

20424
18



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLÁN

**EL ROCK MEXICANO EN LOS NOVENTA:
CONTRA EL MALESTAR ECONÓMICO Y CULTURAL.**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

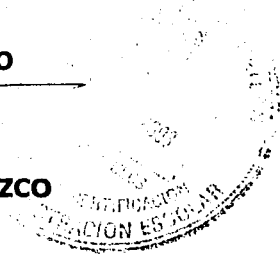
LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

PRESENTA

SARA CANTERA GARRIDO

ASESOR

DR. ALEJANDRO BYRD OROZCO



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

NOVIEMBRE DE 2003.

A



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**TESIS CON
FALLA DE
ORIGEN**

Introducción

I. El sistema económico	1
A. El sistema económico en México.	6
1. Primero la reforma económica y luego la reforma política.	9
2. El final de la inocencia.	11
B. La economía en los noventa.	12
1. La amarga medicina.	13
2. El país sin dinero.	14
3. ¡Hijo de Salinas!	17
C. El individuo y la economía.	18
1. No money no funny.	18
2. Nadie sabe para quien trabaja.	21
3. Las contradicciones en los jóvenes	23
4. ¿Qué tiene que ver la economía con la cultura?	25
5. La industria cultural	26
II. El sistema cultural.	33
A. El sistema cultural en México.	33
1. Los medios de comunicación.	37
2. La estandarización.	41
3. Narciso frente al espejo.	46
B. La cultura en los noventa.	48
1. Enchufarse o morir.	48
2. El amor entra por los ojos.	50
3. La concentración monopólica.	52
4. El éxito de la vulgaridad.	55

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

C. El individuo y la cultura.	57
1. Las minorías arriba.	59
2. Nene que vas a ser cuando seas grande...	60
3. Contradicciones entre individuo y cultura.	62
4. La decadencia.	64
5. La melancolía.	66
III. El rock mexicano en los noventa.	68
A. El rock en la cultura.	69
1. La consolidación del gusto por el rock.	71
2. La combatividad rockera.	74
3. Auténtico vs comercial.	86
4. Cuando la marca es más importante que el producto	88
B. El rock mexicano en la economía.	91
1. La piratería.	99
2. La polémica de los precios.	102
3. La amenaza de Napster.	103
IV. El rock contra el malestar económico y cultural	105
1. La radio.	105
2. La televisión.	109
3. Músicos.	112
4. Productores.	115
5. Público.	117
6. La moda.	121
7. Los lugares de reunión.	123
8. Críticos musicales.	125
A. Las canciones del rock mexicano.	127
1. Los conflictos presentes.	133

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

2. Migración.	134
3. Niños de la calle.	136
4. Violencia urbana.	138
5. Alcohollismo y drogadicción.	140
6. Democracia.	142
7. Misoginia.	144
8. Zapatismo.	146

B. El nuevo rock mexicano.	148
----------------------------	-----

Conclusiones

Anexos

Bibliografía

Hemerografía

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Este trabajo se lo debo a todos aquellos que me hicieron amar la música y obsesionarme con ella desde mi familia, mis hermanos, amigos, ex jefes, maestros, compañeros, músicos, locutores de radio, periodistas, escritores, cineastas, críticos y por supuesto gracias a mis doctoras, a la compu y al café por permitirme llegar al final.

Los quiero mucho.

F

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

*EL AIRE JUEGA A LOS RECUERDOS:
SE LLEVA TODOS LOS RUIDOS Y DEJA
ESPEJOS DE SILENCIO PARA MIRAR
LOS AÑOS VIVIDOS.*

XAVIER VILLAURRUTIA

TESIS CON
FALLA DE UNION

F

INTRODUCCIÓN

El rock mexicano es uno de los temas más recurrentes en investigaciones que pretenden explicar los fenómenos juveniles de las últimas décadas o ciertos aspectos culturales de las sociedades modernas, predominantemente urbanas, el problema es que casi siempre se le aborda de manera cronológica enfocándose únicamente en su desarrollo, su establecimiento en el mercado y en el gusto popular así como en la descripción de sus manifestaciones más obvias como la moda, las nuevas tendencias musicales, su impacto en la juventud del momento y su influencia en otras áreas de la producción artística.

Esta investigación lo analizó desde otra perspectiva. Primero, se le ubica como género musical estrechamente relacionado y determinado por el sistema económico y el sistema cultural para encontrar en estas relaciones la razón por la cual el rock de los noventas es así y no de otra manera. Para ello partimos de la premisa de Daniel Bell¹ que divide a la sociedad en cuatro esferas: la económica, la política, la social y la cultural. Donde cada una se encuentra perfectamente interconectada y sigue determinadas reglas para el buen funcionamiento de la sociedad en conjunto.

Encontramos que las reglas bajo las que se rige el sistema económico entran en conflicto con las que propone el sistema cultural, lo que genera conflictos y contradicciones entre los individuos y en la sociedad. En el área cultural, las sociedades modernas están viviendo el auge de la libertad de expresión, la democracia, el flujo masivo de información, el consumo de todo tipo de bienes y la prosperidad económica de varias naciones sumada al aumento del tiempo libre dedicado al ocio generan sentimientos de búsqueda de aventura, placer y sensaciones inmediatas. Hecho que va en contra del ideal del sistema económico.

La contradicción radica en pedir por un lado hombres productivos, responsables, dedicados al trabajo y por el otro, aplaudir el comportamiento desobligado y desenfadado. En México este tipo de contradicciones varían debido a la situación específica de nuestra economía y de nuestra sociedad. Sin embargo, el rock mexicano, como buen fenómeno cultural, nos permite detectar algunas de estas contradicciones y presiones que ejercen ambas esferas sobre los individuos. Como el rock tiene la particularidad de expresar el sentir de los jóvenes, de dibujar la imagen de la sociedad en determinado tiempo, de representar los sueños y aspiraciones de un amplio sector de la población e

¹ Daniel Bell, *Las contradicciones contraculturales del capitalismo*, p.11.

incluso tiene el poder de alzar la voz por aquellos que no tienen como hacerlo, resulta ideal para detectar el malestar de los individuos con el sistema económico y el sistema cultural en nuestros tiempos.

Ahí radica su magia, su mito, su poder de convocatoria y su aceptación en casi todo el mundo. El rock se encuentra precisamente entre el ámbito económico y el cultural, la misma evolución del género propicio que pasara de ser un simple ritmo de moda durante los años cincuenta a una industria que mueve enormes cantidades de dinero a nivel mundial. Es así como se convirtió en pasión y negocio. En cuanto a cultura, el rock abarca procesos como la socialización entre jóvenes, la identificación de grupo, la afinidad con causas sociales, impulsa movimientos de vanguardia, enlaza diferentes tipos de medios de comunicación e incluso es bandera de movimientos sociales que cuestionan la estructura misma de la sociedad.

El periodo que analizamos en este reportaje es la década de los noventa, época donde fuimos testigos del cambio de estafeta entre la generación de rockeros proveniente del *boom* del "rock en tu idioma" durante los ochenta y la nueva generación de grupos como Molotov, Control Machete, El Grar. Silencio, Plastilina Mosh, Panteón Rococó y Sekta Core, quienes empujaron desde varios frentes el cambio de ritmo, de letra, de vestimenta, de producción y de difusión del rock mexicano.

Década turbulenta donde el sistema económico sufrió una de las peores crisis económicas, la apertura del mercado trajo graves consecuencias, los avances tecnológicos propiciaron la volatilidad de los mercados financieros, nos enfrentamos a la crisis de los energéticos, al levantamiento zapatista y los asesinatos políticos además del deterioro ambiental, factores que unidos prácticamente derrumbaron el sueño modernizador del ex presidente Carlos Salinas de Gortari.

En este periodo quedó ampliamente demostrado que las afectaciones al orden económico generan serios problemas en la esfera social y cultural, ya que es precisamente la esfera económica la que determina la producción artística. Sin embargo, la cultura pudo ejercer un papel de denuncia o demanda ante estos problemas económicos sobretodo cuando la vía política comenzó a perder legitimidad ante la sociedad. Eso fue justamente lo que hizo el rock, funcionó como medio de denuncia del malestar económico y cultural durante los noventa.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El asomo de los rockeros a los problemas que iban más allá del amor, la decepción, el reventón y la amistad fue evidente. Si bien a esta nueva generación de rockeros les tocó un mercado ya bien establecido con mayor acceso a los foros, disqueras interesadas en invertir en el género, medios de comunicación dispuestos a ejercer una mayor libertad de expresión y un público perfectamente preparado para recibir al rock, la cuestión social no dejó de reflejarse en sus letras.

Esta investigación describe de que manera la estructura económica y la cultural se relacionan y afectan al rock mexicano. Que tipo de conflictos se generan a la hora de insertar la música en el mercado así como que tipo de factores culturales determinan el modo de componer, grabar, producir y difundir el rock en México. Se identifican los distintos intereses que mueven a todos los actores relacionados directa o indirectamente con la producción de música para explicar la situación actual del rock y su evidente transformación durante la década pasada.

Se narra su evolución y adaptación a la industria del entretenimiento mundial con la que perdió parte de su esencia original en aras de un mayor auditorio y un mejor rendimiento económico y se abordan las razones de ese malestar económico y social tan fuertemente manifestado en sus letras, su actitud, su vestimenta y su ritmo. Cabe destacar que la investigación se vio limitada por la misma magnitud del fenómeno ya que el rock va más allá de la música, en él se encuentran diversas cuestiones relativas a la sociedad en su conjunto que rebasan el ámbito musical.

Por ejemplo, no se puede hablar de un sólo tipo de auditorio o de un solo tipo de joven, la audiencia es heterogénea. Tampoco se puede clasificar a los grupos tan fácil como antes ya que en México (y en todo el mundo) el rock se ha mezclado con los ritmos locales creando un género híbrido mezcla de rock con hip-hop, cumbia, ballenato, música de banda, salsa y ska, entre otros. Asimismo, la amplitud del tema nos impidió analizar más a fondo cuestiones relativas a la socialización e identificación de grupo, a los espacios urbanos y al significado de ciertas practicas culturales como la vestimenta, el lenguaje o el consumo, aunque se les describió de alguna manera.

La falta de más estudios sobre su influencia en el comportamiento de los jóvenes y lo complicado que resulta conseguir las cifras reales de dinero que mueve la industria del disco e incluso lo difícil que es acercarse a los mismos artistas también limitó la investigación. En el primer capítulo, se explica el objetivo y función del área económica, se describen las condiciones económicas durante la década de los noventa, los aciertos y desaciertos de la economía y las consecuencias de esto sobre los

individuos. Se describen los principales conflictos entre los individuos y el sistema económico para entender el malestar de la juventud y como se manifiesta en el rock mexicano. También se explica como es que los cambios políticos y económicos tienen más influencia sobre el área artística de lo que creíamos.

En el segundo capítulo se analiza la función de la cultura, su relación con el sistema económico y los conflictos que genera esta relación tanto entre los artistas como en el público ya que la cultura no sólo está determinada por la economía sino por las nuevas tendencias, las políticas culturales y la evolución misma de la sociedad. Se describen las principales características de la cultura en los noventa y sus consecuencias directas sobre los individuos y sobre la producción de rock. También se hace una reflexión sobre los límites que separan a las producciones artísticas de las producciones comerciales y si existe tal separación o si más bien se trata de un solo producto con diferentes usos.

En el capítulo tres, se describe la situación del rock mexicano en los noventa. Ubicándolo primero como agente cultural y después como agente económico, con todos los actores involucrados en la creación musical como los músicos, los productores y las compañías disqueras pasando por quienes están involucrados exclusivamente en la difusión como la radio, la televisión y la prensa especializada. Se abordan aspectos como la moda, los lugares de reunión y el público, factores que juegan un papel importante a la hora de entender como el rock se involucra con otras áreas sociales.

Finalmente, en el último capítulo se aborda la cuestión del contenido de las letras y se detectan los temas más recurrentes para mostrar cómo se manifiesta el malestar contra el sistema económico y el sistema cultural en el rock mexicano. Aspecto importante ya que los jóvenes creadores no hablan por ellos mismos sino por miles de jóvenes y adultos que coinciden con su visión. Se analiza también cómo ha cambiado la manera de difundir la música, de relacionarse con los medios de comunicación y en general, cómo cambió la manera de hacer y oír rock a partir de estos cambios en el área económica y cultural.

