, era metalero él, que solo nos juntábamos una vez al año para ir al Cosquín, porque yo no tenía con quien ir y él no encontraba a nadie de su agrado que fuera. Entonces íbamos juntos, con sus amigos y él se iba al escenario del metal y yo me iba a ver rock. Después nos juntábamos por ahí. Era mi amigo de Cosquín.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Melina: No me olvido más un año que la pase tan mal que no llevé abrigo, no lleve ropa para cambiarme. Porque era onda joven y te vas con unas zapatillitas. Había llevado una calcita. Porque iba una noche y volvía. Si me acuerdo del barro hasta las rodillas, la lluvia, de no parar y no tener donde meterse. La mayoría de la gente dice que es una cosa más, un condimento más del Cosquín, que llueva y a mi no, me agarró una gripe. Si tuviera que volver a vivir esa experiencia iría con dos pares de zapatillas, piloto, rompeviento. Ese día la pasé mal. Eso me quedo como experiencia.

Entrevistadora: ¿Tu banda preferida?

Melina: Durante muchos años fui muy ricotera, cuando se separaron Los Redondos, empecé a seguir La Renga, que está vigente por suerte. Viejas Locas que se separaron, me gustan mucho Los Piojos, pero su etapa solista no tanto. Ahora, me ha empezado a gustar, me obsesiono con la música, vengo en el colectivo con WOS. Me gusta WOS. El otro día viene mi hijo tiene 23 años y me dice mamá esa es música para pendejos y le dije ¿vos escuchaste las letras? Ese pibe las rompe. Algunos temas no pero la mayoría me gustan mucho. Yo trato de no quedarme en las “bandas de antes eran las mejores”, trato de adaptarme a los nuevos tiempos. Dentro del festival SKAY toca siempre y los veo, Las Pelotas, pero no los veo.

Entrevistadora: ¿La edición 2022 significó algo en particular? Teniendo en cuenta que volvíamos de un confinamiento por la pandemia de Covid 19

Melina: En general calculo que estábamos todos desesperados por ver bandas en vivo porque fue una de las ediciones que más vi gente (o fue mi percepción) Para mí estaba desbordado y mira que el lugar es gigante ! En lo personal lo viví con mucha ansiedad, alegría, me sentí adolescente de nuevo.

Entrevistadora: Dentro del festival consumes comida, bebida o merchandising?

Melina: Dentro del festival estás obligado a consumir porque la realidad es que son tantas horas, y queda tan lejos desde la entrada donde puedes comprar fuera, que los precios son tan accesibles, hasta el lugar de los escenarios. Son un montón de cuerdas. Caminas un montón. Controles, otro control y entras al festival. Tienes que caminar un montón entre

escenario y escenario. Son tantas las horas que pasas que te empieza a agarrar sed, hambre. Nunca he comprado merchandising porque ya de por sí comer y ver es carísimo. Todos los años que he ido es porque voy con un ahorro o sea un dinero extra. Igualmente me controlo prefiero gastarme toda esa guita cuando salis afuera, las cervezas, las latas te la regalan, los sanguches de milanesa, la comida en general es muy económica fuera comparada con los precios de adentro.

Entrevistadora: ¿Cuál es tu vestimenta para asistir al festival?

Melina: Yo siempre me visto de negro, porque soy rockera de cuna. Mi experiencia siempre hace que, como me han dado mucho CR de lluvia, de pasar frío y estar mojada, que siempre ande con una mochilita y una muda de ropa completa. Los últimos dos o tres años no llovio y nos toco mucho caclor, encima no tenes un puto árbol entonces al ultimo que fui, me fui con un shortcito y una remera del Indio. Pero llevaba en la mochila un buzo y una calza. Porque hace frío.

2) Nombre: CESAR

Procedencia: CÓRDOBA - VILLA GIARDINO

Edad: 44 AÑOS

Ocupación: ES LOCUTOR Y TRABAJA EN RADIO Y TELEVISIÓN

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival? ¿Vas siempre acompañado?

Cesar: Los primeros años fui como espectador y hace 9 años que voy como acreditado porque trabajo en una radio y en un canal de televisión y me tocó cubrirlo y también disfrutarlo. Estuve en conferencias de prensa y en cualquier espacio. Soy locutor y conduzco un noticiero en La Falda. Desde el 2000 que voy. Desde que era en la Plaza Prospero Molina estaba todo abierto antes. Se podía ver desde afuera. Era un tremendo lío. No tenía la estructura que hoy tiene, tenía el escenario principal y eso era todo. No había la estructura de gastronomía que hay ahora eso fue mutando de una manera increíble. En la Comuna de San Roque y ahí hubo un cambio grande porque se empezó a ver el espectáculo masivo porque era la ladera de una montaña, se montó un escenario abajo de la ladera. para mi en donde

mejor escuche música era la comuna de SR. Ahora el Aeródromo son como 10 cuadras y te queda la sensación de que perdiste cosas. Hay tantas cosas para hacer simultáneamente. Si alguien te dice que se aburrió es porque es muy rebuscado porque te ofrecen un montón de opciones después cada uno elige cómo lo va a disfrutar.

Entrevistadora: ¿Encontrás otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Cesar: El ambiente. Me gusta la música en general pero me gusta particularmente el rock. He visto muchos recitales, pero en este lo que me seduce es el clima, el ambiente, lo que pasa afuera. Córdoba tiene la particularidad por una cuestión geográfica que trae gente de todo el país te encuentras con gente de Salta, Jujuy, del Sur de Bs As, de todos lados. Se genera una cosa muy linda desde lo humano, del público que asiste y como lo disfruta. Hay mucha familia, es como una gran comunidad. Es más, si no puedes entrar mucha gente va a disfrutar del festival afuera, va a los camping a disfrutar del río, hay bandas tocando, hay puestos de comida. Es hermoso. Yo siempre les digo a los que vienen por primera vez que se tomen el tiempo para disfrutar el afuera porque lo de adentro es lindo, pero lo de afuera es imperdible.

Entrevistadora: ¿Cómo haces con la compra de la entrada: comprás el abono antes de saber la grilla o cómo hacés?

Cesar: Durante todo este tiempo he ido rotando, he ido solo, con amigos, ahora voy con mi señora, con mi niño, festejó su cumpleaños ahí. Tiene 6 pero fue con 3 vino al festival, pero también te da esa comodidad el hecho de ser el predio tan grande y vos podés disfrutar de la música sin tener que estar apretujado. Lo disfruto de todas maneras de diferentes edades. No es lo mismo a los 20 que ahora. En aquel momento era ir al pogo a saltar y estar lo más cerca del artista, uno disfrutaba de esa adrenalina, ahora lo disfruto desde otro lugar. Ver año tras año a mi me genera una cosa muy linda. porque uno crece viendo el festival y como creció el festival y en lo que se convirtió hoy que es un megaevento.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Cesar: Esa es la parte más polémica. A mi me pasa que antes escuchaba solamente rock, hoy por hoy un poco por mi trabajo y por elección, abrí un poco el espectro de la música. Hay otras cosas que escucho, hay cosas que son incompatibles con mi gusto, pero uno valora o reconoce cuando algo está bien. El festival hoy trae artistas de muy buen nivel,

cambio en el sentido del género exclusivo, pero eso para en el mundo de la música, no hay géneros puros hay mucha fusión y eso mismo se trasladó al festival. Entiendo a los rockeros de ley y veo otras cosas y le resulta raro que un festival que se llama Cosquin Rock hoy sea un festival más parecido al Lollapalooza. La edición que vino la Mona la gente decía oh cómo va a estar la Mona y la gente se mataba de la risa y los paso muy bien estaban todos los rockeros, con los heavies, con los cuarteteros. Palazzo fue muy inteligente a la hora de pensar lo que quería para el festival y de encontrar una respuesta a una complicación que se le generó a él de no poder traer bandas de afuera. Porque había nutrido el festival trayendo bandas internacionales, hoy cuesta traer artistas y le encontró la vuelta a sumar otros géneros, pensarlo desde la gastronomía que sea un lugar multifacético. Cuando vos pagas la entrada en lo que va en proporción con la cantidad de oferta que tiene el CR5 termina siendo barato. Mirá la grilla y terminas viendo el 20% porque surgen otras cosas en el momento, se pasa volando.

Entrevistadora: ¿Qué percibís en el festival, las personas fuera de tu grupo de pertenencia?

Cesar: Hay de todo, desde niños adolescentes, grandes, todas las clases sociales, diferentes culturas. Gente que lo ve como un show, me ha pasado ver personas grandes que vos las ves por como visto como habla, que no condice con el recital y decís qué hace acá? Y vos lo ves que están disfrutando porque es como ir al teatro, van a ver el show en sí. Después ves enfermos de bandas, que lloran, hay gente que va a ver solo una banda y después se va afuera. Es una pintura cada lugar que miras y es difícil de explicar hay que vivirlo es una experiencia única.

Entrevistadora: ¿Alguna Anécdota, Algo Que Te Paso En El Festival Que No Te Olvides Más?

Cesar: Muchas anécdotas lo que más recuerdo es el último recital Pappo por la circunstancia, porque enseguida falleció y a mi particularmente me marcó y es un figurón del rock. Ese recital que vale por todos.

Entrevistadora: ¿Tu Banda Preferida?

Cesar: La que veo siempre Las Pelotas. El LP y el CR tienen una hermandad. Pero he visto tantas cosas se te acumulan los recuerdos el último recital de PAPPO, verlo al Flaco Spinetta, el recital de Fito.

Entrevistadora: Significo algo en particular la edición 2022 teniendo en cuenta que veníamos de un confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

César: Sí sin lugar a dudas, teniendo la gente la oportunidad de disfrutar de un evento masivos sin los cuidados que había que tener anteriormente. Eso creo q tmb género que genera mucha gente fuera. Había una expectativa fuerte de la gente para ir, más allá del tema de la grilla que fue un poco la polémica que siempre se genera en que no hay tanto rock y por ahí vienen por otro lado y hay otros géneros. En líneas generales creo que la gente fue más que nada a buscar ese lugar de esparcimiento más allá de quien toca ese año. lo que se viene dando en el Cosquín hace unos años. La tónica es disfrutar del festival más allá de la cuestión de quien está en el escenario. Fue un cambio importante volver a disfrutar todo al aire libre.

Los artistas han hecho mención a eso, a poder volver a tocar frente a mucha gente y creo que ese fue el leitmotiv del evento. El slogan tenía que ver con la pluralidad, la inclusión, se trabajó mucho en ese sentido. Me parece desde las imágenes que se compartieron previamente hasta el propio festival en sí, marcó esta tendencia. El hecho de pensar en un festival más plural. Sumar gente de diferentes estratos sociales y de diferentes gustos musicales. Poder convivir en el predio. El predio fue más amplio, se agrandó y eso dio más comodidad a los que fueron.

Entrevistadora: Dentro del festival consumis comida, bebida o merchandising?

Cesar: Consumo bebida y si hay plata merchandising

Entrevistadora: ¿Cuál es tu vestimenta para asistir al festival?

Cesar: Lo más cómodo que se pueda: una remera, zapatillas, abrigo y (por si acaso, esta vez no lo use) el piloto de lluvias. La remera trato de que sea clara por el sol pero trato de que sea de rock.

3) Nombre: ESTEFANIA CARBAJAL

Procedencia: BUENOS AIRES

Edad: 38 AÑOS

Ocupación: ESTUDIANTE DE BIOQUÍMICA, EMPLEADA EN LABORATORIO

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival? ¿Vas siempre acompañado?

Estefania: Desde el 2013. Desde que está en el Aeródromo de Sta Ma Punilla. Siempre voy con amigos. Voy con amigos que solo me reúno para ir al festival, no son con los que estoy siempre.

Entrevistadora: ¿Encontrás otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Estefania: Voy a compartir con amigos. El fin de semana para estar afuera de BS AS despejar la mente, ver montañas, ríos. Es un todo.

Entrevistadora: Te Gusta En Lo Que Se Convirtió? ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Estefania: Me parece que hay más caretas. Otro ambiente, no es lo mismo que antes. Igual me parece bien este ambiente que el anterior porque ya estoy más grande. Me parece que está bueno este cambio. No me molesta que hayan otros géneros, a mí me parece copado, me gusta. Creo que así está bien, que siga el rock y que no se desvirtúe el tema del rock. Que no sea popó ni cumbia. Tipo Damas Gratis, no. Que sea rock.

Entrevistadora: ¿Tienes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Estefanía: Ver a mis amigos y comer asado. Eso es más que nada. Me encantan los rituales que pasan afuera del festival. Me hace acordar de que estás en un lugar que es rock. Lo que me incentiva a volver cada año es estar con mis amigos, compartir todo, el ritual de ir estar con mis amigos, el pogo, el asado, las cervezas, todo.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockera que otros que van al festival?

Estefania: Si, supongo que si. Porque hay bandas que sigo hace muchos años y hay gente que dicen bueno como el festival es popular, voy a verlas, pero conocen solo dos temas. Con eso me refiero a caretas. Es como para decir que fui a Cosquín y sacar foto en Instagram.

Entrevistadora: ¿Esos amigos con los que vas al festival, son los que frecuentas siempre o es un grupo aparte?

Estefania: Voy con amigos que solo me reuno para ir al festival, no son con los que estoy siempre.

Entrevistadora: ¿Alguna Anécdota, Algo Que Te Paso En El Festival Que No Te Olvides Más?

Estefania: Cuando nos intoxicamos con el agua. Tuve 3 días de fiebre y estuve descompuesta. No había agua y fuimos a tomar el agua que nos regalaban. Hacía demasiado calor y se quedaron sin cerveza.

Entrevistadora: ¿Tu Banda Preferida?

Estefania: Divididos, La Renga, Ciro, Skay, Don Osvaldo, Iorio.

Entrevistadora: Significo algo en particular la edición 2022 teniendo en cuenta que veníamos de un confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

4) Nombre: JAVIER QUINTANA

Procedencia: CORRAL DE BUSTOS-CÓRDOBA

Edad: 36 AÑOS

OCUPACIÓN: COMERCIANTE . jugador de rugby

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival? ¿Vas siempre acompañado?

Javier: Voy desde el 2012. menos en 2017 que estaba en muletas porque me lesioné jugando al rugby.

Entrevistadora: ¿Encontrás otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Javier: Aparte de la música, el ambiente. Ahora está cambiando mucho, antes era todo rock. Últimamente están cambiando los géneros y ya es otra música. Seguimos yendo a los escenarios que nos gustan.

Entrevistadora: ¿Qué percibís en el festival, las personas fuera de tu grupo de pertenencia?

Javier: Yo siempre llevo una remera y un buzo que me identifique con mi club. Ahora hay más familia porque está más tranqui. Porque como no hay reggae está más limpio el lugar. No tengo nada en contra de ellos, pero los ves tirados en la calle, durmiendo. Estos años no están llevando reggae y no se ve esa gente. Iba mucha gente al V.I.P. Creo que te dan para comer y tomar. Siempre dijimos vamos al VIP, de tantos años que vamos tenemos que ir.

Entrevistadora: ¿Tienes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Javier: Nosotros llevamos las bebidas de acá y si podemos llevar la carne, porque es más rica la carne de acá. Nos vamos el viernes al mediodía y nos acomodamos en el lugar, vamos haciendo la picada y el asado para el viernes a la noche, mucho fernet y mucha cerveza.

Entrevistadora: Entonces no entras al Festival desde el inicio a las 14 hs?

Javier: No, voy tarde cuando hay una banda que me interesa a mi o al grupo que está conmigo los acompaño. Los que van conmigo van mucho a ver la Vela Puerca y yo me voy para otro lado. Después nos juntamos o a veces nos quedamos haciendo la gamba.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockera que otros que van al festival?

Javier: No. Porque me quedo en algún lugar y veo que hay gente que va por primera vez. Se nota que muchos no conocen. Este año que compartieron casa con nosotros que son de otro pueblo cercano, fueron por primera vez, nosotros les vamos diciendo como es, lo que tienen que hacer por los pungas. Porque a mi me robaron una vez, otra vez a un amigo y tratamos de que sean nuevos les vamos diciendo que tengan cuidado. Yo agarre a uno y lo enganche y se los llevaron los de seguridad, le había agarrado el teléfono a un hombre que estaba con la familiar, te da bronca eso.

Entrevistadora: ¿Esos amigos con los que vas al festival, son los que frecuentas siempre o es un grupo aparte?

Javier: La primera vez fui solo y después invité a un chico que los domingos íbamos a la cancha y se corrió la bola y empezamos a ir. Las primeras veces íbamos en carpa y después en Punilla conocimos a un hombre que alquila cabañas y vamos todos los años. Los que me acompañan son del pueblo y de la cancha y nos juntamos para ir allá. Espero todo el año para ir a tomarme un fernet allá.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Javier: Me ha pasado de conocer chicas, con algunas seguimos por redes y algunas otras quedo ahí nomas. Una vez pase de largo, una vez que un amigo quería ir en carpa y a mí no me gustaba. Pero una vez estaba lloviendo, fue el año que se suspende por lluvia, como no tenía sueño y salí a recorrer porque no tenía fernet y compre dos botellas de fernet y me fui al camping otra vez, había un grupo que estaban al lado nuestro, chicas y un chico de Belleville y tengo contacto hasta hoy con algunos. Nos pusimos a tomar fernet de los que llevé yo hasta el otro día que se hizo el mediodía. Llovió toda la noche, yo ni me fui a dormir y renegamos para prender el fuego como dos horas. Muchos se tuvieron que ir porque tenían que laburar. Así que muchos nos regalaron la carne para hacer asado, las entradas las tenían que vender. Siempre la pasamos bien salvo las veces que nos robaron. Y otra vez le robaron a un amigo la billetera y las llaves del auto. Esa vez que le robaron a mi amigo las llaves nos quedamos hasta que se fueron todos. Y estaba amaneciendo no quedaba nadie, estábamos nosotros buscando la llave, yo encontré la billetera de él y la cantidad de cosas robadas que había.

Entrevistadora: ¿Tu banda preferida?

Javier: Siempre me meto al hangar, al heavy. Cuando iba a Ricardo, el heavy era. Seguía con Las Pelotas, Los Auténticos Decadentes, los clásicos.

Entrevistadora: ¿Qué te motiva a volver cada año?

Javier: Me gusta porque espero todo el año con los chicos que vamos de Corral de Bustos, no son de mi grupo de amigos, son del pueblo de la cancha y nos juntamos para ir. Yo espero todo el año para ir a tomarme un fernet allá, vas a ahí te olvidas de todo.

Entrevistadora: ¿Compras los abonos sin saber quienes van a tocar?

Javier: La grilla la veo antes de comprar y la compró al abono a los dos días. A lo mejor hay bandas que tocan dos días y las voy a ver dos días. La otra vez tocó Turf y en el otro escenario no había ninguna de las bandas que yo iba a ver y los acompañé.

Entrevistadora: Una vez dentro del festival consumís bebida, comida o merchandising?

Javier: Adentro del Festival consumo bastante. Merchandising también, aunque nunca hay talle compro igual.

Entrevistadora: ¿Qué vestimenta usas cuando asistís?

Javier: Bermudas de jean, musculosa o camisetas del club de mi pueblo y zapatillas cómodas trato de usar.

Entrevistadora: Significo algo en particular la edición 2022, teniendo en cuenta que veníamos de un confinamiento post covid 19?

Javier: En el 2022 fue lo más esperado. Todos los años ya casi no me tomo vacaciones esperando el Cosquín Rock.

5) NOMBRE: AGOSTINA SOSA

Edad: 20 AÑOS

Procedencia: SAN LUIS

Ocupación: ESTUDIANTE

Entrevistadora: ¿Cuántas veces fuiste al festival?

Agostina: Una vez

Entrevistadora: ¿En qué año?

Agostina: 2022

Entrevistadora: ¿Qué te motivó ir al festival?

Agostina: Creo que fue por mi papá y la mujer de mi papá. Siempre todos los años que iban era una emoción y eso me daba muchas ganas de ir.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus bandas preferidas?

Agostina: Ciro y Los Persas, Skay, Las Pelotas.

Entrevistadora: ¿Disfrutaste de algún ritual que se hizo alrededor del festival, además de ingresar al mismo?

Agostina: Sí la previa. Escuchábamos música, tomábamos algo.

Entrevistadora: ¿Te consideras más rockera que otras personas que veías en el Festival?

Agostina: Sí. Porque había gente que no iba por las bandas sino más por otras cosas. Como La Bresh o a ver otra clase de bandas.

Entrevistadora: ¿En qué te dabas cuenta que eran diferentes?

Agostina: En la vestimenta. Se vestían con vestidos, con bucaneras.

Entrevistadora: ¿Qué vestimenta usaste?

Agostina: Me puse unos pantalones con cuadrados, una remera de Cosquín y un buzo de los Red Hot.