Se utilizó el esquema de reportaje por ser el género periodístico más completo. En él cabe la nota informativa, la entrevista, la crónica, la investigación documental, la observación directa y el punto de vista del escritor. Se pueden mostrar opiniones a favor o en contra del mismo tema, permite jugar con los tiempos y profundiza en las causas de los hechos. Es más bien un relato bien documentado por lo que resultó ideal para narrar un fenómeno tan complejo y con tanta historia como el rock mexicano.

J

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

I. EL SISTEMA ECONÓMICO

La historia del rock en México es la historia de un niño de más de 40 años que recién comenzó a tomarse en serio su papel. Un niño que creció cantando las canciones que componían sus hermanos ingleses y estadounidenses pero que al mismo tiempo trataba de construir su propia identidad con sus propios recursos. Este niño a quien le dijeron en un principio cómo hablar, cómo vestirse y cómo comportarse ante las cámaras hoy parece tener una personalidad más fuerte e independiente.

Su desarrollo estuvo determinado por el contexto familiar, Papá gobierno se asustó con los gustos, palabras y bailes de los hermanos mayores así que trató de controlar al pequeño haciendo de su música algo tranquilo y carente de rebeldía. Le permitió rocanroleo con la única condición de que no alterara las buenas costumbres. Mamá sociedad siempre al pendiente de las buenas costumbres, reprobó su atuendo, se escandalizó con la aniquilación de los boleros, el cha chá chá y el mariachi y trató de evitar que sus hijas sucumbieran a la fascinación del nuevo ritmo hasta que finalmente comprendió que todo era parte del cambio de estafeta entre generaciones.

Fue así como el rock and roll de los años cincuenta se transformó en moda y en un ritmo musical de tintes familiares mientras en el resto del mundo marcaba la brecha generacional entre adultos y jóvenes y reflejaba la inconformidad y energía propia de la juventud. Pero antes de seguir con la historia del rock en México nos remontaremos a su origen. El término rock and roll viene del idioma inglés y se puede traducir como "piedra" y "rol" aunque el nombre en realidad deriva del blues y sus corrientes musicales. El blues es un género musical creado en el siglo pasado por los esclavos en Estados Unidos quienes expresaban su dolor por medio de cantos de lamentación.

Los negros manifestaron a través de este género musical su tristeza, coraje y melancolía de raza sometida por los blancos, se comenzó a tocar en el delta del río Mississippi y en Nueva Orleans –lugar donde se encontraba la mayor cantidad de esclavos- y en los años cuarenta se desplazó a Chicago donde los músicos transformaron el ritmo original al anexarle guitarras eléctricas, bajo, armónica, piano y batería. Tiempo después los jóvenes negros de las ciudades comenzaron a tocar este tipo blues con un ritmo más rápido, sensual y festivo, ritmo que se bautizó como rythm and blues.

Las estaciones de radio rebautizaron el rythm and blues como "rock and roll" para no hacer tanto alarde de que estaban programando música negra –el racismo aún era fuerte- pero el nuevo ritmo

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

tuvo tanto éxito que los blancos comenzaron a tocarlo. Se hicieron famosos Elvis Presley, Jerry Lee Lewis, Chuck Berry, Buddy Holly, Ray Charles, Gene Vincent, Ritchie Valens, The Coasters, The Platters, The Dominoes, The Skyliners, The Marvels, The Silhouettes entre muchos otros. Después de esta primera ola de grupos vendrían sus sucesores, su propagación en el resto del mundo y la mezcla con otros géneros musicales hasta llegar a lo que hoy conocemos como rock.

Con toda esta evolución, el rock perdió en algunos momentos y casos específicos ese deseo por expresar la tristeza, la furia, la opresión y la sensualidad que le heredó la música negra. Sin embargo, sigue pesando en él esa tradición lírica de denunciar la represión de las clases oprimidas. Tradición que como veremos más adelante a veces se cumple y a veces no, la evolución, la misma ramificación en varios géneros y su adaptación a otros territorios y otros contextos ha hecho del rock otra cosa.

En el caso de México, al llegar los años sesenta los grupos comenzaron a cantar en inglés dejando atrás el vicio de sólo traducir las canciones originales en inglés -versiones que no siempre estaban muy apegadas a la original-, los grupos empezaron a dar conciertos, a tocar con un sonido más agresivo y a adquirir más seguridad respecto a lo que hacían pero al llegar la década de los setenta, esa ola psicodélica cargada del anhelo de libertad corporal y psíquica, esa búsqueda de nuevas formas de percepción -especialmente vía las drogas- propició la satanización del rock y la sociedad terminó acusándolo de vandalismo y drogadicción.

El rock se refugió en lugares clandestinos para no ser reprimido por la autoridad. Cientos de grupos llenaban todos los fines de semana los cafés cantantes, las pistas de hielo, los hoyos funki y cualquier casa que se prestara para organizar una tocada. La fama y calidad de las bandas comenzó a crecer aunque cierto sector de clase media no terminaba de convencerse de la calidad de los nuevos grupos a quienes siempre comparaba con los grupos extranjeros sin tomar en cuenta la enorme desventaja en la que se encontraban los mexicanos. Sin embargo, el crecimiento continuó.

Al llegar los años ochenta una ola extranjera hizo volver los ojos hacia aquel estilo de música enterrado y negado. La movida española atrajo grandes audiencias en los países de habla hispana Mecano, Hombres G, Alaska y Dinarama, Radio Futura, La Orquesta Mondragón, La Polla Records, Olé Olé, Nacha Pop, Joaquín Sabina, La Unión, Miguel Ríos, entre muchos otros, se colocaron a la cabeza de las listas de popularidad y desataron la fiebre por el rock en español.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Si bien esta movida fue más bien de tintes pop, la vestimenta y la actitud de los intérpretes recordaba a las bandas de rock de Inglaterra y Estados Unidos como Siouxsie and the Banshees, The Smiths, The Police o The Cure. El rock mexicano tuvo entonces la oportunidad de oro para salir a la superficie y demostrar que estaba listo para dar el salto hacia adelante dejando atrás el estilo típico del Tri que imperó en los setenta y comenzar una nueva etapa, más fresca, más plural y sobre todo: en su propio idioma.

Grupos como Botellita de Jerez, Sombrero Verde, Cristal y Acero, Kerigma, Guillermo Briceño, Mama Z y poco tiempo después Maldita Vecindad, Caifanes, Bon y los Enemigos del Silencio, Víctimas de Doctor Cerebro, Los amantes de Lola, Café Tacuba, Santa Sabina y La Lupita encontraron un sonido más propio y comenzaron a contar experiencias más cercanas a nuestra realidad. Aunque esto no significara la independencia o el comienzo de un movimiento de tintes rebeldes y desafiantes al orden establecido como se supone es el rock.

Debemos tomar en cuenta que México no tuvo en su historia musical un blues o un gospel originado por el dolor de los negros ante su situación social y más allá de los corridos revolucionarios que funcionaron más como periódicos hablados que como verdadera canción, la historia de la música mexicana se inclina más hacia el romanticismo que hacia la agresividad. Así pues, en el rock de los ochenta predominaron temas como el amor, la amistad, la fiesta, la escuela, la novia y los problemas con los padres ("Estoy verde...no me dejan salir").

Algunos grupos como Botellita de Jerez, Maldita Vecindad, Jaime López y después Café Tacuba comenzaron a arriesgarse y se salieron de las temáticas tradicionales, comenzaron a hablar de la vida en el barrio, en la ciudad y empezaron a mezclar ritmos como la banda, el guapango y la cumbia con el rock. El público respondió bastante bien a la nueva ola de grupos y las compañías disqueras se dieron cuenta que el rock en español era una buena oportunidad para hacer negocio.

A mediados de los ochenta, BMG Ariola organizó el concurso "Rock en tu idioma" -idea de productores argentinos- cuyo premio era editar el disco de la banda ganadora. Los triunfadores fueron Los amantes de Lola pero como la disquera no creyó en el éxito comercial del grupo optó por sacar un disco con los 21 finalistas, de esta manera se dieron a conocer más grupos. Tiempo después la compañía decidió contratar a Caifanes, Neón y Alquimia. Finalmente la gran mayoría de los grupos que editaron discos bajo el sello "Rock en tu idioma" ni siquiera participaron en el concurso.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Gracias a este experimento pudimos conocer el trabajo de algunos artistas extranjeros como Miguel Mateos, Git, Radio Futura, Toreros Muertos, Raul Porcheto, Charly García, Joaquín Sabina y La Trinca que ayudaron mucho a impulsar el movimiento nacional. A partir de este concurso vimos surgir una gran cantidad de bandas en todo el país, tan solo en la primera emisión del concurso participaron 150 grupos del D.F.; 60 de Guadalajara; 50 de Monterrey; 20 de Tijuana y entre 5 y 10 del resto de la República.¹

Este impulso al rock mexicano presionó a los mismos artistas a buscar un sonido más propio y los lanzó directa o indirectamente a contar historias más cercanas a su propio contexto. Tanto los músicos como el auditorio necesitábamos escuchar historias que nos hablaran de nosotros mismos. Sin embargo, esta búsqueda de originalidad e independencia se topó con la industria disquera, con el aparato comercial y aquí empezó una de las principales luchas al interior del rock en México ¿Qué tanto te puedes independizar cuando sigues viviendo en la misma casa (disquera) de tus padres?

Para entender mejor esta situación imaginemos que el rock es como cualquiera de nosotros. Se mueve en las mismas esferas sociales: la económica, la cultural, la política y la personal, por lo tanto, se ve afectado por ellas. El rock está atrapado como tú y como yo entre sus sueños, sus convicciones, sus ganas de reconocimiento, su necesidad de ser autosuficiente y la presión que ejercen sus amigos y parientes para ser profesional, independiente y a veces hasta rico y famoso pero sin venderle el alma al diablo. Así que el rock mexicano debe ser explicado de acuerdo a estas relaciones.

Durante los noventa las condiciones de producción y difusión eran más amables para los grupos y la audiencia estaba lista para nuevas cosas pero la situación económica, política, social y cultural se convulsionaron. De este periodo llama la atención la agresividad y sinceridad con la que grupos como Molotov, Sekta Core, Tijuana No y Control Machete se hicieron famosos y se colaron a las listas de popularidad de todo el país. Sus letras, estilo, temas, vestimenta, actitud y poder de convocatoria nos hicieron preguntarnos si era posible que existiera la agresividad y toma de conciencia justo cuando todo parecía dominado por el mercado.

¿Contra que protestan los actuales grupos de rock mexicano? Vayamos por partes. A mediados de los cincuenta el rock and roll propició una enorme prosperidad en la industria del entretenimiento lo que afectó la dinámica de toda la industria empezando por las compañías disqueras, la radio y la

¹ Marco A. Rueda, "10 años de rock en español", *Círculo Mixup*, septiembre de 1997, p.32.

televisión. Aparecieron varios programas de corte musical como *Orfeon a go-go* y según el investigador Eric Zolov las compañías disqueras contrataron psicólogos para analizar a los nuevos talentos y evaluar si contaban con los elementos suficientes para impactar al público. Los ejecutivos "podían ser vistos en los cafés a go-go, hablando con muchachos, enterándose de sus preferencias para regresar con esa información a sus oficinas".²

Casi 10 años después, cuando Luis Echeverría comenzó su campaña por la presidencia el rock gozaba de un enorme apoyo y tendía hacia una composición de música original, aunque todavía escrita y cantada en inglés. En 1970 el 50% de las ventas de la CBS correspondía al rock mientras que a nivel internacional el crecimiento alcanzaba el 26% anual. Después de 1968, la industria musical en su conjunto percibió la creciente demanda por este género e intensificó sus esfuerzos por promoverlo y comercializarlo.³ Las compañías disqueras adquirieron gran poder gracias a sus contactos con la televisión y la radio.

Para los jóvenes de esta época el escuchar rock, participar en experiencias privadas, analizar el significado de las letras, cuestionar su propia relación con la época, la guerra, la violencia, la represión por parte de los gobiernos y los movimientos de liberación, hizo que se redefiniera el marco cultural del ocio para los jóvenes de todo el mundo.⁴

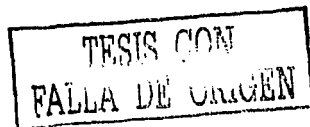
La música siempre ha sido parte del desarrollo de las sociedades como una de las manifestaciones artísticas preferidas ya que no sólo llena los silencios sino que tiene la capacidad de tocar el alma, nos brinda tranquilidad, desencadena recuerdos, provoca el llanto, la euforia, acompaña la mayoría de nuestras actividades y además, refleja las condiciones sociales de la época. Pero la música no sólo es melodía también es un buen negocio.