Entrevistadora: ¿Consumos hiciste adentro?

Agostina: Me compre una remera del festival. Pero no compré comida.

Entrevistadora: ¿Fuiste los dos días?

Agostina: No fui un solo día.

Entrevistadora: ¿Desde las 14 que es la hora de apertura?

Agostina: No más tarde.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros que no sean de rock en el Festival?

Agostina: Sí un poco si. Debería ser solo de rock.

Entrevistadora: ¿Viste variedad de edades adentro?

Agostina: Eran muy variadas las edades. Vi muchas familias y muchos niños pequeños con sus familias.

Entrevistadora: ¿Fuiste acompañada?

Agostina: Sí fui con mi papá, los amigos de mi papá, la mujer de mi papá.

Entrevistadora: ¿Si volvieras a ir, irías con las mismas personas o con amigos?

Agostina: Lo haría igual, pero también me gustaría ir con amigos.

Entrevistadora: Alguna anécdota que quieras comentar

Agostina: Nada en particular.

Entrevistadora: ¿Significó algo ir después de haber estado confinado por Pandemia?

Agostina: Si para mi fue algo muy emocionante la verdad. Porque también era algo que yo esperaba hace muchos años. Fue algo muy significativo y también ir con mi familia.

6) Nombre: ANA LAURA DIAZ

Procedencia: LA RIOJA

Años: 26 AÑOS

Ocupación: ESTUDIANTE DE MEDICINA.

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistir al festival?

Ana Laura: La edición del 2022 fue mi primera vez. El 2023 no fui

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañada?

Ana Laura: Fuimos una amiga, el novio y allá nos encontramos con una compañera de laburo del novio, así que fuimos 4 en total.

Entrevistadora: ¿Esos amigos con los que vas al festival, son los que frecuentas siempre o es un grupo aparte?

Ana Laura: La chica que fue con el novio es mi amiga, somos compañeras de la facultad y como nos gusta todo ese palo del rock, de festivales, siempre habíamos dicho coordinar de hacer algo y se dio en el 2022. Ella ya había ido en otras ediciones con el novio y yo no quería ir con alguien que fuera su primera vez porque yo quería tener un conocimiento previo de toda la movida. Como ella ya había asistido entonces organizamos con ella. Estaba buscando a alguien que ya se había ido.

Entrevistadora: ¿Encontras otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Ana Laura: Era la experiencia, más allá de la música. El año pasado fue como un despertar a nivel personal, creo que no me daba la ocasión de disfrutar y conocer otra gente. Y yo lo que es Córdoba capital siempre voy porque tengo familia ahí, pero todo lo que es Punilla, Bialeto Masse, nunca había conocido, me pareció hermoso. A mí me gustan los pueblitos chiquitos como para estar, es más nosotros paramos en Bialeto Masse. Fue como más allá de la música, la experiencia de ir un festival. De compartir, de hacerte amigo de cualquier, conocí gente de otras provincias super copadas. Y sobretodo el viaje, a mí me gusta viajar y conocer otros lugares y si es con amigos mejor.

Entrevistadora: ¿Cómo haces con la compra de la entrada: comprás el abono antes de saber la grilla o cómo hacés?

Ana Laura: Fuimos dos días y el abono lo compré después de saber la grilla. Igual era un asunto de tener la plata, porque yo con grilla o sin grilla, iba a ir igual.

Entrevistadora: ¿Entrás festival desde las 14 hs?

Ana Laura: El sábado fuimos como a las 6 de la tarde porque había mucha gente, mucho tráfico, hasta que llegamos al departamento, fue todo como un caos. Y el domingo entramos a las 4 ya estábamos más descansados, dentro de todo organizamos muy bien el viaje. Habíamos comprado los pasajes de trenes de Bialeto Masse a Punilla, así el domingo fue todo más organizado.

Entrevistadora: ¿Tenes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Ana Laura: Fue bastante tranquila. Salimos de acá el viernes, una noche que partió lloviendo pero un aguacero. Llegamos a capital en la casa de un amigo, desayunamos, nos despejamos un poco. Y de ahí rajamos a la terminal para Biale Masse que se hizo eterno, por el tráfico y llegamos al dpto. descansamos un poco. En ese momento era la pareja y yo y la otra chica llegaba después y la tuvimos que esperar. Estuvimos comiendo ahí super tranqui, no fue una movida de alcohol, la mamá de la chica nos llevó hasta un punto en Punilla y tuvimos que caminar un montón. Volvimos a las 3 de la mañana, nos fuimos a dormir y a las 8 ya estaba despierta. Dimos una vuelta y a las 3 nos fuimos a comer en la calle paralela al festival, donde esta toda la feria los lugares para comprar, nos sentamos, comimos y ahí entramos. Pero fue muy tranqui. Amigos son tranqui.

Entrevistadora: ¿De la calle paralela al festival hubo algo que te llamó la atención o que te gustara?

Ana Laura: Me gustó el ambiente y yo veía como que era una buena onda general. Entre los feriantes, sobre todo la solidaridad también en las personas que ponen la casa para pasar al baño, cargar el teléfono. Es como que eso sentí en esa callecita. Íbamos caminando, sacándonos fotos. Vimos que hay una buena onda, una predisposición a ayudar a coparse. Entre los feriantes no vi ningún altercado, ninguna pelea. Eso me gustaba mucho, era un ambiente alegre, de que hay un festival, hay que pasarla bien, todos contentos, todos felices. Eso es lo que yo noté, me super encantó. Estuve toda la estadía del festival y nunca vi una pelea, ni en el festival, ni afuera.

Entrevistadora: ¿Cómo fue para vos una vez que entraron al festival, consumieron comida, bebida o merchandising adentro?

Ana Laura: Sí, nosotros el sábado entramos medio tarde, pero compramos afuera del festival y también compramos adentro. Remeras, yo compré libretas, amigos compraron remeras, gorras, todo. Y también consumimos cerveza y a la noche fuimos a un carrito y pedimos papas con cheddar. Algo tranqui por la cantidad de gente que había y los baños eran pocos y entonces decidimos comer y tomar poco. Pero sí consumimos dentro del festival.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus bandas preferidas?

Ana Laura: Guasones, Las Pastillas, La Vela Puerca, Divididos, Ratones Paranoicos y Las Pelotas. Babasónicos, también. Pude ver a la mayoría, vi a Julieta Benegas, fue un sueño

cumplido. La vi un ratito porque después nos fuimos porque tocaba Babasónicos. Pude ver la mayoría de las bandas que a mí me gustaban.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fueron diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Ana Laura: Sí , para mí fue algo nuevo, una experiencia nueva para mí. Pero sentí como que nunca hubo pandemia antes de eso. Yo pensé que iban a estar gededes con el tema del barbijo y demás. Pero pareció que no hubo pandemia, la gente se movía como quería. Fue como que no. Yo al principio estaba como que me iban a hinchar. Pero nada que ver. En enero fue la llegada de la variante Omicron y el epicentro de todo fue Córdoba y ahí se desmadró todo y empezó enero con altísimos casos. Yo creo que me contagié cuando fui. Porque cuando volví y me quedé en lo de una amiga haciendo una mini cuarentena por si me aparecían algunos síntomas. Lo único que tuve fue diarrea y la Omicron te producía síntomas gastrointestinales. No lo vi diferente, como si no hubiera pasado nada. No me molestó la multitud para nada.

Entrevistadora: ¿Cuándo entraste y observabas a las personas? ¿Notabas distinción entre los que son más rockeros y los que no?

Ana Laura: No, la verdad que no me fijé. Al menos yo no me daba cuenta si había uno más rockero que el otro. Obviamente, había gente que por ahí en su forma de vestir te dabas cuenta del nivel económico. Uno se da cuenta. Por la vestimenta. Como decía mi amiga, que es de San Juan y ella es muy rollinga, pero rollinga, rollinga. Entonces ella me decía “éstas son unas mili pili”. Porque se notaba tanto la diferencia entre ella y las chicas. Hay algunas, que sí ahí me daba cuenta porque yo no me fijaba en eso, pero ella me lo hacía notar.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Ana Laura: No, al contrario. Yo tengo una amiga que también es más grande que yo, yo tengo 26 y ella tiene 37 y por ejemplo a ella si molestaba y ella dejó de ir al festival. Porque dice que no le parece que sea un festival con muchos géneros de música porque pierde la esencia del rock. Pero para mí no me molesta, es más hasta me gustó, porque descubrí bandas. Yo escucho de todo, pero darle la oportunidad a artistas nacionales, locales, de poder estar en un festival de la talla, porque si vos me decis Cosquín Rock, ES COSQUIN ROCK, son festivales importantes. Darles el lugar para que sean reconocidos, a mí me parece

genial, no me molesta. Yo no sabía lo que era una canción de WOS y yo entré el sábado justo cuando entraba WOS a tocar y me quedé maravillada, del público, de las canciones y desde ese momento todos los días escucho Wos. Inclusive había una banda que yo la sigo desde el 2016, es una banda de España y tocó en Cosquín el domingo. Nadie la conocía, yo era una de las locas que gritaba todas las canciones. Es como que la gente miraba porque no entendían el rock español y yo estaba extasiada, porque es mi banda favorita lejos. Se llama Love Of Lesbian. Haberlos visto en Cosquín fue un montón. Antes de que toque esta banda estuvo Acru y la verdad que a mí me gustó un montón, a mí no me molesta que otros géneros estén en el Festival.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Ana Laura: (Se ríe mucho) El sábado hacía mucho calor, nos habíamos comprado esos chalequitos para la lluvia y había pronóstico de lluvia y la verdad que no. El sábado fui con un short y un buzo y claro a la siesta un calorón y a la tarde también y nunca me di cuenta que la temperatura en Punilla es un hielo a la noche y me congelé mal. Y el domingo decidí ir con short y llevé en la mochila un pantalón. Nosotros pensamos que había un espacio tipo cambiador, para poder cambiarnos y no había. Entonces terminamos de comer, estábamos sentados y le digo a mi amiga que hacemos porque me estoy cagando de frío. Así que nos cambiamos en pleno predio cerca de donde están los carros de las cervezas. Así que pusimos unas bolsitas y nos empezamos a sacar la ropa y la gente pasaba. Así nos cambiamos en pleno festival en medio de todo. Nos bajamos el short y nos pusimos el pantalón, no sé cómo hicimos. Fue muy gracioso porque éramos las 3 y el novio de mi amiga se tenía que dar vuelta. Es como que nos desnudamos ahí.

Entrevistadora: Dentro del festival consumis comida, bebida o merchandising?

Ana Laura: Consumí cerveza, comida y también compré remeras (fuera del festival) y adentro compré libretas.

Entrevistadora: ¿Cuál es tu vestimenta para asistir al festival?

Ana Laura: Los dos días fui de remera y de short. Ya el segundo día llevé una mochila con un jean para la noche y ambos días un buzo. Fui lo más cómoda posible

7) NOMBRE COMPLETO Carla Anahi Hermida (gringa)

EDAD 39

LUGAR DE PROCEDENCIA BS AS. LANÚS

ACTIVIDAD LABORAL Docente secundaria Literatura

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival?

Carla: La primera vez fue 2015

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañado?

Carla: La última vez fui sola pero antes fui con mi pareja. La última vez conocí gente allí pero había ido sola.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus bandas preferidas?

Carla: Divididos, Catupecu Machu

Entrevistadora: ¿Encontras otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Carla: Me gusta estar al aire libre, la naturaleza, conocer gente.

Entrevistadora: ¿Entrás festival desde las 14 hs?

Carla: Apenas abren, entro.

Entrevistadora: Una vez dentro del predio, ¿sos de consumir comida, bebida o merchandising adentro?

Carla: En general suelo comer y tomar afuera antes de entrar, puede ser que tome algo adentro. Merchandising no soy muy de comprar.

Entrevistadora: Cuando vas, te quedas todos los días?

Carla: Si, voy cuando puedo voy 4 días sábado, domingo, lunes y martes.

Entrevistadora: ¿Esperas la grilla para comprar la entrada o la compras antes?

Carla: Espero la grilla. Depende de la banda, este año saque la entrada a último momento y saque para un solo día porque estaban las bandas que me gustaban.

Entrevistadora: ¿Tenes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Carla: El asado, la cerveza, escuchar música afuera antes de entrar.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fueron diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Carla: Si fue como re loco. Hubo más vínculos, hubo más comunicación, yo hablé mucho más y me conecté con mucha más gente que otros años. Con gente que no conocía. Cosa que otras veces no pasan, eso estuvo bueno.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockero que otros que van al festival?

Carla: si soy más rockera de la vieja época y no me siento muy identificada con la gente que va. Menos este último tiempo. En realidad voy a ver muy pocas bandas, conozco bandas nuevas. Osea el mismo año que fui, escuchas otras cosas que quizás nunca escuchaste. Nos pasa mucho pero bueno también está buena para escuchar esas bandas. Pero siempre de rock o reggae. Soy más del metal, cuando hubo yo fui a ver a Almafuerte, Carajo, hubo más y la verdad que esos años nada nada.

Entrevistadora: Cuando me decis que no te sentis muy identificada con esas otras personas. en qué notas vos esa diferenciación?

Carla: Más que nada me parece que es generacional, me parece que es la edad. Incluso con la gente que conocí de casualidad porque estábamos acá en un grupo de Cosquín y justo estas chicas que hablé estaban en La Falta también eran un poco más grandes que yo. Eran también docentes siempre en general. me vinculo con gente más grande. Por intereses también.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Carla: No me parece que sea buena la variedad. Es un festival, no es que vas a ver un recital de rock o sea sabes que en un festival te vas a encontrar con un montón de cosas

diversas y está bueno también. El festival se va aggiornando a las épocas y además está buena la movida y conocer bandas nuevas que capaz no escucha en su casa. uno no está cerrado encasillado en un solo lugar.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Carla: NO APORTA NADA

8) NOMBRE COMPLETO Nicolas Emiliano Furrer

EDAD 42 años

LUGAR DE PROCEDENCIA Rosario

ACTIVIDAD LABORAL kinesiologo

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival?

Nicolás: Fui en distintas oportunidades. Fui cuando apenas empecé que todavía se hacía en la Plaza Prospero Molina era muy chico el festival. Después fui al primero que hicieron en el Aeródromo y fui este último. Lo vi en diferentes situaciones.

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañado?

Nicolás: En todas las situaciones fui acompañado con distintas personas, por la lejanía de años que hay entonados, siempre fui acompañado. En este último caso fui con mi sobrina, que estuvo muy buena que era muy chica en la primera. Así que imaginate que ir con mi sobrina estuvo buenísimo, fui con mi señora y mi cuñada. Y con una amiga de mi sobrina. Por lo general familia o amigos.

Entrevistadora: ¿Esos amigos con los que vas al festival, son los que frecuentas siempre o es un grupo aparte?

Nicolás: el primero fue con amigos que frecuentaba mucho, en el segundo fue un grupo más heterogéneo, era la mitad que frecuentaba mucho y la mitad no. Y en este último familiar fue.

Entrevistadora: ¿Encontras otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Nicolás: El festival en sí. Los primeros eran más el camping, las juntadas. Nosotros frecuentamos mucho cuando tocaban los Redondos, que nos tocó ver muy poco por la edad. Era juntarse para los recitales era buenísimo.

Entrevistadora: ¿Cómo haces con la compra de la entrada: comprás el abono antes de saber la grilla o cómo hacés?

Nicolás: Antes dependía más de la situación económica. En este último no importaba tanto la grilla, pero si, si podíamos o no aguantarnos los dos días. Pero sacamos los dos días.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus bandas preferidas?

Nicolás: Las Pelotas, Los Piojos, La Bersuit, Molotov. Charly. Soy del escenario para viejo así le digo yo.

Entrevistadora: Y cual es el escenario para viejos?

Nicolás: Es el escenario donde van todas esas bandas del rock más de años.

Entrevistadora: ¿Entrás festival desde las 14 hs?

Nicolás: Siempre voy más tarde, hacemos una mini previa con algunos choris con algo y me gusta mucho la movida como se mueve la gente antes. No me gusta entrar muy temprano. Pero tampoco voy a ver las últimas bandas, tipo 5 o 6 de la tarde. No iría a las 2 de la tarde, salvo que hubiera alguien en particular que quisiera ir a ver.

Entrevistadora: ¿Tenes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Nicolás: Juntarnos a comer y tomar antes.

Entrevistadora: Una vez dentro del festival consumís bebida, comida o merchandising?

Nicolás: No suelo comprar merchandising porque nunca fui de comprar en los recitales porque me parece que están precios desorbitantes y en ninguna situación económica. Ni antes que iba si un mango ni ahora que podría hacerlo. Si compro alguna cerveza, pero son precios muy caros, hasta me da bronca.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fueron diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Nicolás: Me generó la sensación de que no fue lo mismo que los anteriores en el sentido de la gente, las bandas, la música. Pero no me generó nada en particular con respecto a la pandemia.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockero que otros que van al festival?

Nicolás: Si observo mucho y cambiaron mucho los Cosquines de años a esta parte. Por ahí me llama la atención más que el conocer o el ver pero no es que me gusta o no me gusta.

Entrevistadora: ¿Qué es lo que te llama la atención?

Nicolás: Cómo fue cambiando en el transcurso de los años, los públicos que concurren.

Entrevistadora: ¿Cómo ves a ese otro público?

Nicolás: Seguramente no nos encontraremos en otros recitales. Por ejemplo El Plan de la Mariposa es probable que yo no vaya a ver pero no porque no me guste sino porque no acostumbro. Pero esta buena la diversidad que se da.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Nicolás: Me resulta extraño, más que nada en comparación a lo que eran los anteriores. Porque yo me acuerdo que era una discusión ya que podía tocar Babasonicos el mismo día que tocaba Almafuerte y Las Pelotas. Era una estupidez, hoy por hoy, todo evoluciona. Se necesita eso. Yo pase poco por los otros escenarios pero fui a ver a la Delio, fui a ver a Fito. Esta bueno porque cada uno fue al escenario que quiso y después nos encontrábamos. Tenías todo.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Nicolás: tengo mucha referencia de recitales de Los Redondos poco comparables con otras cosas eso lo tengo mas de referencia, por la cantidad de gente, la movilización, por los

grupos que son mas todos del mismo palo. No hubo nada en particular que me llamara la atención. Si te puedo decir que me gusto mucho la organización de este evento, del ultimo, fue muy al detalle. No parecía un espectáculo como a los que yo haya ido por todo el merchandising, por la puesta en escena, por la calidad del sonido, por la organización. Con cierta impronta nuestra. Lo que me da a entender, que con lo que compraba dos botellas de fernet me daban una entrada, fue con eso y hoy por hoy si tienes cierto ingreso económico no podes. Eso hace que mucha gente quedó afuera, pero es parte del sistema que fueron generando.

9) NOMBRE COMPLETO Leonardo Rodriguez

EDAD 35 AÑOS

LUGAR DE PROCEDENCIA, La Falda

ACTIVIDAD LABORAL

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival?

Leonardo: Esta va a ser mi 18 vez consecutiva que voy, voy desde el 2005. Menos en la Plaza Prospero Molina por la edad. A mi me parece que me favorece la distancia pero creo que viviría más lejos, creo que también hubiera ido toda esta cantidad de veces. Porque una vez que vas y ves cómo es, que no es solo música. Ya lo tomas como un fin de semana de diversión completa, como que te podes tomar las vacaciones este finde. En el laburo cuando te dan las vacaciones a elegir, muchos eligen esa fecha porque además es fin de semana de carnaval. Tienes rock, verano, se junta todo.

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañado?

Leonardo: Tuve de todo pero la mayor parte siempre acompañado. Lo que tiene el festival es que conozco tanta gente y todos los años nos juntamos con gente de otros lados, no es que voy con gente de aca siempre. No, es más creo que los últimos años mis amigos de siempre han dejado de ir, algunos o la mayoría y yo seguí yendo.

Entrevistadora: ¿Las personas con las que vas al festival, son los que frecuentas siempre o es un grupo aparte?

Leonardo: Nos juntamos para ir al festival. Este año alquilamos una casa en STA MA somos de La Falda, gente de Salta, Bs as, Pehuajó, Alta Gracia. Porque el CR nos hizo conocer, primero armamos grupo de WhatsApp y fuimos a festivales juntos y este año vamos como más organizados. Al conocernos dijimos bueno alquilamos una casa. Ahora son ellos, pero hace 4 años fueron otros, hace dos años más otra gente y así.

Entrevistadora: En face todos comentaban que tenía que entrevistarse.

Leonardo: Sucede que yo veía en Face que mucha gente hacía consultas sobre cosas muy básicas del festival y nadie les contestaba. Entonces pensé en contestarle, las distancias, etc. Así les fui contestando a cada uno y como eran un montón de preguntas, ahí decidí y empezar a hacer publicaciones con información.