Hoy en día casi ninguna producción musical se salva de estar inmersa en un mercado que hoy conocemos como "industria del entretenimiento" desde las interpretaciones de la Sinfónica de la Ciudad de México en Bellas Artes pasando por los mariachis en los Palenques, Jorge Reyes en el solsticio de invierno, las estudiantinas en el Festival Cervantino o Paquita la del Barrio en el Zócalo. Todo forma parte de una de las industrias más complejas de los últimos años.

² Eric Zolov, *Rebeldes con causa*, p.140.

³ Zolov, *op.cit.*, p.231.

⁴ *Ibidem*



Hablar de industria implica hablar de economía, inversión, ganancia, grabación, producción, promoción, distribución, ventas, pago de regalías, derechos de autor, cobro de entradas a los espectáculos, giras, etc. Todo el sistema operativo que da como resultado estas presentaciones y producciones musicales. Cuando el rock es producido como una mercancía (un disco) pasa por una serie de mecanismos, criterios y operaciones característicos de las compañías discográficas quienes operan como filtros para la selección, producción y difusión de la música que podría generarles altas ganancias, proceso que se define como la producción selectiva de formas culturales.⁵

Dick Leahy director de la Bell Records dijo alguna vez: "No editamos un producto sencillamente por sus valores, siempre nos preguntamos primero ¿Quién lo va a comprar? Si no podemos responder a esa pregunta no sacamos el disco".⁶ Es así como los empresarios desempeñan un papel más decisivo que cualquier otro mediador, toman decisiones clave sobre qué debe o no debe producirse, ellos tienen el poder simbólico de hacer ver y de hacer creer. Entonces, si el rock se determina en gran medida por la variable económica es necesario explicar las condiciones económicas que reinaron en nuestro país durante los noventa.

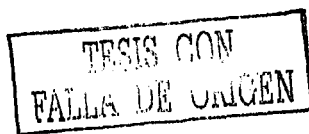
A. EL SISTEMA ECONÓMICO EN MÉXICO

Para entender la evolución de la economía mexicana durante la década de los noventa necesitamos remontarnos algunos años atrás y revisar cómo evolucionó desde el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988) cuando se aplicó por primera vez en México el modelo neoliberal. ¿Qué tanto afectó la esfera social y cultural del país?. A partir de este sexenio se instrumentaron las medidas necesarias para terminar poco a poco con el antiguo modelo del estado benefactor. El nuevo proyecto económico pretendía desentenderse de las responsabilidades básicas del Estado como la seguridad social, el desarrollo económico y cultural dejando todo en manos de la ley de la oferta y la demanda.

La aplicación de estos cambios fue minando poco a poco el poder de ciertos sectores sociales como los trabajadores sindicalizados, la pequeña y mediana empresa y los campesinos -antes fuertes y determinantes para el funcionamiento de la economía y la convivencia social-. Prácticamente no hubo

⁵ Adrián de Garay, *El rock como práctica cultural*, p.45.

⁶ De Garay, *op.cit.*, p.45.



persona que no resintiera la desaparición del estado benefactor para dar paso a las transnacionales en un ambiente de libre competencia.⁷

La sociedad mexicana acababa de padecer el estancamiento económico durante los ochenta cuando el derrumbe de los precios del petróleo acabó con buena parte de los recursos públicos y el índice de confianza internacional para invertir en el país estaba muy bajo. Recordemos que México había crecido a un ritmo de 6% anual desde los cincuenta lo que generó una explosión demográfica favorecida por el aumento de las expectativas en el tiempo y calidad de vida. El índice de natalidad subió, el surgimiento de nuevas ciudades trajo la consecuente demanda de servicios y empleos. México pasó de un paisaje rural a uno citadino.

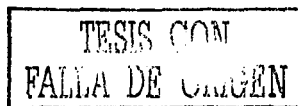
Al comenzar el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988) la población creció a un ritmo de 3% al año mientras la economía sólo lo hizo a un 0.1 por ciento. El sector agropecuario no pudo satisfacer la demanda de alimentos y se importaron granos, frutas y verduras, casi el 70% de la población padecía algún tipo de desnutrición. Se estancaron la industria, el comercio y el turismo. La inflación se disparó a un promedio anual de 86% y en 1988 la deuda externa llegó a 100 mil 384 millones de dólares. Además, el desempleo y el subempleo aumentaron al igual que el comercio informal.⁸

A pesar de los planes de ajuste y la precaria situación económica en 1986 el país ingresó al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) y se redujeron las barreras comerciales permitiendo la entrada de más productos importados a bajos precios, lo que desequilibró aún más la balanza comercial. Al importar más que exportar la inflación se disparó de nuevo y la caída de los precios del petróleo afectó el ingreso del sector público. El país se volvió más dependiente del exterior, se agudizó la crisis, disminuyó el nivel de vida de muchos mexicanos y prácticamente no se creció económicamente. Todas estas condiciones fueron suficientes para llamarte a éste el *sexenio perdido*.

Cuando Carlos Salinas de Gortari asumió la presidencia en 1988 el principal reto era impulsar el crecimiento económico para lo cual se instrumentaron varios programas como: el Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento, el Plan Nacional de Desarrollo -que incluía proyectos de salud, modernización de la educación y alimentación- así como el controvertido PRONASOL calificado por

⁷ Sergio Zermeño, *La sociedad derrotada*, pp. 11-12.

⁸ José Silvestre, *Pasado, presente y futuro de la economía mexicana*, p.59.



muchos como un proyecto para legitimar a un gobierno que no ganó democráticamente las elecciones.

Se creó PROCAMPO para apoyar a los campesinos e impulsar los cultivos básicos, se privatizó y reprivatizó la banca, se desincorporaron y vendieron paraestatales a un precio muy bajo y para cerrar con broche de oro, a medio sexenio se firmó el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y Canadá con lo que se eliminaron más aranceles y se desequilibró más la balanza comercial. El TLC bien se puede definir como el proyecto más ambicioso que gobierno alguno haya lanzado dentro del neoliberalismo latinoamericano, el sólo hecho de disminuir los aranceles con la economía más poderosa del mundo sobrepasó los límites proteccionistas de muchas naciones.

Salinas logró la estabilidad macroeconómica, disminuyó la tasa de inflación a un solo dígito, el Producto Interno Bruto (PIB) creció 2.6% en promedio anual -porcentaje ligeramente superior al crecimiento de la población-, el sector industrial creció 4% al año y los servicios básicos crecieron a una tasa de 2.8% aunque la deuda externa aumentó más de la mitad.⁹ Asimismo, a mediados de sexenio, la mitad de la población económicamente activa trabajaba en el comercio informal como consecuencia del alto índice de desempleo.

La apertura comercial incrementó la llegada de franquicias y transnacionales por lo que aumentó la competencia y cientos de micro y medianas empresas quebraron. Además, para atraer a la inversión extranjera se recortaron los salarios casi 40% (los inversionistas buscan mano de obra barata) y los únicos subsidios generosos se otorgaron al sector exportador a quienes se les exentó del pago de algunos impuestos, se les apoyó con infraestructura y se les otorgaron préstamos con bajas tasas de interés.

Estas reformas para hacer al país más competitivo y atractivo a la inversión extranjera trajeron como consecuencia una fuerte migración -gran parte de la población sureña huyó hacia el norte en búsqueda de empleo en las maquiladoras-, las ciudades fronterizas se empezaron a llenar de un proletariado joven -en su mayoría mujeres- poco escolarizado y sin tradición obrera ni organizativa. La maquila registró un crecimiento espectacular pasó de 100 mil obreros a un millón entre 1980 y el 2000.¹⁰

⁹ Silvestre, *op.cit.*, p.61.

¹⁰ Zermeño, *op.cit.*, p.27.

El sector agropecuario fue uno de los más afectados, la entrada de granos básicos a precios bajos y las reformas al artículo 27 con las que desapareció el ejido provocaron el empobrecimiento de la región. Además, el aumento de la migración a las ciudades dejaron a la provincia vacía y lejos del sueño de modernización y autosuficiencia alimenticia. La reforma al artículo 27 tenía como objetivo promover iniciativas individuales de ejidatarios y comuneros para integrarlos a la vida económica nacional. Sin embargo, para 1997 el número de ejidos regularizados en Chiapas era menos del 20% de los 1 887 que tenía en total.

Finalmente la administración de Salinas recuperó el crecimiento económico aunque no a los niveles esperados pero el centrar los esfuerzos en la economía externa trajo como consecuencia una concentración del ingreso en pocas manos y la consecuente marginación de muchos sectores. En Chiapas, de hecho, todavía no se ha conseguido que los indígenas se beneficien de su propio trabajo, ni se ha incrementado la producción que era uno de los principales objetivos de Salinas de Gortari.

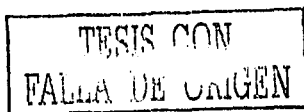
Primero la reforma económica y luego la reforma política

Pero el proyecto de Salinas de Gortari se desdibujó no sólo por los problemas económicos sino por la violencia en el entorno político. El equipo salinista se vio imposibilitado para incorporar todas las variables dinámicas que afectan el desarrollo de una sociedad. De acuerdo con Sergio Zermeño: "Se supone que los beneficios del proyecto gotearían sobre la población menos favorecida, elevando el nivel de vida colectivo. Pero eso, hasta ahora no ha sucedido".¹¹

En mayo de 1993 murió en el aeropuerto de la ciudad de Guadalajara el Cardenal Jesús Posadas Ocampo en medio de una balacera entre bandas de narcotraficantes, la primer línea de investigación apuntaba hacia sus nexos con el narcotráfico pero las autoridades aseguraron que fue una confusión. En septiembre de ese mismo año asesinaron en la Ciudad de México al secretario general del PRI, José Francisco Ruiz Massieu a plena luz del día y en un escenario lleno de testigos. Aunque no se encontró ninguna relación entre su muerte y la del cardenal, las señales sobre el mal funcionamiento del sector político fueron evidentes.

En enero de 1994 los asesinatos políticos se olvidaron por un momento ante la emoción de la firma del TLC la cual parecía ser la llave mágica para entrar al primer mundo como una economía fuerte, exportadora y digna de un trato equitativo con Estados Unidos. El libre comercio significa desregular

¹¹ *Ibid.*, p.35.



el mercado, derogar barreras arancelarias, eliminar subsidios estatales a la industria y protección de la mano de obra, lo cual conduce a la caída de los salarios, la reducción de servicios como salud y educación y poca preocupación por el medio ambiente.

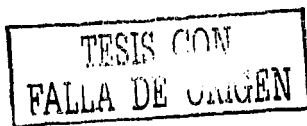
Todos estos cambios prometían el desarrollo económico, la generación de empleos y el desarrollo para todo el país pero el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) nos recordó a todos lo lejos que estábamos de ser un país moderno, desarrollado, justo e integrado. ¿Cuántos de nosotros no teníamos ni idea de la situación en la que vivían miles de indígenas en aquel estado? El EZLN nos hizo mirar hacia dentro, olvidar por un rato la obsesión por la economía externa y ubicar los lugares donde el desarrollo nunca llegó. Un campo abandonado, explotado, la deforestación, la desnutrición, la discriminación y el atraso.

Chiapas contaba con un tasa de 30% de analfabetismo, el índice más alto en el país. A pesar de generar el 60% del total de la energía eléctrica del país la tercera parte de sus viviendas no contaban con luz. La tasa de natalidad era el doble del promedio nacional y la mayoría de las casas tenían piso de tierra, 3 de cada 5 estaban sin drenaje y sólo había un médico por cada 1 500 habitantes.¹²

En marzo del mismo año, Salinas tuvo que enfrentar otro problema de igual impacto económico, político y social: el asesinato del candidato priista a la presidencia, Luis Donaldo Colosio. El 23 de marzo, en Tijuana, Baja California, Mario Aburto Martínez acabó con la vida del candidato a la presidencia. Hasta el momento no se sabe quien fue el autor intelectual del crimen ni los motivos para asesinarlo. Al ciudadano común y corriente sólo le preocupó si todo esto no le pagaría directamente en el bolsillo. Y le pegó.

En aquellos años la mayoría estaba contenta con la situación económica. El transporte era barato, un periódico como *La Jornada* costaba \$1.50, el dólar estaba a \$2.90 por lo que los discos, libros y alimentos procesados eran baratos. La población citadina se sentía bien, consumía como si su poder adquisitivo fuera realmente alto pero después del asesinato de Colosio algo cambió, la confianza en el sistema político se derrumbó, la economía pendía de un hilo, el riesgo de una mayor desestabilización política generó desconfianza en todos los sectores sociales y empezamos a caer en una crisis tanto económica como política.

¹² Manú Dombierer, *El Pinosaurio*, pp. 179-181.