Entrevistadora: ¿Encontras otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Leonardo: La motivación es conocer a gente de otros lados, yo vivo en las sierras pero me gusta estar en el río en la sierra. Hubo ediciones que eran 3 días y yo entraba uno, pero los otros días no lo pasaba mal por no entrar. La estaba pasando igual afuera, o sea yo voy a disfrutar el día, la gente, el ambiente, conocer de otros lados. Me gusta muchísimo el intercambio cultural, las tonadas de todos lados, de misiones, Mendoza, Jujuy. Voy mucho por la gente, por el ámbito, por el lugar.

Entrevistadora: ¿Cómo haces con la compra de la entrada: comprás el abono antes de saber la grilla o cómo hacés?

Leonardo: No siempre voy todos los días del festival. Yo antes elegía depende de las bandas que iban. Esperaba la grilla y compraba la entrada de un solo día y el otro día no iba porque no me gustaban las bandas. Y de un tiempo a esta parte y mi mente se abrió un montón y el festival cambió una banda, ya está compro el abono con los ojos cerrados. Porque va a estar bueno igual, no hay forma de que no me guste lo que va a haber. Por supuesto que es imposible que te gusten todas las bandas.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus bandas preferidas?

Leonardo: Yo soy más del rock clásico. Los Redondos, La Renga, Gardelitos, Callejeros, Viejas Locas, Intoxicados. Soy mas rolinga, pero mi mente se abrió y escucho todo lo que hay en la grilla del festival, me gusta el 90%.

Entrevistadora: ¿Entras festival desde las 14 hs?

Leonardo: Antes entraba desde el inicio, ahora ya no. Elijo en la grilla la primera banda que me gusta, generalmente son a las 5 o 6 de la tarde, antes no.

Entrevistadora: ¿Cuándo entras que haces consumis bebida, comida o merchandising?

Leonardo: Generalmente con mis amigos intentamos comer y beber lo que más podemos afuera, porque adentro está carísimo. Una vez adentro si compramos todos los tickets que podamos de cerveza, solo eso, bebida. Merchandising no.

Entrevistadora: ¿Cómo te vestías para ir ?

Leonardo: Cómodo. Short o short de baño, zapatillas y una remera de rock con alguna banda local, trato de llevar para hacer publicidad a mis amigos y un buzo.

Entrevistadora: ¿Tenes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Leonardo: Ahora que estoy más grande busco comodidad, pero lo que extraño es el ritual de la carpa, el camping. Porque ahí es donde haces mas amistad. Vos llegas al camping, conoces al dueño de casa, colgar tu trapo, al lado del trapo que dice Mendoza, al lado de otra gente. Te prestas la parrilla, el carbón, ese ámbito extraño cada vez que me hospede en una casa. Porque en la casa estamos solo los amigos. No puedes socializar con otros grupos. Me gusta mucho ese ritual del camping.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fueron diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Leonardo: Sí porque era ver cómo respondía la gente y la verdad que se asentó mucho el cambio de gente. Mucha gente iba de un estilo o sea rockers y después de la pandemia se notó más el cambio aun. Antes de la pandemia yo creo que Palazo que organiza el Festival, todavía estaba tímido en la que respecta al trap, a ingresar nuevos géneros, como que lo hacía por puchos, unas dos o tres bandas. Después de la pandemia, con todo lo que pasó y los streaming y la nueva tecnología que hicieron que la gente consumiera más música. Se noto que la organización dijo, bueno es por acá. Y en la edición del 2022 eso se re noto. Hizo una increíble incursión en el trap. Ya en 2020 hubo trap pero fue en un escenario auspiciado por una marca, como diciendo bueno yo los pago, los llevo y vemos. Y bueno luego vino la

pandemia y ahí fue la confirmación de decir si se noto increíblemente y aparte la gente respondió. Antes jamás en la historia el festival se había agotado, hoy con la inclusión de nuevos géneros, el festival se agotó este año. Eso te dice algo.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockero que otros que van al festival?

Leonardo: No para nada, yo escucho mi música. Te puedo decir que cuando tenía 20 años en esa época sí, era mucho de las tribus, en la forma de vestirse. Ahora ya no, creo que tmb tiene que ver con la edad. Capaz que le preguntas a un pibe de esa edad 25 y capaz te puede llegar a decir que si. Los caretas, las maripili, los pinchos, a mi no me genera nada. Yo voy con mis amigos, escuchamos música, tomamos, no me genera la presencia de otra gente.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Leonardo: No para nada al contrario me encanta que se hayan sumado nuevos artistas, la gente. El cambio me gusto.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Leonardo: Una vez el festival terminó y la gente salía y en la esquina afuera en la ruta, había un bar con un parlante afuera vendía fernet y cerveza al paso, chiquitito un kiosco. Estaba lleno de gente a la que le gusta el rock, remeras de rock y sonaba rock y agarra el dueño y pone la Mona. Bueno, apenas empezó a sonar era la gente bailando cuarteto y no cordobeses solamente. Ocupaban media calzada. Aca en Cordoba aman la Mona y al resto del país le transmite alegría. Se rompen muchas barreras que se generaron antes en los 90, es como la pulverización del rock, ese river-boca, eso de que si vos escuchas esto sos mi enemigo, eso se generó en un tiempo y por suerte cambió. Esas situaciones en donde hay un chabon con una remera de Los Redondos, bailando cuarteto en la esquina del ingreso al CR. Después de 2 o 3 años, la inclusión de La Mona para cerrar el Festival. En 2010 no era el contexto poner a La Mona no daba todavía. Este festival yo lo celebré porque tenes electrónica, posta internacional, cumbia con La Delio, tenes reggae, tenes Pop, tenes rock, trap. Una cantidad de géneros que antes no se veía.

Entrevistadora: Cómo conducen los comentarios negativos en cuanto a costo y géneros en relación al festival con la cantidad de gente que va, al punto de agotarse. vos qué explicación le das a ese fenómeno?

Leonardo: Mira yo creo y lo hablamos mucho en un grupo que tenemos del CR, muchos grupos de Facebook del CR vienen de hace 7 u 8 años atrás y esa gente está desde que el festival era solo rock. Y no se van los grupos y el festival fue cambiando y la gente se quedó. Critican pero no van y no salen de los grupos y el único aporte que hacen es criticar. Lamentablemente los que van no comentan.

10) NOMBRE COMPLETO Maria Virginia del Rosario Ojeda

EDAD 35 años

LUGAR DE PROCEDENCIA Río Cuarto

ACTIVIDAD LABORAL Diseño de Interiores y administrativa en la provincia

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival?

Virginia: He ido 8 años, la primera vez fue en el 2012.

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañado?

Virginia: Voy con amigas

Entrevistadora: ¿Las personas con las que vas al festival, son los que frecuentas siempre o es un grupo aparte?

Virginia: Son mis amigas de siempre.

Entrevistadora: ¿Encontrás otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Virginia: Me gusta porque es un recreo que tenemos con las chicas, es un recreo del año. A la gente le gusta el lugar, las bandas, toda la gente está contenta y divirtiéndose.

Entrevistadora: Van todos los días o algunos?

Virginia: Vamos los dos días.

Entrevistadora: ¿Cómo haces con la compra de la entrada: comprás el abono antes de saber la grilla o cómo hacés?

Virginia: Compramos el abono sin saber quién tocaba.

Entrevistadora: ¿Entrás festival desde las 14 hs?

Virginia: Sabemos ir desde las 4 o 5 de la tarde hasta que termina.

Entrevistadora: ¿Cuando van en que se hospedan?

Virginia: Generalmente paramos en Córdoba, si algún conocido nos presta el dpto, un solo año alquilamos en Cosquín, pero sino vamos y venimos desde Córdoba.

Entrevistadora: ¿Tenes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Virginia: Recorrer la calle paralela a la entrada, quedarnos un rato ahí, escuchar música y tomar algo ahí. Salvo que lleguemos muy jugadas con la hora. Siempre nos quedamos un rato ahí. Sabe que hay bandas también.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fueron diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Virginia: No lo viví igual que otros cambios.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockero que otros que van al festival?

Virginia: No veo eso. No soy tan fanática.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Virginia: No me molesta, si vimos este año y el año pasado también muchos adolescentes con otros géneros, otra onda. Todo el mundo de zapatillas, jeans, así nomás y este año vimos adolescentes más arregladas. A mí me gusta más el ambiente de todos los días, no tanta producción. Más tranqui. Lo note más en mujeres que en hombres.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus bandas preferidas?

Virginia: La Vela Puerca, Ciro, Divididos, Guasones, Las Pelotas

Entrevistadora: Cuando entras al festival consumis bebida, comida o merchandising?

Virginia: Si compramos buzos, remeras. La bebida y la comida también, tratamos de comprar con tiempo así después nos quedan los tickets.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Virginia: Me gusta ver todo el circo o el ritual que hay cuando tocan esas bandas que llevan mucha gente y llevan muchas banderas. Don Osvaldo es una banda que lleva mucha bandera, Ciro también, antes con Los Piojos era. Eso me gusta ver, la gente que cada una está en la suya nadie te dice nada, están todos contentos.

11) NOMBRE COMPLETO Octavio Oveti

EDAD 23 AÑOS

LUGAR DE PROCEDENCIA General Cabrera, cordoba.

ACTIVIDAD LABORAL Empleado de supermercado

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistis al festival?

Octavio: 2021 fue la primera vez que fui.

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañado?

Octavio: Voy con mi pareja. La próxima edición ella no ira asi que ire solo.

Entrevistadora: ¿Encontras otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Octavio: Hay un par de bandas que me gustan bastante y aprovecho para verlas allá. Más que nada es el ambiente, es bastante divertido estar rodeado de gente, haces mas amistades. Si bien voy con mi pareja, hay muchos amigos ahí. Lo mas lindo viene a ser la gente.

Entrevistadora: Te seguís contactando luego del festival con la gente que conoces ahí o el contacto se limita a los días del festival?

Octavio: Las dos cosas suceden. Me junto con gente solo ahí adentro y después tenemos un grupo con los que nos juntamos por ejemplo este año.

Entrevistadora: ¿Cómo haces con la compra de la entrada: comprás el abono antes de saber la grilla o cómo hacés?

Octavio: Normalmente espero a que salga la grilla, pero este año la compre antes por miedo a que aumente y porque realmente tenía ganas de ir. Porque ya sabía que ciertas bandas iban, entonces lo compré con esas ganas. Siempre los dos días.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fue diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Octavio: Sí la verdad que sí fue bastante lindo, yo ya había ido a festivales que eran sentados no eran de pie fue en 2021 que había estado Conociendo Rusia en Cordoba. Fue más libre, no estaba tanto lo del barbijo, la gente estaba más libre. Estuvo bueno eso, fue como volver a la normalidad.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockero que otros que van al festival?

Octavio: Las distingo, yo no me considero 100% rockero aunque si lo que más me gusta es rock. Pero si noto que hay bastante diferencia entre personas que no van a escuchar rock y personas que sí.

Entrevistadora: ¿En qué notas esa diferencia?

Octavio: Mas que nada en como disfruta la música cada persona. Normalmente la gente que va a escuchar rock, por ejemplo los que van a ver al Indio, suelen tener remeras viejas de Cosquines anteriores, con ropa mas comoda, un jogin capaz y zapatillas deportivas y hay gente que cuando fui a ver a Trueno, Paco Amoroso y Catriel, era ropa más de trap, ropa oscura, como se visten los traperos normalmente. Y para Babasonicos, había unas chicas al lado mio que estaban muy molestas, como que se vestían muy bien, son personas que capaz van mucho mejor vestidas que por ejemplo, en el medio del pogo del Skay. No es el mismo público que van a ciertas bandas.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus bandas preferidas?

Octavio: Usted Señalemelo y El Mató a Un Policía Motorizado.

Entrevistadora: cuando vas, te quedas en un solo escenario o recorrer varios escenarios? ¿Cómo es la dinámica?

Octavio: Suelo ver los horarios que están las bandas que me gustan a mi. Y recuerdo que a mi no me gusta Catriel, pero a mi pareja si, así que bueno lo fui a ver. Si tengo dos bandas a la misma hora, trato de ir mitad y mitad un rato a cada banda.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Octavio: No, la verdad que no. Este año estuve escuchando Tiesto y me quise quedar hasta tarde para escuchar Tiesto. Pero no, la verdad que sí me gusta que haya otros géneros.

Entrevistadora: Cuando entras al Festival consumis comida, bebida o merchandising?

Octavio: No suelo comprar ropa adentro. Lo único que suelo consumir adentro es lo básico y necesario porque suelo comer y tomar afuera. De última paso algo de fruta.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Octavio: Muchas cosas pero Ud. Señalemelo fue una banda que se separó en 2019 y nunca había podido ver en vivo, en el Cosquín 2022 habían vuelto y los vi y fue el momento mas lindo que yo viví en el festival.

12) NOMBRE COMPLETO Claudio Carlos Volpintesa

EDAD 57

LUGAR DE PROCEDENCIA Guernica Provincia de Bs As

ACTIVIDAD LABORAL Abogado

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival?

Claudio: fui en el 2017 y en el 2022

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañado?

Claudio: Voy con mi mujer. que tiene 57 años

Entrevistadora: ¿Encontras otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Claudio: recorrer Córdoba que es hermoso a los dos nos gusta. Aprovechamos para hacer unas mini vacaciones. Aprovechamos el CR como excusa como eje central para andar unos días por Córdoba.

Entrevistadora: ¿Te vas los dos días del festival?

Claudio: Busco en la grilla que día me interesa más. Está bueno el festival completo, pero a veces hay bandas que te interesan, otras no. De los dos días vemos que bandas son las que más nos gustan, hacemos como un ranking y bueno tal día hay 6 bandas que nos gustan, otro día hay 3 y bueno elegimos el que hay más. Vamos a ese día no vamos a todo el festival.

Entrevistadora: ¿Entras festival desde las 14 hs?

Claudio: No voy más tarde porque abren muy temprano, son muchas horas y nosotros ya somos gente grande. Está bueno el ambiente festivalero, me gusta el rock desde chico, desde los 12 o 13 años que iba a los recitales. Todo ese ambiente me gusta. Por supuesto que antes podía poguear, saltar. Cosas que después el paso del tiempo te va relegando cada vez más. Ahora lo vivis mas tranqui, más relajado. Esta bueno igual, esta bueno el clima, confraternizar mucho. Está muy bueno, el ambiente festivalero esta piola.

Entrevistadora: ¿Tenes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Claudio: Sacarme una foto en la entrada donde estan los paneles donde figura la edición, siempre me saco una foto ahí y la voy comparando con la anterior. Otra de las cosas que hago es guardar los vasos como de colección, como un recuerdo.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fueron diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Claudio: Si volver a sentirte respirar ese ambiente de libertad, porque la pandemia fue como un sometimiento, un confinamiento inesperado y desagradable para todo el mundo.

Además de todo lo que paso, perdida de vidas humanas, gente que no quedo bien, etc. la actividad económica, que impactó por todos lados. Pero si obvio fue un poco el retorno a ese ambiente de libertad, como todo viste empezamos a valorar cuando no lo tenemos. Como ocurre con todas las cosas de la vida y cuando estuvimos confinados con el tema de la pandemia, se perdieron todas esas cosas que eran tan elementales y después te diste cuenta lo vitales que eran. Cuando volvimos se sintió ese volver como un aspecto muy positivo y hubo un clima muy festivo y especial en el 22. Estuvo muy bueno. Estaba tranquilo porque yo no viví la pandemia, con la angustia propia, ese clima de pánico que nos transmitieron, uno no es ajeno a eso. Pero particularmente no tuve ningún miedo. Cuando se levantaron las medidas de restricción y uno ya tenía las vacunas la verdad que nunca tuve miedo.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockero que otros que van al festival?

Claudio: A esta altura ya no. ¿Qué es lo que te brinda el pasaporte de más rockero o menos rockero? Yo creo que tienen que ver más con la actitud, con lo que uno lleva adentro. Si vos me preguntas, si yo soy el pibe de pelo largo que está saltando de hace 35 años atrás. Pero tengo 57 no tengo ni pelo largo, ni ganas de saltar. Pero la actitud si, ese espíritu juvenil y esa onda uno la mantiene. O sea aparte me gustan muchas bandas nuevas, así que digamos que indemne el paso del tiempo.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Claudio: No me molesta ni me deja de molestar digamos que me es indiferente. Toda la vida fue así en realidad, yo he ido a muchos festivales de rock, desde Barock, la Rock and Pop, el de la democracia, por lo general he sido de seguir bandas o solistas. Caso Charly, Fito, Spinetta, Baglietto en su momento. Y después bandas Seru Giran, Soda, Enanitos Verdes. En los festivales tenían que ver con que estén esas bandas y otras que se van sumando obviamente. Pero siempre había géneros nuevos, ondas nuevas. En su momento por ejemplo los Cadillacs hacia ska y eran medio resistidos y les tiraban cosas en los festivales. Pero a mi particularmente no. No tengo historia con si no me gusta no voy y listo. La sociedad va experimentando cambios, es más tendría que haber más prejuicio del lado de la gente del trap ponele. Capaz que tendrían que tener más prejuicios ellos que nosotros. Dirán no mira nos vamos a meter con los rockeros y nadie tiene ese prejuicio. Es mas el ultimo del 2022 lo cerro la Mona Gimenez, a ver yo no lo fui a ver, pero no me molesta en lo más mismo. No me gustan, pero no me molesta que estén. Siempre la queja cuando éramos chicos era que al rock

lo hacen aun lado, que el rock era música marginal y después el rock se hizo tan conservador y empezó a ser la misma cuestión que criticaba hace años. Entonces no tenes que tener esa cabeza, tenes que tener la cabeza más abierta, porque sino el rock parece ser que era algo sublime y todo el mundo lo sacraliza cuando era contracultural. Después cuando se transformó en cultural porque influyó tanto en la cultura de nuestro país y en buena hora. Porque sino no hubiéramos tenido nunca un Charly Garcia, nunca un Spinetta, nunca un Cerati. El hecho de haberlos tenido implica que en algún momento implica que lo que era contracultural, mirado de reajo, se transformó en una bandera de la cultura. Bueno ahora que tenemos esa bandera, no seamos los que criticamos. Porque al rock le costó un montón entrar en la sociedad y yo viví esa época. Salías de un recital porque tenias el pelo largo y ya la cana te llevaba. Te miraban de reajo y te pedían documentos. Aparte las consignas siempre eran de paz, otra onda.

Entrevistadora: Cuáles son tus bandas preferidas?

Claudio: Divididos, Las Pelotas, Turf, Ataque, Guasones, Estelares, La Cargosa. Fito. Me gustó una banda española que no recuerdo nombre que no la había visto y me gustó. Lo único que no me gusta es que en un escenario está sonando una banda que te gusta y en otro otra banda que te gusta y te quieres matar.

Entrevistadora: Cuando entras al festival, consumis, comida, bebida o merchandising?

Claudio: Trato de comprarme las remeras y los vasos. Tomar algo, sentarme por ahí, caminar un poquito, es lindo para recorrer. Pispando la banda que quieres ver y acercándote al escenario donde toca. Se disfruta el ambiente, la entrada, la salida, la caminata desde la ruta hasta el aeródromo, está bueno todo. se disfruta todo.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Claudio: Me gusto mucho en el 17 que fue el homenaje de los 50 años de rock nacional, me gusto mucho haber visto músicos de larga data, pioneros. Me gustó mucho, disfruté mucho, esa podría ser una anécdota. Después la otra fue haber visto Fito, Rolo de La Beriso y Juanse en el mismo escenario que tocaron Soy un Cowboy la de Los Ratones, un ambiente muy rockanrolero, muy copado, la gente enganchada. Ya me están dando ganas de ver de ir el año que viene.

Entrevistadora: ¿Cómo es el viaje cuando van al festival?

Claudio: Lo que hago es parar en Carlos Paz, voy al teatro con mi mujer, salimos a comer, durante el día nos vamos a La Falda o nos vamos de paseo a algún otro lado. Esta buenísimo para aprovechar todo Córdoba y después ese lugar que es hermoso donde se hace el festival. Cuando cae la tarde cuando el sol se pone detrás de esos cerros hermosos. Es una locura, es hermoso, ese momento es mágico y es único. De los 10 momentos más lindos que nos pasan en la vida.

13) NOMBRE COMPLETO Marcelo Arizaga

EDAD 61

LUGAR DE PROCEDENCIA La Plata

ACTIVIDAD LABORAL Docente

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival?

Marcelo: Hace 5 años que voy al CR. Anteriormente fui al festival de La Falda estamos hablando del 83, 84, 85. Muy distintos a los de hoy. Hoy sería terminar todos a las trompadas, porque en esa época eran bien definidos los sectores. Había uno sector hipoide y estaban los metálicos. que gralmente estaban en las sierras y bajaban solamente cuando tocaba Reef o Pappo o alguna banda heavy y arrasaban con todo.