Los mexicanos cambiamos mucho durante los noventa, en diez años nos tocó ver lo inimaginable: el eclipse solar de 1991, el asesinato del candidato del PRI a la presidencia, el levantamiento de los indígenas en Chiapas, el crecimiento desmedido del narco, la peor devaluación y la peor crisis en los últimos 30 años, la muerte de Fidel Velázquez, el primer gobierno izquierdista en el Distrito Federal, la huelga más larga en la UNAM y el despertar del Popocatepetl.

En el plano internacional la Guerra del Golfo, la Guerra de los Balcanes, la caída del socialismo y el fin de la guerra fría, la unión de las dos Alemanias, la llegada del neoliberalismo y la globalización, el desastre ecológico, el fenómeno del Niño, el hoyo en la capa de ozono y la epidemia del SIDA. En música, la frivolidad ochentera se volvió sólo un recuerdo, un referente en la moda y las películas.

Al concluir el sexenio de Salinas de Gortari la economía pendía de un hilo, los rumores sobre la sobrevaluación del peso y la infiltración del narcotráfico altos niveles del poder eran fuertes. Después de la muerte de Colosio Salinas tuvo una oportunidad para reivindicar un poco su imagen al elegir al sustituto del candidato pero en lugar de convocar a elecciones internas y democratizar a su partido optó por el autoritarismo y designó a Ernesto Zedillo como sucesor.

*Esta rola la tenía que inventar pues sino nunca nadie la iba a hacer
y lo que dice, no lo digo yo, es lo que opina el pueblo y la sociedad
Todos pensamos igual y es que a todos nos ha ido mal
gracias al que por un momento se sintió héroe nacional
Y a todos nos hizo creer que íbamos a ser ricos como él
y mientras estuvo en el poder llevo a ser casi como un Dios
Pero, todo lo que se robó ahora no le va a alcanzar
para limpiar su imagen de rata y vende patrias
Pero quien le dio el poder para decidir el destino de los mexicanos
no es justo que el pueblo, tenga que sufrir
por la ambición de un viejo pelón
Que regrese Salinas que regrese, que regrese lo que se atracó
Que regrese Salinas que regrese, que regrese lo que se atracó
Que regrese el pelón que regrese, que regrese lo que se atracó
Que regrese Salinas, EL TRI*

El final de la inocencia

Para ponerle la cerecita al pastel, en diciembre de 1994 México sufrió una terrible devaluación cuyas consecuencias se sentirían hasta finales de la década. Ernesto Zedillo asumió la presidencia en medio de un clima político viciado por el asesinato del candidato a la presidencia -de quien había sido coordinador de campaña- y reclamos económicos contundentes: crecimiento, inversión y estabilidad. Desde 1991 se había anunciado la pérdida de dinamismo en la producción económica que terminó en recesión durante el último trimestre de 1993.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En 1992, 23 ramas del sector productivo se encontraban en recesión, 8 en desaceleración y sólo 17 en crecimiento. Los factores que incidieron en estos cambios fueron: la baja de la demanda de productos nacionales por productos importados, la recesión de la economía estadounidense, el fomento a la inversión extranjera y el retraso en la reestructuración microeconómica. La fuga de capitales que se desató después de los acontecimientos políticos de 1994 se conoce como la primera crisis financiera del siglo XXI, los avances tecnológicos en el sector financiero permitieron que el flujo de capital se moviera en cosa de segundos y dejara a México sin inversión. El *efecto tequila*.

En 1995 estaban en riesgo de quiebra casi 2 millones de pequeñas y medianas empresas, casi la mitad de la población económicamente activa estaba en la economía informal, la inflación se disparó con el alza al IVA, la economía se contrajo 5.8% tan sólo en primer semestre, la disparidad entre los ingresos de los estratos más altos y los más bajos se hizo evidente, la banca se enfrentó al incumplimiento de pagos, la población se endeudó todavía más con el alza en las tasas de interés y aumentaron los problemas sociales.

¡Noventa y cuatro ya empezó
a volvernos locos con el rock and roll
¡con represión con represión!
Hey, hey, hey, hey
Cuando caigan bombas nos daremos otro son
Tenemos un ejército televisado con esclavos del fusil
Queremos un centro comercial en la selva
pa'que compres ahí tus jeans

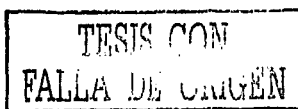
No te asustes mi carnal
La melena no te reparán
Ni el *walk man* te van a quitar
Sólo déjanos tu vida
Deja de pensar
Y a los zarrapastrosos indios
Los ángeles y el rey van a exterminar
La Ironía se acabó. LOS DE ABAJO

B. LA ECONOMÍA EN LOS NOVENTA

"Al gobierno de Ernesto Zedillo le estalla la descomposición política, económica y social. Para controlar el caos, se ve obligado a meter en juego un nuevo apoyo, una bota que digamos es el aparato de seguridad. La nueva composición de intermeditaciones entre la sociedad dispersa y el núcleo duro de la dominación coloca (en el siguiente orden) el ejército y el aparato de seguridad, a los medios de comunicación, la cúpula panista, a un disminuido Pronasol, y aun desfigurado PRI en estado de descomposición."

Sergio Zermeno¹³

¹³ Zermeno, *op.cit.*, p.218.



La amarga medicina

Durante 1995 se destinaron 26 mil millones de dólares para aliviar los mercados financieros y estabilizar el peso además del equivalente a un cuarto de la deuda externa bruta para pagar los Tesobonos. Para evitar la quiebra del sistema bancario se utilizaron otros 40 mil millones de pesos, 18 mil millones para el pago del servicio de deuda externa y 17 mil millones para pagar los intereses de la deuda interna.¹⁴

Pero eso no fue todo, también se destinaron otros 20 mil millones a programas de reestructuración de créditos y disminución de las tasas de interés. El monto de la deuda externa pasó de 85 mil 435 millones de dólares en diciembre de 1994 a 93 mil 536 en junio de 1995.¹⁵ Gracias a esta monumental inyección de dinero el gobierno obtuvo un superávit en las finanzas públicas y en la balanza comercial, disminuyeron las tasas de interés y se contuvo la inflación. Se fijó el tipo de cambio y se consiguió una relativa calma en el mercado financiero.

El presidente recibió una economía con dos puntos débiles: la incertidumbre sobre la paridad, (el dólar pasó de \$5.90 a \$8.50 en el transcurso de un año) y la incertidumbre sobre el financiamiento de las cuentas externas. La promesa de estabilidad se esfumó y se tuvo que aplicar un severo ajuste. Cuando Zedillo asumió la presidencia prometió condiciones dignas de vida y oportunidades de empleo para todos. Sin embargo, durante el primer semestre de su sexenio ya contaba con 11 millones de desempleados.

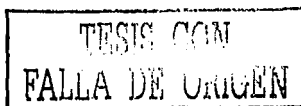
La caída espectacular de 10 puntos porcentuales del PIB se reflejó en el derrumbe de los salarios los cuales se ubicaron en el mismo nivel de 1974 con todo y el aumento emergente del 12 por ciento. La recaudación de impuestos también cayó con todo y el aumento de la tasa del IVA de 10 a 15% y la Secretaría de Hacienda ejerció menos de la mitad presupuesto público durante el primer semestre de 1995.¹⁶ Los sectores más afectados fueron la construcción, los bienes y servicios, el comercio, la industria textil, los plásticos, los automotores y la industria maderera.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática el desempleo abierto rompió su marca histórica en mayo de 1995 cuando cerca de 2 millones 310 mil personas se quedaron sin

¹⁴ Carlos Acosta, "Ernesto Zedillo no ha cumplido lo que prometió...", *Proceso*, 28 de agosto de 1995, p.6.

¹⁵ *Ibidem*

¹⁶ *Ibidem*



trabajo, el equivalente al 6.6% de la Población Económicamente Activa.¹⁷ Mientras que la inflación en julio de 1995 aumentó casi 40% cuando el año anterior fue de sólo 7 por ciento.

En cuanto al campo, de los casi 200 millones de hectáreas con uso agropecuario, solamente 2 millones recibieron crédito de alguna institución y nuevamente se incrementó la importación de alimentos llegando a las 10 mil toneladas en 1995.¹⁸ El TLC afectó la comercialización, la producción industrial, la agricultura, la distribución poblacional y los energéticos. Incluso cuando en las negociaciones se prometió no tocar estas áreas. Finalmente, Estados Unidos otorgó a México un préstamo por 50 mil millones de dólares para ayudar a la recuperación y evitar que otras economías del continente se vieran afectadas.

En 1998 comenzaron a salir los resultados eufóricos de la recuperación, la economía creció 8.1% y todo parecía indicar que la amarga medicina por fin comenzaba a surtir efecto. Pero los crímenes no pararon, el 22 de diciembre de 1997, la matanza de Acteal sirvió de ejemplo para demostrar que el deterioro social seguía en ascenso. Además, el contexto internacional ayudó a retrasar la recuperación económica: bajó el precio del petróleo, las bolsas asiáticas se derrumbaron, llegaron el efecto dragón, el efecto samba, el efecto vodka, surgió el problema del Fobaproa y la baja de los ingresos fiscales.

En México siempre se promete la recuperación y cuando parece que ya casi la alcanzamos un acontecimiento externo nos sume de nuevo en la recesión. En resumen, durante estos años el pueblo mexicano lejos de beneficiarse con el rescate bancario y con los préstamos internacionales sufrió un brusco descenso en su nivel de vida y tuvo que asumir el peso de más deuda pública.

El país sin dinero

Cuando acabé de pizarar vino el rico y lo partió
Todo mi maíz se llevó, ni pa' comer me dejó.

Me presenta aquí la cuenta:

"Aquí debes 20 pesos de la renta de unos bueyes, 5 pesos de magueyes,

Una anega 3 cuartillas del frijol que te prestamos,

Un anega 3 cuartillas del maíz que te limitamos.

5 pesos de unas fundas, 7 pesos de cigarros, 6 pesos no sé de qué,
pero todo está en la cuenta, a más de los 20 reales que sacaste de la tienda.

Ora vete a trabajar pa' que sigas abonando"

Nomás me quedé pensando ,sacudiendo mi cobija, haciendo mi cigarro de hoja:

"Que patrón tan sinvergüenza, todo mi maíz se llevó para su maldita troje"

Se me reventó el barzón y sigue la yunta andando...

¹⁷ Guillermo Correa, "Cada quien sus cifras...", *Proceso*, 28 de agosto de 1995, p.10. Ver anexo 1.

¹⁸ *Ibid*, p.13.

Quando llegué a mi casita me decía mi prenda amada: "¿onta el maíz que te tocó?"
Le respondí yo muy triste: "el patrón se lo llevó por lo que debía en la Hacienda,
Pero me dijo el patrón que contara con la tierra para seguirla sembrando.
Ora voy a trabajar para seguirle abonando.
El Barzón, MALDITA VECINDAD

El Fobaproa es un programa de rescate bancario que se diseñó como medida de emergencia para mitigar el golpe de la crisis financiera de 1995. En aquel entonces varios deudores se vieron incapaces de cumplir con sus obligaciones financieras cuando se elevaron las tasas de interés y sus deudas fueron absorbidas por el fondo y se transformó de deuda contingente a deuda pública interna, el costo de la misma alcanzó el 40% del PIB. En marzo de 1998 el monto de la deuda ascendió a 520 mil millones de pesos (el equivalente a 170 años de deuda externa).¹⁹

El gobierno rescató a los bancos asumiendo más de 45 mil millones de dólares en deuda por préstamos irregulares y créditos dudosos, costo que debemos pagar los mexicanos durante los próximos años. Estos préstamos son sólo el hilo de la madeja de complicidades en la que están envueltos tanto intereses públicos como privados -hasta hoy se sigue investigando la validez de esta deuda-. El gobierno recortó el presupuesto en educación casi 6%, el de salud 7%, el subsidio alimentario 10% y como decidió ocuparse únicamente de la pobreza extrema, ahora sólo le otorga ayuda a 26 millones de mexicanos en lugar de ayudar a los 70 millones en pobreza moderada.²⁰

Al finalizar la década la distribución del ingreso era poco equitativa, de 32 millones de personas consideradas como económicamente activas el 1% poseía el 14% de las ganancias. Esto quiere decir que las personas más ricas obtenían 10 mil 669 dólares mensuales mientras que los grupos más pobres recibían sólo 38 dólares al mes.²¹ El Estado se mostró muy eficaz al integrar la economía a la globalización pero a la larga resultó nefasto desarticular el tejido social intermedio, es decir, alejar a sectores mayoritarios de la sociedad de los estándares occidentales en lo referente a niveles de vida, justicia social y conductas democráticas basadas en el fortalecimiento de la ciudadanía.²²

En 1998 una encuesta realizada por el equipo del periodista José Gutiérrez Vivó anunció que el 88% de los mexicanos estaba en desacuerdo con la estructura económica y el 81% con la estructura

¹⁹ "Expediente FOBAPROA", *La Jornada*, 1998.

²⁰ Salvador Corro, "Lo que Zedillo olvidó...", *Proceso*, 5 de septiembre de 1999. p.26.

²¹ *Ibidem*

²² Zermeño, *op.cit.*, pp. 23-27.

democrática del país.²³ Ernesto Zedillo descuidó una de las necesidades primordiales del capital: el crecimiento del mercado interno. Durante su sexenio no aumentó la capacidad de consumo de los mexicanos —entre otras razones— porque se siguió castigando los salarios y millones de personas perdieron su empleo. La carestía, la reducción del ingreso y el deterioro de la calidad y el nivel de vida fueron una constante en aquellos años.

La política del presidente se caracterizó por salvar a las grandes empresas y los únicos beneficiados fueron los poseedores del capital. En cuanto al conflicto en Chiapas, el gobierno estancó las negociaciones y le dio largas al problema hasta que prácticamente lo congeló dejando dudas sobre la verdadera voluntad de dialogar y puso en evidencia la falta de capacidad política para resolverlo.

En 1999 durante el último informe de gobierno, el presidente escuchó uno de los reclamos más severos en la historia de los informes presidenciales. El panista Carlos Medina Plascencia apuntó: "De nada sirve escuchar una vez más que 'vamos bien', si la pobreza sigue aumentando peligrosamente en el país", ¿Alguien puede afirmar, con apego a la verdad, que 'ya pasamos lo peor' mientras las comunidades indígenas del país siguen acumulando miseria y desesperanza?"²⁴

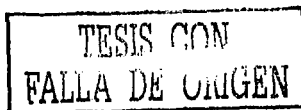
*Por mas que busque
no encuentro trabajo
por mas que busque
nadie me chamba
Ciel que con la secundaria
la podría armar
termine preparatoria
pero sigo sin chambeear*

*No encuentro trabajo
nadie me da chamba
dos tres jales que he tenido
siempre han sido de eventual
y mis deudas han crecido
ahora debo un dineral*

*No encuentro trabajo
nadie me da chamba
ya hasta me dejo mi chava
y es por falta de monedas
todo es que no tengas feria
y hasta sin vieja te quedas
por mas que busque
no encuentro trabajo
El desempleado. EL TRI.*

²³ José Gutiérrez Vivó, *El otro yo del mexicano*, p. 203.

²⁴ Salvador Corro, *op.cit.*, p.29.



Hijo de Salinas!

En su último informe de gobierno Zedillo ignoró dos grandes temas: Chiapas y la huelga en la UNAM. El informe reportó una nación con altos niveles de escolaridad, un sistema educativo con cobertura casi universal y un incremento en la calidad de todos los niveles de enseñanza. Pero no mencionó el descontento magisterial, el deterioro de la infraestructura escolar ni la huelga iniciada en abril del mismo año cuya principal causa fue el recorte al presupuesto en la educación superior y la creciente demanda estudiantil.

El presidente resaltó las medidas de corte asistencialista para combatir la pobreza: los desayunos escolares, las becas para primaria y secundaria, la distribución de complementos vitamínicos entre la población marginada pero nunca dijo cuántos millones de nuevos pobres generó su política económica.

"El gobierno cuenta con márgenes relativamente pequeños para operar ante la crisis. No puede, ni solo, ni asociado a otros gobiernos, cambiar la relación de intercambio y hacerla más favorable a fin de retener una parte del excedente que hoy extrae el mercado libre a favor de los países industriales. No puede aumentar la producción de artículos industriales sin que éstos sean de empresas predominantemente transnacionales. tampoco puede competir en el terreno tecnológico porque sólo el 0.3% de su tecnología tiene capacidad competitiva a nivel mundial."²⁵

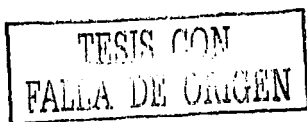
Tampoco se avanzó en cuanto a desarrollo tecnológico, factor importante para mejorar la producción, distribución y el consumo. La cantidad de fábricas o empresas con tecnología de punta era mínima lo que acentuó el atraso económico por lo que México sólo podía competir en el mercado internacional ofreciendo mano de obra barata cuando el gobierno lo que ofrecía era justamente lo contrario, es decir, prometía un futuro moderno pero el problema es cómo conseguirlo. Aún no logramos equilibrar la distribución de la riqueza y tampoco hemos podido disminuir la corrupción, las arbitrariedades del poder político y la desigualdad ante la ley.

"El sistema económico de los noventa está conformado por el partido de estado, millonarios, monopolios cibernéticos, intelectuales, cacicazgos de todo tipo, mexicanos empobrecidos, campesinos, clase media ilustrada, obreros, pequeños y medianos empresarios no competitivos, burócratas, etc."²⁶

Ante este escenario la población mexicana comenzó a sufrir problemas emocionales como depresión, angustia, temor y el aumento de suicidios. Varios analistas coincidieron en que no estábamos frente a un hecho pasajero producto de la inestabilidad generada por el cambio de modelo económico sino de

²⁵ Zermeño, *op. cit.* p.17.

²⁶ *Ibid.*, p.139.



un fenómeno creciente de desordenamiento en lo político, con exclusión y debilitamiento de lo social inherente al propio modelo globalizador.²⁷

C. EL INDIVIDUO Y LA ECONOMÍA

No money no funny

Yo soy la que yo creo que tu quieres que sea,
y estoy dispuesta a todo para ser tu albacea.
Puedo ser una santa, puedo ser una fiera
y lo único que quiero es bajarte la feria.

Lero, lero, ja, ja, ja que risa me da...
Primero frente al padre y después frente al juez,
firmaste tu sentencia de la muerte.
Primero va la casa y después el colchón
y luego van la joyas que tu abuela te dio.

La risa fulminante te quiere alcanzar,
no importa donde vayas te va a encontrar,
la sed de mi venganza te hizo pagar
pero la sangre de mi abuela no te va a perdonar.
Lero, lero, ja, ja, ja que risa me da...
Ja Ja Ja, LA LUPITA

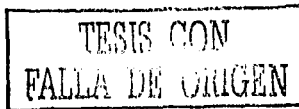
A raíz de nuestra entrada al GATT y al TLC los mexicanos nos vimos tentados a consumir cada vez más, la disponibilidad de artículos importados a bajos precios resultó irresistible para muchos. Además, los medios de comunicación comenzaron a convencernos de que para ser modernos, estar al día y mantenerse adaptados a la permanente dinámica de cambio que se vive en el mundo hay que consumir constantemente nuevos productos, especialmente los extranjeros.

Para entender la importancia del consumo como vía hacia la modernidad tomemos en cuenta algunas ideas de Mary Douglas y Baron Isherwood²⁸. Para ellos todo espacio vacío reclama un ocupante o lo que es lo mismo, las mercancías se encargan de llenar un vacío (real o ficticio) y consideran a los bienes no sólo necesarios para la subsistencia sino como elementos para establecer y mantener las relaciones sociales.

En el caso de la música y su definición como bien destinado a cubrir una necesidad más bien espiritual tiene mucho que ver la manera en cómo se consume. En los años cincuenta el crecimiento de las economías europeas después de la Segunda Guerra Mundial y la modernización de los países

²⁷ *Ibid*, p.44.

²⁸ Mary Douglas, *El mundo social de los bienes*, p.30.



tercermundistas aunado al crecimiento demográfico propiciaron que los jóvenes tuvieran más ingresos disponibles para gastarlos en actividades de ocio como la música. En ese momento la industria cultural se dio cuenta de que el nuevo mercado era el juvenil.

En los cincuenta-sesenta las condiciones eran especialmente buenas para la comercialización de la música. Tan sólo en 1960, México contaba con 240 estaciones de radio y en términos de calidad de producción tanto la radio como la televisión aventajaban por mucho a otros países latinoamericanos. En el caso específico del rock cabe aclarar que mientras en Estados Unidos lo experimentaron primero los jóvenes de la clase trabajadora y después se lo apropiaron los jóvenes de clase media aquí fue exactamente lo contrario, al principio fue un fenómeno de las clases medias y altas. Sólo los jóvenes de buenos ingresos tenían acceso a la música importada, entendían las letras y podían formar un grupo porque podían comprar el equipo.

Durante los ochenta-noventa, los individuos empezaron a obsesionarse con el dinero y en ver para sí mismos, el mismo desempleo, la pobreza y el utilitarismo lo provocaron. Antes los filósofos se preguntaban si uno trabaja para vivir o vive para trabajar, la interrogante de la actualidad es si uno trabaja para vivir o vive para consumir. Toda esta oferta de productos ejerce una presión en los jóvenes para tener el dinero suficiente para poder comprarlos.

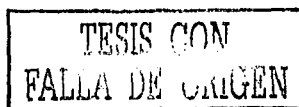
La creación de empleos de 1982 a 1990 fue de sólo 1.3 millones esto quiere decir que cerca de 8 millones de personas no fueron absorbidas por el mercado laboral.²⁹ Esta falta de trabajo, la crisis económica y la mala distribución de la riqueza, empezaron a destruir las identidades colectivas, empobreció a poblaciones enteras y reformó los valores culturales.

"Los economistas, los planificadores, los científicos políticos han visto la crisis de los noventa como una interrupción momentánea en el camino de la modernización, mientras que en la sociología, la antropología y la psicología social tiende predominar un registro en términos de depresión, desesperanza y ausencia de futuro."³⁰

Los jóvenes comenzaron a socializar de una manera alternativa, con un nuevo lenguaje, vestimenta, manifestaciones en el teatro, el rock y la pintura callejera. Los del medio popular urbano optaron por la ruptura con la sociedad integrada y con las autoridades gubernamentales, retrayéndose en pequeños grupos o pandillas y en extremo, en el individuo mismo mientras la clase media se

²⁹ Zermeño, *op. cit.*, p.44.

³⁰ *Ibidem*



confundía ante tantos mensajes publicitarios que incitaban a tener lo más nuevo, lo más rápido, lo más lujoso.

A la juventud popular se le quiere ver como una subcultura integrada, con una producción genuina en la música rock, en el vestido en sus valores cuando en realidad se asfixia en el desempleo, la incultura, la represión policiaca, en la droga, en la ausencia total de opciones y en el extremo, en la violencia y en la delincuencia.

Sergio Zermeño³¹

Fue entonces cuando el rock, casi 30 años después de su surgimiento, dejó de ser una metáfora de la modernidad para convertirse en el símbolo del colapso de las promesas de la Revolución, comenzó a ser la bandera del malestar contra el sistema económico, comenzó a exigir prácticas democráticas y se acercó a la protesta social urbana.

Es la nostalgia
del fin de siglo
y se vuelven a oír las rolas
de los Beatles, de Elvis,
de Janis de Hendrix,
de Morrison y de Lennon.

Y es que es la nostalgia
de fin de siglo
Y todo el mundo quisiera
el tiempo regresar
Y revivir los recuerdos
y los buenos tiempos
Porque recordar es vivir
y todos queremos vivir más.

Es la nostalgia de fin de siglo
Y se vuelve a poner de moda
la ideología del Ché Guevara
Y todos quieren ser rebeldes
y contestatarios,
anarquistas y revolucionarios.

Es la nostalgia de fin de siglo
Y los hijos se revelan contra los padres
como los padres lo hicieron con los abuelos
con la misma actitud, las mismas fachas
las mismas causas y hasta la misma música
Nostalgia. EL TRI.

³¹ *Ibid*, p.110.

Nadie sabe para quien trabaja

Cómo es que te vas Salvador de la compañía, si todavía hay mucho verdor.