Entrevistadora: cómo los identificabas?

Marcelo: camperas negras, todos vestidos de negro.

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañado?

Marcelo: el 22 fui solo y el 23 fui solo y anteriormente fui acompañado. Pero generalmente voy solo, me organizo solo y allí encuentro amigos que algunos son de La Plata. Pero trato de no estar pendiente de lo que hace el otro y después nos encontramos dentro.

Entrevistadora: ¿Encontrás otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Marcelo: lo bueno es que vas conociendo un montón de gente. Tenemos un grupo de whatsapp.

Entrevistadora: ¿Entras festival desde las 14 hs?

Marcelo: Yo voy un solo día no lo dos por una cuestión de aguante y entró apenas abren, a las 13,30 ya estoy. A mí me gusta ver las bandas que empiezan a tocar temprano y que les costó un esfuerzo grande en un CR y me gusta estar ahí para apoyarnos, aplaudirlos, conocerlos. Por ejemplo este año conocí a Farolito y yo no los conocía y fue una banda de gente que los seguía. Ya a las 2 de la tarde había mucha gente y a las 5 ya era una cosa de locos.

Entrevistadora: ¿Tenes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Marcelo: Llevo la misma remera con la cara del Indio que está pintada a mano y me la hicieron en Villa Gesell y tiene un local y las hace en la feria de los artesanos.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fueron diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Marcelo: yo siempre fui muy recitalero hasta que en el 93 nace mi hija, con la madre de mi hija decidimos hacernos una casa, y se terminaron los recitales. Y con mi nueva compañera y en el 2006 íbamos a muchos recitales. Yo estuve trabajando durante la pandemia porque soy docente, pero en ese entonces no pertenecía al ministerio de educación, sino que acá hay una secretaria de niñez y adolescencia de la prov de as bosque tiene al tanto las situaciones en contexto de encierro de adolescentes y menores, menores de 18 años. Entonces cuando en marzo se decide que se terminan las clases, muchos trabajadores de la secretaría de niñez, que son como policías sin armas que cuidan a los chicos que cometen delitos, empezaron a pedir carpeta. Entonces se decide que el servicio que se prestaba en la secretaría de niñez y adolescencia, era esencial. Así que yo trabajé toda la pandemia. Por suerte ninguno se contagió. Ahí es donde nace el grupo de docentes en contexto de encierro. Sin duda lo que más se extrañaban eran los recitales. Nadie pensaba que esto ya se terminaba, yo había entrado en una etapa de acostumbamiento, yo pensaba esto no termina más, vamos a estar así hasta morirnos. Nosotros estábamos un poco enojados porque teníamos que trabajar, porque viajamos en micro y yo tenía a mi vieja y la iba a ver de lejos y ella no quería usar

barbijo. Era todo un tema de contagiarnos, etc. La incertidumbre de no saber qué va a pasar o cómo vas a estar. Yo vi un festival que se hizo en Uruguay por streaming.

Entrevistadora: Hicieron un cosquín en agosto por streaming.

Marcelo: ¿Hicieron? no sabía nada. Pero como que bueno aprovechas a escuchar un montón de música. El primer concierto al que fui presencial fue en la Ópera a ver a La Chancha Muda. Los conocí justo cuando fui a buscar una entrada del Cosquín y había un disco que era un libro, lo compre y en octubre del 2021 fue el primer recital después de la pandemia y en diciembre fui a 4 recitales. En enero del 2022 se produce un estallido del covid en Córdoba. No quería ir a un camping, si hay mucha gente a ver si me contagio. Entonces decidí ir a La Falda en una cabaña y tratar de estar lo más aislado posible. Tenía el temor no era por contagiarme porque ya tenía dos vacunas, el temor era porque si me contagiada tenía que quedarme allá un día o dos. Yo pensé si me contagio qué hago, digo no digo, me tomo un cole y me voy? ¿Cómo me voy a sentir? Era una cuestión antes de ir esa cuestión de contagiarse. Entré al predio bien y sentí la adrenalina de lo que es la música y la gente y listo vamos para adelante. Hubo cierto temor, había gente con barbijo, otros no. Había de todo y yo traté de cuidarme y hacer las menos relaciones posibles. La vuelta fue terrible, porque a Córdoba iban 10 micros y a La Falda iba uno. Después me sentí bien pero me quedé en La Falda tranquilo. Cuando fui en micro fui con barbijo todo el viaje y la vuelta también. Y si alguno se lo sacaba, las personas que iban en el colectivo, les decían que se pongan el barbijo.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockero que otros que van al festival?

Marcelo: No, yo me siento feliz porque veo a la gente feliz, entran corriendo y se sacan la foto. Yo se que tengo mucho más rock que muchos de los están ahí, porque voy a los recitales desde los 15 años. Durante la dictadura acá en La Plata fue un lugar durísimo. Había alguno lugarcitos que tocaban bandas de rock. Me siento feliz y lo que note en el ultimo mas que nadie, impresionante la cantidad de chicos chiquitos con sus papás, cantando las canciones. Y eso es lo que vi el año pasado que se agotaron las entradas porque Palazzo vio el negocio del fin de semana largo.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Marcelo: no me molesta para nada y creo que está bueno porque los tiempos van cambiando y si nosotros no vamos evolucionando, yo creo que CR ha ido evolucionando, a diferencia del Lollapalooza que siempre se mantuvo en la misma línea. Siempre hubo una diversidad de grupos, y en el Cosquín mucha gente dice que cuando estaba en el Prospero Molina y tocaban todas bandas de rock, ahora el Prospero Molina es chiquitito, el año pasado agotaron las entradas. En un momento dado, cuando empezó a tocar Guasones era una masa o una tropilla de gente, que venía corriendo desde la entrada y yo digo acá nos aplastan a todos. Creo que la gente que no va son los que critican. Yo por ejemplo al escenario sur no voy, mi escenario es el norte donde tocan las bandas de rock. Elijo un día.

Entrevistadora: Consumis comida, bebida o merchandising?

Marcelo: consumo bebida y comida. Entro y lo primero que hago es sacar los tickets, para poder luego retirar directamente.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Marcelo: Lo único que destaco es la peatonal que hay al costado, donde se vende remeras, comida. El año pasado la Municipalidad estuvo bastante floja porque a los vecinos no los dejaban vender remeras ni nada y la verdad que encima que tiene que aguantar un montón de gente, no los dejaban vender. Como anécdota que se haya terminado la cerveza, la cantidad gente impresionante. Una anécdota es que en un momento dado aparece caminando Tete de La Renga. Venía un solo en medio de un montón de gente, venía con un vasito de cerveza y caminando solo tranquilo. Le doy el celular a otro flaco y me saque una foto.

Otra anécdota linda, cuando toco Vos a las 18 hs, la cantidad de chicos chiquititos subidos a los hombros de los papás cantando sus canciones. Eso me parece que es el valor de la diversidad musical dentro del festival. Por ahí no lo entiende uno, porque hay gente que vos les decis Vos y como no tiene cd o discos, sino que tiene música en tiendas digitales, yo veo que el guitarrista es excelente, el baterista igual y el bajista es impresionante. El que toca la guitarra es ingeniero de sonido. Hay pocos profesionales que son de alguna carrera universitaria que toquen en el rock de la Argentina. (el entrevistado recomienda indagar en el rock uruguayo).

Otra cosa que quiero señalar es el tema de la diversidad en el festival. Para mi Cosquín Rock es una marca, es como si fuera McDonalds, Burger King, Mostaza, dejó de ser el rock la base del festival, sino que la base del Festival es la música. El tema de evolucionar es que toquen distintas, que haya mucha diversidad y que vos puedas ir al escenario que vos quieras.

14) NOMBRE COMPLETO Gaston Baima

EDAD 36 años

LUGAR DE PROCEDENCIA Petacas, Santa Fe

ACTIVIDAD LABORAL Empleado Rural

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival?

Gaston: Fui a todos los Cosquines, hasta el aniversario de los 20 años, que se hizo en noviembre.

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañado?

Gaston: La mayoría de las veces voy solo.

Entrevistadora: ¿Las personas con las que vas al festival, son los que frecuentas siempre o es un grupo aparte?

Gaston: Voy con personas que me encuentro en el evento y son pocos los que veo fuera del festival, pero hemos armado un grupo que nos juntamos durante el año.

Entrevistadora: ¿Encontrás otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Gaston: Sacando las bandas, encontrarse con amigos de la vida y de conocer gente en el Cosquín y también encontrarse con gente de hace 8 Cosquín atrás y volver a verse ahí. Compartir camping, ir al río. Porque gracias a eso conozco gente de todas las provincias. Tenemos grupos de whatsapp de gente que conozco y gente que solamente te escribis en el grupo para tirar datos o información y hay otros grupos que me sigo viendo. Durante el año nos vemos y siempre hay alguna juntada. Mi mejor amigo del Cosquín es un chico de Corral

de Bustos. A Veces nos juntamos en Cordoba o un recital de la zona y siempre hay un excusa para encontrarse. Tambien conoci otras personas de la provincia que están alrededor de donde vivo yo y tengo cerca San Francisco Cba. y ese es otro punto de encuentro.

Entrevistadora: ¿Cómo haces con la compra de la entrada: comprás el abono antes de saber la grilla o cómo hacés?

Gaston: En el momento en que eran 3 días, elegía o los 3 días o elegía el día en que estaba Ciro y Los Persas y el día antes o después. Pero la mayoría de las veces siempre se entra a los dos días.

Entrevistadora: ¿Entrás festival desde las 14 hs?

Gastón: no tipo 5 de tarde se sabe entrar, ya tenemos el grupo del camping que entramos todos a la misma hora para coincidir adentro y que la mayoría entra a esa hora.