*Si el progreso es nuestro oficio y aún queda por ahí mucho indio
que no sabe lo que es vivir en una ciudad, como la gente.*

*Que no ves que eres un puente entre el salvajismo y el modernismo,
Salvador el ingeniero, salvador de la humanidad.*

Está muy bien lo que tu piensas pero, por qué no te acuerdas

*Que la nuestra es una civilización muy avanzada, como dice la gente.
Que no ves que nuestra mente no debe tomar en cuenta a ecologistas, indigenistas,
retrogradistas y humanistas.*

*Ay mis ingenieros Civiles y Asociados, no crean que no me duele irme de su lado.
Pero es que yo pienso que ha llegado el tiempo de darle lugar a los espacios sin cemento.*

*Por eso yo ya me voy, no quiero tener nada que ver con esa fea relación de acción,
construcción-destrucción.*

*Ay mis compañeros Petroleros Mexicanos no crean que no extraño el olor a óleo puro
Pero es que yo pienso que nosotros los seres humanos, no necesitamos más hidrocarburos.
Trópico de Cáncer, CAFÉ TACUBA.*

El trabajo fue una de las áreas que más se vio afectada por las nuevas condiciones económicas. Al globalizar la economía y flexibilizar los aranceles en las fronteras la producción de mercancías cambió su ritmo. Según Nestor García Canclini³² el intercambio con otras culturas generó lo que él mismo define como hibridación, por ejemplo, para la elaboración de cualquier artículo se utiliza tecnología proveniente de Asia, alimentos y materias primas de América Latina, mano de obra asiática y esto genera un intercambio de significados y prácticas que genera artículos híbridos. Incluso se generan culturas híbridas gracias al aumento de los flujos migratorios.

Esta mezcla de culturas también cambia la forma de hacer las cosas, los procesos de producción se fragmentan al elaborar cada parte de los bienes en diferentes países donde el costo de la mano de obra es menor. Es así como entramos a un proceso de "igualación" donde en países completamente diferentes tenemos acceso a las mismas mercancías. Signo de la integración económica y cultural. Por supuesto esto no significa que en todos los países acceden (consumen) de la misma manera las mismas mercancías.

Cada individuo accede de manera desigual a los mercados económicos y simbólicos internacionales dependiendo del país en que se encuentre. La globalización económica no implica la articulación horizontal y equitativa de todos sus participantes, de hecho hoy nos topamos ante un desacuerdo entre lo que las élites económicas o políticas predicán y lo que la sociedad opina.

³² Néstor García Canclini, *Culturas Híbridas*, pp. 283-288.



Las estadísticas afirman que la modernización y la apertura comercial de México ampliaron el acceso a la educación a otros productos culturales y mejoraron los indicadores de salud. Sin embargo, la gente no opina lo mismo. La fusión o absorción de empresas mexicanas por las transnacionales generó desempleo, el impulso a la maquila benefició sólo a los estados fronterizos y el sector agropecuario casi desaparece ante la falta de apoyo.

En las grandes transnacionales el ambiente laboral se transformó al grado de prácticamente no identificar al verdadero jefe o dueño de la empresa, el empleado tiene la sensación de laborar para sociedades anónimas cuyas reglas se dictan desde lugares remotos pero que sin embargo son indiscutibles e inapelables. Ante este panorama la misma labor de los sindicatos disminuyó pero todos siguen trabajando y aguantando cualquier tipo de condición laboral poco favorable ante el temor de perder el empleo.

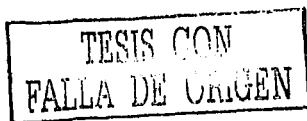
Sin embargo, estos cambios también trajeron algunas cuestiones positivas. Las organizaciones se volvieron menos rígidas, surgió la cordialidad dentro de la empresa, se mejoraron las relaciones de trabajo y aumentaron los espacios abiertos. Ahora en muchas empresas se pide la participación de todos y va en aumento el trabajo a domicilio. Pero con todo y estos cambios, el 70% de la población afirma trabajar para conseguir dinero mientras que sólo el 25% lo hace por desarrollo profesional y el 19 % para sentirse productivo.³³

La cultura laboral no ha mejorado tanto como debería si la intención es modernizar al país, más de la mitad de la población se declara impuntual, tramposa, apática e irresponsable. Los mexicanos creen que las oportunidades no son iguales para todos y están seguros de la preferencia sobre los recomendados, las personas jóvenes en lugar de las de edad madura, personas no indígenas y aquellos agradables a la vista.³⁴

Por otro lado, el transferir las decisiones de la política nacional a la economía transnacional contribuyó a reducir a los gobiernos a meros administradores de decisiones ajenas, atrofió su imaginación socioeconómica y se olvidaron de aplicar políticas planificadoras de largo plazo. Este desaliento y falta de credibilidad en el gobierno propició el aumento de poder de los medios de comunicación y la falta de confianza en la administración pública desalentó el interés de los ciudadanos por participar en la vida pública.

³³ Gutiérrez Vivó, *op. cit.*, p.181.

³⁴ *Ibidem*



Cuando el mercado es la mano oculta que decide todo, vuelve entonces la vieja idea de la enajenación: la fuerza política del hombre está enajenada al mercado capitalista, donde realmente se deciden las cosas.

Las contradicciones en los jóvenes

Es absurda la idea de la abundancia para todos, si cada chino va a ser como un norteamericano, con dos o tres automóviles y su casa con jardín y alberca, harían falta dos o tres planetas más.

*Bolívar Echeverría*³⁵

En este contexto económico, los individuos se toparon por un lado con imágenes de catástrofe, revolución, violencia, irracionalidad, desorden, atraso científico y por otro lado, paz, democracia, comunicación, orden y modernización. Por ejemplo, los universitarios encuentran que los marcos conceptuales aprendidos en la escuela corresponden cada día menos con el futuro real. Muchas universidades se alejan cada día más de la sociedad acercándose al poder, sobre todo cuando éste promete la modernización. Sus egresados terminan laborando en empresas donde lo más importante es generar grandes ganancias.

Estas contradicciones afectan sus principios éticos y confunden sus valores. En tanto, el resto de los jóvenes sin acceso a la educación universitaria se vuelven escépticos hacia los beneficios de la escolaridad. La educación empieza a convertirse en un privilegio. Los muchachos se llenan de resentimiento, negación e impotencia y buscan refugio. Este fenómeno lo explica Daniel Bell³⁶ con base en el poder que ejerce el consumo sobre las personas. Para él, el consumo representa la competencia psicológica por el estatus.

Al buscar el estatus la sociedad institucionaliza la envidia. Envidia que surge cuando vemos que las personas más bonitas, mejor preparadas y más simpáticas logran un excedente económico mayor al del promedio que vive luchando todo el tiempo por conseguir los mismos objetivos y no logra alcanzarlos. He aquí otro de los grandes motivos de malestar económico y cultural, cuando los recursos son abundantes o los individuos aceptan sin mayor cuestionamiento un alto grado de desigualdad, es posible acomodar el consumo.

³⁵ Alberto Cue, "Por una modernidad alternativa", *La Jornada Semanal*, 2 junio de 1996.

<http://www.jornada.unam.mx/1996/jun96/960602/sem-bolivar.html>, consultada el 11 de septiembre de 2002

³⁶ Daniel Bell, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, p.34.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Pero cuando todo el mundo exige más, lo espera como un derecho y los recursos son limitados entonces surgen los problemas. Las exigencias de los ciudadanos y las limitaciones establecidas por la economía chocan entre sí. Además, según Bell³⁷ las empresas piden por un lado a individuos con una carrera profesional que trabajen duro por sueldos bajos, es decir, se destaca la racionalidad funcional, la adopción tecnocrática de decisiones y el sistema de estímulo-esfuerzo para lograr hombres de empresa altamente productivos y competitivos. Pero con la cultura ocurre lo contrario.

El cine, la radio, la televisión y la publicidad promueven el placer, el goce del momento, la despreocupación, el descanso, la irresponsabilidad y el dejar estar. Incluso, destaca las formas antisociales de conducta. Los individuos interpretan estos mensajes como un deber ser recto de día y un jueguista por la noche ¡Esta es la autorrealización!³⁸ Bell asegura que el sistema económico determina las características necesarias para sobrevivir en un medio competitivo, salvaje y globalizado donde todos quieren participar del dinero.

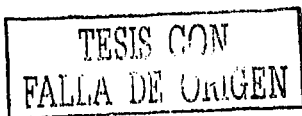
Para lograrlo, los individuos deben esforzarse al máximo, elevar su productividad, someterse a los principios empresariales, ponerse la camiseta y esto entra en conflicto con la autorrealización y la libertad que tanto predica la cultura. Hace tiempo la economía y la cultura estaban unidas para dar origen a una misma estructura de carácter: el puritano y su vocación por el ahorro. En las primeras etapas del capitalismo el impulso económico fue controlado por las restricciones puritanas y la ética protestante, se trabajaba por obligación o para cumplir con la comunidad y era necesario ahorrar pero con la llegada de las tarjetas de crédito fue posible lograr gratificaciones inmediatas.

Cuando la ética protestante fue apartada de la sociedad burguesa sólo quedó el hedonismo y el sistema capitalista perdió su ética trascendental. Esta contradicción cultural constituye a la larga la división de la sociedad más cargada de consecuencias ya que en los individuos predomina una inquietud que está por encima de toda fantasía de un mundo libre y tolerante.

Es la inquietud de lograr un buen nivel de vida no sólo para sí mismos sino para sus hijos, su familia y las futuras generaciones. Entonces, si bien la tendencia hedonista orientada al placer y al disfrute del momento tiene fuerte aceptación las exigencias de orden económico son todavía más fuertes y

³⁷ Bell, *op. cit.*, p.78.

³⁸ *Ibidem*



determinantes en el comportamiento humano de hoy en día. ¿A quién no le gusta ganar bien y vivir bien?

Ante este panorama John B. Thompson asegura que los individuos son absorbidos cada vez más por una totalidad social que no hace concesiones a la idea tradicional de la individualidad. Dependen de fuerzas económicas y sociales que quedan fuera de su control, se sacrifican ante las enormes organizaciones de las que depende su supervivencia misma y pierden la capacidad de ejercer un pensamiento crítico y la voluntad de luchar por un orden social alternativo. Se integran tan plenamente al orden existente que su espontaneidad, autonomía y unicidad se reprimen o eliminan virtualmente.²⁹

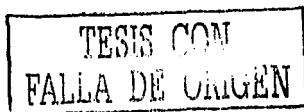
¿Qué tiene que ver la economía con la cultura?

Durante años la principal función de la economía fue brindar los elementos necesarios para la vida y la subsistencia de los individuos. Pero ahora la economía se ha engranado a las exigencias de la cultura -entendiendo la cultura no sólo como simbolismo expresivo o significado moral sino como estilo de vida-. Estilo característico del industrialismo basado en los principios de la economía: la eficiencia, los mínimos costos, la maximización, la optimización y la racionalidad funcional.

La cultura se ha industrializado convirtiéndose en un campo especializado de la inversión económica. Hoy es uno de los sectores más dinámicos en la generación de empleo, de renovación tecnológica, de integración económica y de interacción simbólica a nivel internacional. Los cambios en el área tecnológica, en la informática, las telecomunicaciones y las nuevas formas de expresión también revolucionan el mercado mundial de productos culturales y resaltan su importancia en la era contemporánea.

El aumento de la productividad económica en los países occidentales permitió a la juventud permanecer al margen del esfuerzo del trabajo y le brindó la posibilidad de ganar y gastar considerables cantidades de dinero, lo que hoy conocemos como cultura de masas sabe perfectamente esto y produce la mayoría de las manifestaciones culturales en razón del público juvenil. La afección de la juventud por la cultura que ofrecen los medios de comunicación y la misma pobreza cultural de los medios son un fenómeno universal.

²⁹ Thompson, *Ideología y cultura moderna*, p.161.



La industria cultural

Los filósofos alemanes Horkheimer y Adorno utilizaron el término industria cultural para referirse a la mercantilización de las formas culturales producidas por el surgimiento de las industrias del espectáculo en Europa y Estados Unidos a finales del siglo XIX y comienzos del XX. El concepto abarca el cine, la radio, la televisión, la música popular, las revistas y los periódicos. Ambos autores argumentan que el surgimiento de la industria del espectáculo como empresa capitalista dio como resultado la estandarización y la racionalización de las producciones culturales lo que afectó la capacidad del individuo para pensar y actuar de manera crítica y autónoma.

Según ellos, los bienes producidos por esta industria se diseñan con el objetivo de acumulación capitalista y de generación de utilidades, por lo tanto, se hacen a la medida de las masas. Diseñar para las masas quiere decir que los productos se uniforman y estereotipan, convirtiéndose en obras elaboradas bajo ciertas fórmulas de éxito comprobado como la película del oeste, la novela romántica o la comedia de televisión. Esto afecta la contemplación y gozo de la obra ya que el valor de éstas comienza a centrarse en su poder de intercambio en lugar de su carácter estético.

A diferencia de la economía clásica que ubicaba las actividades culturales entre las ocupaciones improductivas hoy se habla de oferta cultural. Las obras son valoradas como productos comerciales, las estrategias publicitarias se aplican para vender cuadros y conciertos, el público es redefinido como un mercado de clientes, se espera que los espectáculos sean lucrativos o al menos autofinanciables y que los bienes le otorguen cierta distinción a quienes los consumen.

Para ellos, el golpe de gracia de la industria cultural es haber mercantilizado totalmente el arte al mismo tiempo que lo presenta al consumidor como algo no vendible. Por ejemplo, cuando se escucha un concierto de Beethoven en la radio o se ve una ópera de Verdi en la televisión, el dinero no pasa directamente de una mano a otra. Pero esta ausencia aparente de intercambio es posible gracias a la serie de transacciones que ocurren fuera del acto cultural mismo.

Otro punto importante abordado por los autores es la forma en que la industria cultural logra que los individuos se identifiquen con las normas sociales prevaletentes vía el consumo de bienes. Como los productos son moldeados para la distracción y gratificación de los individuos, al consumirlos reproducen la realidad social que los mismos productos reflejan y se ajustan al orden existente por el

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

simple hecho de desear los objetos. Esta es la principal característica de los objetos culturales producidos masivamente la que los convierte en una especie de adhesivo social.

Sin embargo, John B. Thompson⁴⁰ asegura que esta afirmación no aclara cómo es que al recibir y consumir dichos productos los individuos son impulsados a adherirse al orden social y a actuar de manera imitativa y conformista. Para él la recepción y apropiación de los productos culturales es un proceso más complejo. Horkheimer y Adorno apuntan hacia una sociedad donde cada elemento está bien diseñado para ajustarse al todo y donde se excluye toda forma de desviación o crítica cuando en realidad existe una gran cantidad de diversidad, desorganización, disensión y resistencia en las sociedades modernas. Y el rock es un buen ejemplo de ello.

Si los productos de la industria cultural contribuyen a la integración y reafirmación del orden existente proporcionando los íconos populares que le permiten a las masas experimentar una individualidad que se les niega en la práctica, esto no significa que sean incapaces de ejercer un pensamiento independiente y crítico. Es muy probable que las imágenes estereotipadas y los patrones repetitivos contribuyan a la socialización de los individuos y a la formación de su identidad pero no todos los individuos son moldeados por estos procesos y algunos guardan cierta distancia, intelectual y emocional, de las formas simbólicas que se construyen a partir de ellos.

En realidad, sería ideal ver a la cultura y al comercio separados. No sería tan difícil comprender por que a veces hablamos de arte y a veces de productos o mercancías, nos costaría menos trabajo entenderlos si la cultura fuera una especie de brebaje que se da a beber a los elegidos y se adquiere por grados y bajo el control de algunas instituciones como la Academia, la Universidad o el Estado. Pero tal vez, sería más aburrido. A los mismos artistas se les dificulta fugarse de la sociedad hacia sus propios mundos rebeldes, bohemios y artísticos ya que estas áreas se han llenado e incorporado al ritmo cotidiano de la sociedad y desde luego al sistema económico.

Hoy donde quiera que esté presente la música está presente el dinero. Incluso si nos limitamos estrictamente a las ventas encontraremos que en ciertos países se destina más dinero al placer musical que a leer o hacer deporte. La música es un disfrute inmaterial convertido en mercancía que anuncia la llegada de la sociedad del signo, de lo inmaterial vendido, de la relación social unificada del

⁴⁰ Thompson, *op. cit.*, p.156.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

dinero.⁴¹ Porque es tres cosas a la vez: es disfrute del creador; valor de uso para el oyente y valor de cambio para el vendedor.

Cuando el dinero aparece la música queda atrapada en el paquete de la mercancía y será producida, intercambiada, puesta en circulación y tal vez censurada. En cuanto el músico se engancha a la industria discográfica para recibir un salario y poder crear su obra también él también se convierte en un generador de dinero. A partir de entonces todos los esfuerzos en torno a la creación musical se enfocarán en conocer el mercado al que se dirigirá, los posibles beneficios y las estrategias comerciales para venderla mejor.

Según la economía clásica, una producción musical es productora de riqueza si aumenta el salario real de quien se beneficia de ella. En ese sentido, el cantante es el productor de riquezas monetarias si su actuación genera la venta de discos. De igual modo, un compositor es considerado como productivo si su obra es comercializada.⁴²

La música no surge como mercancía hasta que los comerciantes, en nombre de los músicos, tienen el poder de controlar su producción y vender su uso cuando se desarrolla un número importante de consumidores. En Estados Unidos el gran éxito de la industria del disco (primero con el jazz y luego con el rock) se dio gracias a que los *baby boomers* (hijos de las familias de la post guerra) y la salida de la crisis económica produjeron una enorme demanda de música por parte de la juventud blanca y de la juventud negra que estaba ansiosa por hacerse oír.

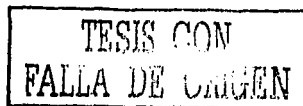
Después del establecimiento del rock llegó la explosión de los años sesenta y su consecuente producción en masa. En México el consumo de rock representaba para las clases medias y altas un vehículo para la rebelión, una rebelión muy parecida a la del modelo ideal de Estados Unidos donde la relación entre público y artista era interactiva pero claramente delimitada. Sin embargo, para las clases bajas se convirtió en un medio de participación masiva y reorganización de la vida cotidiana.⁴³

Esto nos da la clave de uno de los conflictos más interesantes al interior del rock en México. Por un lado, para la clase media siempre fue un medio para rebelarse a los padres y para acercarse al modelo de país que deseaban ser (Estados Unidos) mientras que para las clases bajas significó una

⁴¹ Jaques Attali, *Ruidos: Ensayos sobre la economía política de la música*, p.11.

⁴² Attali, *op.cit.*, p. 65.

⁴³ Zolov, *op.cit.*, p.25.



nueva manera de socializar y de ver reflejados sus problemas cotidianos en la actitud de los músicos y en el contenido de algunas letras.

En los setenta, los chicos de clase media vieron en La Onda una lucha para tener acceso a conciertos de rock, a vestirse según marcaba la moda internacional y desafiar a la policía quienes los acosaban por traer el cabello largo. Significaba un rechazo a las fronteras porque aún cuando no se le entendiera a la letra, la música te unía con Inglaterra o con Europa. Se luchaba por acceder a los conciertos masivos, a la llegada de grandes estrellas que aún hoy en día no tienen un Foro adecuado para sus presentaciones ni una audiencia bien delimitada.

Así es que la lucha entre música y comercio está en el corazón de la ideología del rock desde sus inicios. El principal problema surge cuando los músicos aseguran que las compañías pretenden obligarlos a crear con un formato estandarizado: canciones con tiempos adecuados a su transmisión en radio, mensajes positivos, música accesible a determinados mercados ya estudiados y una imagen impactante pero limpia. Afirman que pierden su autenticidad, espontaneidad y se separan de sus públicos de origen al dejar de conectarse emocionalmente e imaginariamente con ellos.

Lo cierto es que el rock tiene como finalidad crear un bien cultural y la clave de su importancia es que este bien cultural se destina a un auditorio amplio y marcadamente juvenil. El sueño de la mayoría de los grupos es grabar un disco que después será adquirido y utilizado por cientos, miles o millones de personas en contextos y tiempos socioculturales variables. Así que desde hace tiempo la selección de los grupos se realiza de acuerdo a su potencial económico y de acuerdo a las tendencias del mercado.

Al interior de la industria se juegan muchos intereses económicos y conflictos por la difusión de estos bienes, para hacer del género un negocio se requiere de la confluencia de un sin fin de esfuerzos e intereses de quienes pretenden competir en el mercado internacional de la música. Situación que entra en conflicto con el concepto que tiene el público y algunos músicos sobre lo que debe ser el rock.

Para vender el disco es indispensable su promoción en radio y televisión ya que las presentaciones en vivo no siempre aseguran un buen nivel de ventas. Esto significa comercializar al grupo, situación que no le gusta al público quien muchas veces deja de considerarlo como auténtico en cuanto entra al denominado *mainstream*. Este conflicto tiene su origen en la idea un tanto mítica de que el rock va en

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

contra de lo establecido y es contrario al sistema. De ahí que cuanto menos comercial sea un género más valioso se le considerará.

Por ejemplo, en el caso de la ópera y el ballet, como dependen mucho de subsidios y donaciones de fondos públicos, son consideradas como formas más elevadas de arte y se les considera como no corrompidas por los intereses comerciales. Pero en el caso del rock, éste se encuentra inmerso dentro de la gran industria del entretenimiento, los discos se producen con el fin de ser intercambiados en un mercado. Por lo tanto, se promueven como cualquier objeto comercial, como un servicio por el que se paga (conciertos) y como medio que puede facilitar la venta de otros objetos y servicios.

En general, el comercio musical no se registra como importaciones y exportaciones de un producto físico entre países sino en forma de matrices a partir de las cuales serán fabricadas las copias destinadas al mercado nacional al menudeo. En cualquier caso, gran parte de este comercio en tanto hay un pago por el producto musical aparece bajo la forma de ingresos por derechos de autor entre esos diferentes países. Así resulta difícil evaluar los volúmenes y valores totales de las importaciones y exportaciones de música de un país y mucho más complicado resulta obtener una visión mundial.

La música tiene hoy en día un peso económico muy fuerte debido a la inversión que realizan las compañías productoras, grabadoras, las de espectáculos, la prensa especializada y la industria radiofónica, sólo por mencionar algunas. Los productores son contratados por la industria disquera precisamente para elevar las ventas. Hay aspectos como la edición, la producción de espectáculos, la grabación y producción de discos, el mercado de los instrumentos musicales y los aparatos electrónicos que mueven una gran cantidad de dinero a nivel mundial y todos están relacionados a la creación y ejecución de música.

Tan sólo el Music Business International World Report de 1997 estimó una tasa media de crecimiento anual de la industria discográfica de 10% lo que permitiría obtener ganancias por ventas mundiales en el año 2001 de más de 60.000 millones de dólares.⁴⁴ En resumen, hay dos formas de interpretar la música como un fenómeno económico: La primera considera a la música como una forma de capital cultural, es decir, como un medio de almacenamiento y transmisión de valores culturales. En este sentido, el repertorio musical de una comunidad, grupo o nación aparece como un elemento fundamental del patrimonio cultural, que se transmite de generación en generación.

⁴⁴ Music Business International 1996-1997. *World Report*. Londres, MBI. Ver anexo 2.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La segunda, considera a la música en términos económicos, esto es simplemente como un bien de consumo. Se le puede utilizar como medio para obtener ganancias económicas en tanto se puedan aplicar los derechos de autor sobre las composiciones e interpretaciones. Considerarla como un bien de consumo permite entenderla no como mera forma de expresión cultural sino también como un instrumento de desarrollo económico, lo que proporciona la clave para entender su potencial.

En los noventa, la única deidad es la mano invisible de Adam Smith...El rock es una industria con una logística que pasa por las bolsas de valores de Tokio, Singapur y Londres...Es un producto perfectamente normal, con barras para ser leídas por un lápiz óptico en cualquier caja del mundo.

Juan Villoro⁴⁵

Este doble carácter de la producción rockera empuja a los grupos hacia una tensión permanente por satisfacer: Primero, los intereses mercantilistas de las industrias culturales y segundo, las demandas emocionales, existenciales, musicales y utópicas de sus auditorios para obtener su reconocimiento y tercero los propios intereses de los músicos como tales. Umberto Eco⁴⁶ advirtió desde hace tiempo que la canción de consumo forma parte de la superestructura y es en la estructura económica del sistema donde se deben buscar las razones de que ésta sea así y no de otra forma.

Para él todos los grupos son empaquetados y etiquetados para convertirse en objeto de una publicidad circular y repetitiva. Un medio de comunicación te lleva a otro, del radio a la tele, de la tele al cine, del cine a la tienda de artículos, de ahí la revista y luego el concierto. La industria de la canción no es otra cosa más que una rama de la industria cultural. Pero no es la canción en sí lo que se ha degradado, más bien el aumento de canciones comerciales elaboradas para consumirse rápidamente han degradado el ambiente musical. Hoy las canciones más vacías, planas y carentes de sentido se colocan en los primeros lugares de popularidad y de ventas.

Pero a diferencia de la mayoría de los bienes de consumo que se pueden definir como bienes físicos o servicios específicos, la producción y comercialización de la música adopta diferentes formas. Se puede comprar y vender como un producto tangible, por ejemplo, grabaciones sonoras en varios formatos: cd, cassette, dvd, minidisc, etc. Y como obras impresas: las partituras musicales.