Entrevistadora: ¿Tenes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Gaston: Comer asado todos los días. Y te puedo llegar a decir que en el 2022 tengo el récord de comer asado. Porque fuimos con un amigo mio de Corral de Bustos, llegamos allá como 10 días antes. Hace un par de años que dijimos bueno vamos antes para ver como es la ciudad sin el Cosquin y como se va a armando todo. Llegan los colectivos, empiezas a ver la carpita en un lado, empiezas a ver gente desconocida caminando en los negocios. Fuimos como 10 días antes y nos quedamos a ver cuando se iban todos, claro estuvimos como 20 días. Comimos 38 asados. Tengo un grupo de WHATSAPP, claro comimos dos asados por días. Fue una cosa de locos. Dijimos de ir y no privarse de nada porque siempre íbamos con la plata justa y entonces había que decir bueno comemos unos panchos para que salga mas barato y ese año veníamos de la pandemia así que dijimos bueno, todo lo que ahorramos este Cosquín hay que pasarla.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fueron diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Gastón: Si fue un poco eso, se terminó el Cosquín y al mes empezó la pandemia en el 2020 y ese año de la pandemia del 20 había una chica de España y con ella nos seguimos mensajeando. Quería saber que era el Cosquín y entró al predio con nosotros y después yo me tuve que quedar hasta el último porque quería ver el final, así que le hicimos la pata a la chica

y se fue a España chocha. Con mi amigo de Corral de Bustos habíamos ganado las entradas para el streaming, fue algo raro. Porque uno que va al Cosquin, sentías que nos estabas ahí con el grupo de amigos, pero que estaban ahí viendolo con ellos.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockero que otros que van al festival?

Gastón: No porque nosotros armamos un grupo lindo y vamos a hacer la nuestra. Nos divertimos nosotros, no se mira eso. Yo solo le aconsejo a los que van a camping, el tema de la seguridad. Que tengan cuidado de la riñonera abajo de la remera, pero después la otra gente uno presta atención.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Gastón: No me molesta para nada porque al haber muchos escenarios, uno va al escenario en donde está la banda que le gusta en ese momento. Entonces lo vas armando cuando tenes la grilla. Voy viendo la banda que me gusta y no me molesta porque no los voy a mirar a los otros que están. No me parece mal porque total como uno va a ver lo que a uno le gusta y no te cruzas con los otros que van a ver otras bandas que a lo mejor no es rock. No me molesta para nada.

Entrevistadora: cuando entras al festival: ¿consumis bebida, comida o merchandising?

Gastón: Si se entra y lo primero que hay que hacer en un Cosquin es comprar los tickets de la bebida y la comida, Ya tenes que entrar decidido a que quieres comer y tomar. Te explico porque sino después te demoras media hora o más para sacar un ticket y media hora o más para sacar la comida y en todo eso te perdiste una banda. Después si la remera, los copones, si hay algún llaverito tratás de conseguirla. Copones tengo una cantidad y como no hace falta consumir la bebida para tenerlos.

Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Gastón: de los últimos CR del 2020 fuimos y el viernes había llovido y el sábado entramos al predio con los amigos y enfrente del escenario empezaron ahora a poner un piso plástico porque sino antes se hacía mucha tierra con el pogo y todo y faltaba el aire. Entre el piso plástico y el vip como había llovido había un barrial terrible. Teníamos un amigo que es de Cordoba cap. y agarramos al petiso este el Córdoba y lo tiramos al barro, empezamos a

pelear en el barro. No te imaginas como quedamos, hay fotos en la página del Cosquín, en los portales. No te imaginas como quedamos, la gente del VIP nos aplaudía y nos sacaban fotos, venía otro y te regalaba algo para que tomes, fue terrible eso. Con esa foto, uno del VIP que nunca pudimos ver quién era, la carga a un portal de música. Era como una encuesta, algo así como la mejor foto de Cosquín o algo así. Al tiempo nos llaman de una radio de La Plata que habían sacado la dirección por Instagram y nos habíamos ganado consumiciones para el próximo Cosquín. Gracias a una persona que no conocemos, habíamos ganado consumiciones para el otro CR. Estábamos chochos. Eso fue a la 7 de la tarde y después se había acabado toda el agua en el predio para tomar. Yo estaba con una chica de España y me dice quedate hasta el último. La gente la miraba a la chica toda cambiadita y me miraban a mi todo embarrado, nada que ver.

Otra cosa que no me voy a olvidar nunca, en el recital de Ciro y Los Persas si lo buscas en Youtube, dicen el nombre de todas las localidades, en el 2022 cuando nombres todas las banderas yo estoy ahí bien enfrente del escenario y aparece la bandera mía que dice Las Petacas Santa Fe y Ciro lo nombra. Justo estaba TN grabando en Vivo y lo vieron en todos lados porque me llegaron mensajes de todos lados diciendo que habían nombrado a todas las banderas.

15) NOMBRE COMPLETO: Ana Fernández

LUGAR DE PROCEDENCIA: Rosario

ACTIVIDAD LABORAL EMPLEADA

EDAD 34 años

Entrevistadora: ¿desde cuándo asistís al festival?

Ana: Asisto al festival desde el año 2018.

Entrevistadora: ¿Vas siempre acompañado?

Ana: Voy sola pero allá (dentro del festival) me encuentro con amigos y 2 años seguidos fui acompañada (ruta, hotel, evento, compartimos todo)

Entrevistadora: ¿Las personas con las que vas al festival, son los que frecuentas siempre o es un grupo aparte?

Ana: Son personas con las que nos conocemos de Rosario y sabemos compartir eventos y viajes juntos (grupo de amigos)

Entrevistadora: ¿Encontras otra motivación para ir al festival más allá de la música?

Ana: Sí mucha motivación más allá de la música. Los factores son: verano, 2 días, el lugar físico donde se realiza, el público de niños a abuelos presentes, clima, río y montañas, la paz de Punilla y su gente.

Entrevistadora: ¿Cómo haces con la compra de la entrada: comprás el abono antes de saber la grilla o cómo hacés?

Ana: Entradas: una vez la compre a una chica que vendía afuera a \$600 en la puerta del evento (hace muchooo), otra vez la entrada oficial en la boletería de punilla sobre la hora y desde 2022 compramos el abono en 3 cuotas ni bien salen a la venta.

Entrevistadora: ¿Entras festival desde las 14 hs?

Ana: Sabemos entrar pasadas las 15 y antes de las 19 hs.

Entrevistadora: ¿Tenes algún ritual o algo que hagas todos los años que vayas?

Ana: Ritual no... pero si nos gusta ir al río, pasear, caminar mucho, compartir algo fresco en la calle tradicional del ingreso.

Entrevistadora: La edición 2022, significó algo en particular? fueron diferentes a otras ediciones, luego del confinamiento por la Pandemia de Covid 19?

Ana: En mi caso trabajo en salud y si sentí mucha alegría de volver al cosquín rock, de compartir con amigos, disfrutamos mucho ... fue como un reencuentro fuerte y emotivo también nos veíamos contentos xq teníamos entradas para volver a ese mismo predio a ver la renga a días próximos de ese cosquín.

Entrevistadora: ¿Vos te consideras más rockero que otros que van al festival?

Ana: Me considero menos rockera... no es común verme vestida de remeras negras, no consumo drogas y alcohol, pero a la tardecita/ noche y si estamos en grupo o andamos en cole. Me gusta ser responsable y cuidarnos en grupo.

Entrevistadora: ¿Te molesta que haya otros géneros en el Festival?

Ana: Me encanta la presencia de otros géneros... ej: Tiesto este año. Prefiero las pelotas, divididos, la vela, don Osvaldo que lamentablemente pato desde el 2019 no está en el evento pero no me molesta en absoluto otros géneros .

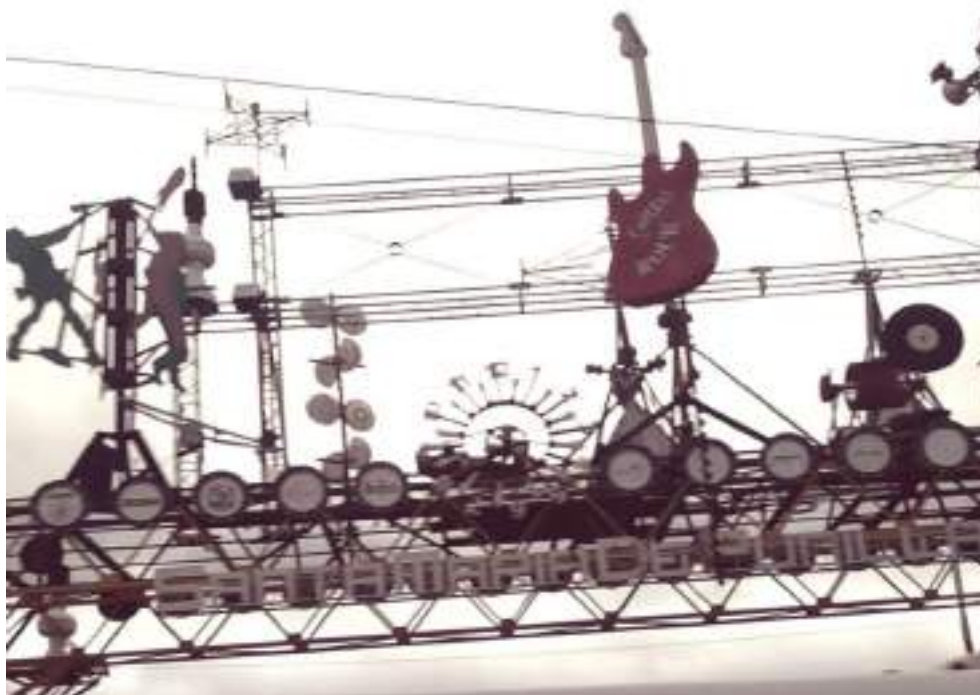
Entrevistadora: ¿Alguna anécdota, algo que te paso en el festival que no te olvides más?

Ana: Sentí mucha alegría cuando conocí a Eli Suarez (los gardelitos) entre la gente, disfruté mucho a don Osvaldo en 2019, encontré a un conocido ganando el peso de malabarista en la peatonal. No tengo recuerdos negativos, todos lindos de cada edición.

ANEXO II - Imágenes



Vista Panorámica del Predio desde la Ruta 38



Arco de ingreso al predio sobre Ruta 38



Antes del ingreso en los puntos de venta de bebidas alcohólicas, podíamos encontrar estos carteles para atraer el consumo



En las calles aledañas, se encontraban puestos de bebidas y comida



En los alrededores del Predio, los asistentes realizaban asados en las veredas y también muchos dormían en las calles.



Vista de una de las calles laterales al ingreso al predio, donde se observa campings y estacionamientos apostados en casas de familias.



En las calles colindantes se podían observar artistas callejeros realizando murales.



Calle de ingreso al Predio



Vista del escenario Norte al ingreso



Escenario Sur



Escenario Acustico Las Pelotas



Escenario Norte



Escenario Norte



Casita del Blues



Asistentes con remeras de diversas bandas de Rock bailando cumbia en el show de La Delio Valdez.