Para la industria el mejor grupo de rock es el que obtiene un más alto porcentaje de venta de refrescos, palomitas y camisetas. ¿Dónde queda entonces lo contestatario y subversivo? La historia

⁴⁵ Juan Villoro citado por Carlos Chimal en *Crines: otras lecturas de rock*, p.240.

⁴⁶ Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados*, p.40.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

del rock es una continua polémica entre los auténticos y los comerciales, ganada casi siempre por los últimos. Con frecuencia se observa que el sueño oculto de los auténticos era convertirse en una buena mercancía, conservando su naturaleza primitiva, si se podía.⁴⁷

Arte o industria del entretenimiento ¿dónde ubicarías al rock?

Julieta Venegas: En los dos lados. Hay rock que se hace a partir de la industria y rock que se hace a partir del arte. A veces coinciden, a veces no. Surgen modas y en ocasiones la gente se deja llevar por ellas, pero solo son eso: modas. Y hay propuestas que trascienden, que están ahí todo el tiempo, expresando algo importante.

El crítico de rock Rodrigo Farías opina: "Para que el rock mexicano pueda crecer, a los grupos les corresponde lanzar propuestas que no respondan a intereses comerciales"

Julieta Venegas: Estoy de acuerdo. En el rock lo que más importa es la autenticidad. Si se cae en las modas, si todo mundo quiere hacer hip-hop, como al parecer está sucediendo, la producción de música rock se puede atorar.⁴⁸

*

En estos años noventa se cuestiona una aparente domesticación del rock. ¿Qué ha ganado y qué ha perdido el rock al volverse una industria?

El balance es favorable. El rock ha ganado espacios y apoyos. El hecho de volverse una industria arroja a muchos grupos como moda, sin embargo el rock requiere siempre de una regeneración constante es decir: como arte. El rock no debe definirse desde las disqueras ni desde los medios, sino desde los propios músicos y artistas.

El rock como expresión cultural que surge con aires de rebeldía contra las convenciones. ¿El rock es necesariamente subversivo?

La verdad: no. La subversión tiene que surgir en el sentido de hacer lo que uno desea como artista. Creo que de pronto se malentendió mucho la onda de ser subversivo a la onda de ser auténtico. Y creo que la autenticidad es lo más importante. No creo, pues, que necesariamente tengas que estar hablando mal de la gente o que tengas que estar inconforme para hacer rock.⁴⁹

⁴⁷ Víctor Roura, "No Logo", *El Financiero*, 3 de septiembre de 2001, p. 91.

⁴⁸ Ana Márquez, "Una tipa en México y en el fin de milenio", *La Jornada Semanal*, 12 de julio de 1998, p.14.

⁴⁹ José Garza, "Cuando el rock se vuelve arte", *Vida Universitaria*, Universidad Autónoma de Nuevo León. <http://www.uanl.mx/publicaciones/vidauni/32/julieta.html>, consultada el 7 de octubre de 2002.

II. EL SISTEMA CULTURAL

*Cuando la conocí
Era alguien sin igual
Nunca no nunca pareció irreal
Sin ninguna cara artificial
No ninguna cara artificial*

*Y fue simple y clara como el agua al brotar
Con su cabello siempre en forma natural
Nunca se interesó por ningún comentario de la sociedad
No preguntas porque me encantó su ser
Era la clase de mujer que esperaba conocer
No causó ningún problema por su sencillo proceder
Pero cambió*

*Cambio yendo a la disco sintiéndose snob
Critricando el momento su intelecto cambió
Viendo a todos fuera y bajo de su círculo social
Cambio sintiéndose estrella del rock and roll
Haciendo todo lo que un día criticó
Viendo a todos fuera y bajo de su círculo social
*Metamorfosis, CAFÉ TACUBA**

A. EL SISTEMA CULTURAL EN MÉXICO

La cultura es raíz y ligadura con lo que hemos sido, hecho, gozado, deseado. Es recuerdo de los pasos anteriores, de nuestro origen, de nuestros muertos, de nuestros fracasos, de nuestros espacios, acciones y objetos, de nuestro tiempo y relaciones. Es el registro imaginario de lo que alguna vez pudimos ser y hacer. Da espesor al presente y factibilidad al porvenir. Nos distingue porque nos ata con el grupo y con la clase.

Jorge A. González¹

En nuestro país abundan las referencias a la cultura mexicana por parte del gobierno como de otras instituciones como la escuela, la familia y la iglesia. Sin embargo, el modelo de país que se ha intentado construir en las últimas décadas se ha forjado desde la instancia económica y en segundo término desde la cultural. El proceso de modernización que impulsaron los últimos tres presidentes priístas requería la aplicación de mecanismos modernizadores en el área económica por lo que la cultura quedó rezagada.

La mayoría de los esfuerzos se centraron en hacer de México un país moderno, productivo, competitivo y se dejó del lado el asunto cultural ¿cómo ser moderno si tenemos hábitos y prácticas culturales totalmente alejadas de la modernidad? En América Latina, por lo menos, la cultura sigue

¹ Jorge A. González, *Más cultura*, p.57.

en un proceso de modernización. Esto provoca que en países como el nuestro coexistan fuerzas que impulsan al país hacia el progreso mientras otras lo anclan a su pasado tradicional.

La entrada de la modernidad como lo plantea el sistema económico está en permanente conflicto con la cultura tradicional que insiste en recordar el pasado, en cuestionar las visiones del futuro y desconfía de los avances tecnológicos. Por ejemplo, el espíritu de la cultura moderna radica precisamente en rechazar las intervenciones tradicionales de las instituciones dando paso a la revelación independiente y a la lectura propia de las cosas pero, hasta hace pocos años el Estado era quien determinaba las políticas culturales.

Orientaba el desarrollo simbólico, satisfacía las necesidades culturales dentro de la nación para obtener el consenso y el orden social, era el responsable de administrar el patrimonio histórico desde los grandes monumentos hasta la lengua, la música, las fiestas y danzas tradicionales. Bajo este estilo, impulsó la investigación y rehabilitó sitios arqueológicos, centros históricos, creó museos y publicaciones para guardar y difundir el pasado.

La finalidad de esto era afirmar la identidad nacional y funcionó. Estas acciones lograron –antes que los medios de comunicación y el turismo– que las artesanías, la música y algunas costumbres regionales trascendieran del simple ámbito local al nacional convirtiéndose en verdaderos símbolos de la identidad mexicana. Las artes plásticas, la literatura, la música y los medios de comunicación también recibían un fuerte apoyo por parte del Estado quien a su vez era propietario de varias estaciones de radio, canales de televisión, editoriales y estudios cinematográficos.

En el caso específico del rock, cuando el gobierno de Adolfo López Mateos (1958-1964) se mostró temeroso del furor juvenil por el rock comenzó a acusar al nuevo género de invasión imperialista y se dedicó a fomentar el nacionalismo cultural brindándole mayor apoyo a la canción nacional. En 1959, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes anunció que multaría a las estaciones de radio cuya programación de música nacional fuera menos del 25% del total.² Se organizaron diversos festivales de música donde se excluyó a nuevos ritmos como el cha cha chá y el rock and roll.

La defensa de la canción mexicana se reforzó aún más en el sexenio de Luis Echeverría quien se dedicó a impulsar a la canción latinoamericana de los folcloristas. Durante su sexenio abundaron

² Eric Zolov, *Rebeldes con causa*, p.48.

las peñas y los lugares bohemios donde se ensalzaba la revolución cubana y se escuchaba música chilena y peruana. Este es un buen ejemplo de cómo para el Estado siempre ha sido un dilema establecer las políticas culturales considerando que la tendencia apunta hacia la aceptación de productos y mensajes importados pero al mismo tiempo intenta proteger e impulsar la producción interna.

Entre la población y los creadores artísticos existe el mismo dilema: mientras unos apuestan a la integración de vanguardias internacionales otros creen que debe controlarse la entrada de lo extranjero. Hoy en día estas opciones en su forma extrema han perdido viabilidad debido a la evolución tecnológica, económica y simbólica del mercado cultural. A la globalización. Pero la disyuntiva sigue teniendo eco en las actuales condiciones de exportación de productos culturales de las principales potencias económicas quienes promueven un mayor comercio cultural con América Latina cuando este continente produce menos libros, menos películas y menos discos que Estados Unidos o Europa.

El problema de fondo radica en que los estándares internacionales de cultura ahora son determinados por los países industrializados. Los bienes se fabrican de acuerdo a los gustos dominantes en Estados Unidos, Japón y Europa. En este contexto, México tiende a convertirse en un país consumidor dejando de ser productor el ejemplo más cercano es la oferta de películas nacionales en cartelera en comparación con las estadounidenses, problema que se acentúa cuando el Estado deja de apoyar la creación artística reduciendo el presupuesto y dejando todo a la ley de la oferta y la demanda.

Los medios de comunicación juegan un papel importante dentro de este proceso de intercambio de bienes culturales ya que fomentan el consumo (no sólo de bienes culturales sino de todo tipo de mercancías), para lograrlo, nos venden una visión de la vida codificada y transnacionalizada, fomentan el estereotipo del hombre con un gusto universal. Se trata de hacer de nosotros unos ciudadanos capaces de consumir cualquier mercancía elaborada en cualquier lugar y adquirir identidad a través de ello, esa es la clave de la globalización.

La misma expansión de la economía internacional obliga a crear un mercado global que pueda reproducirse a gran escala en todo el planeta para lo cual la existencia de Estados nacionales y de políticas culturales enfocadas en los gustos locales o regionales representan un fuerte estorbo.

...La mutación más grande que se ha producido ha sido el retiro creciente del Estado latinoamericano como instancia rectora de los procesos de cultura y comunicación nacionales, para delegar ahora su dirección a la dinámica del mercado bajo el mecanismo de acción de la oferta y la demanda informativa. Así, la rectoría del Estado en el campo de la conciencia de lo público ha quedado substituida por la intervención de las leyes del mercado con su "mano invisible" de regulación natural que no ha sido otra realidad que la acción de la "garra invisible" de los intereses de los grandes monopolios de la difusión sobre el proceso de la cultura y la conciencia nacional.

Javier Esteinou Madrid³

En este horizonte, la globalización no es un fenómeno puramente económico sino un proceso que erosiona la base de los Estados, vulnera las soberanías y requiere, por lo mismo, de un aparato transnacional de comunicaciones que le permita actuar maximizando el consenso y minimizando los conflictos. A partir de los años cincuenta la producción cultural realiza todo en forma industrializada, circula en redes transnacionales de comunicación y llega a la masa de los consumidores quienes aprenden a recibir mensajes desterritorializados, homogenizados y diseñados para ser comprendidos por cualquier ser humano en cualquier parte del mundo.

A través de estas prácticas los medios de comunicación influyen en el área política, económica, moral, psíquica y hasta sexual. Realizan funciones de modernización cultural, de reproducción de la energía, de mutación de hábitos alimenticios, de control natal, de liberación de instintos lúdicos, de reordenamiento político, de sacralización o secularización masiva de la cultura, de participación o narcotización social, de organización económica, de acumulación capital, etc.⁴

Mientras tanto, organismos independientes como las asociaciones de artistas, especialistas en comunicación y organizaciones no gubernamentales apoyan la creación artística local de manera desinteresada. Aunque esa falta de financiamiento provoca su concentración en espacios restringidos haciendo menos accesible la exposición de las propuestas. Estas acciones no pueden sustituir las políticas de Estado ni hacer un contrapeso fuerte a la privatización del sector público o al enorme poder de los medios masivos de comunicación pero constituyen una alternativa importante en la difusión de las artes.

Si digo que hoy la cultura está en peligro, que está amenazada por el imperio del dinero y del comercio y del espíritu mercantil, con sus múltiples facetas —encuestas de mercado, expectativas de los anunciantes, cifras de venta, lista de bestsellers- se dirá que exagero.

Si digo que los políticos que firman acuerdos internacionales reduciendo la sobras culturales a la suerte común de productos sin cualidades, sometidos a las leyes que se aplican al maíz, a los plátanos, a los cítricos, contribuyen, no siempre a sabiendas, a la degradación de la cultura y de las inteligencias, se dirá que exagero.

Si digo que los editores, los productores de cine, los críticos, los distribuidores, los responsables de las cadenas de radio y televisión, que asumen diligentemente la ley de la circulación comercial, la de la caza

³ Javier Esteinou Madrid, "Leyes de mercado y nuevo proyecto de comunicación en América Latina" <http://www.innovarium.com/Indculturales/proycomalJEM.htm>, consultada el 21 de abril de 2002.

⁴ Javier Esteinou, *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, p.64.

de bestsellers o de estrellas mediáticas y la de la producción y glorificación del éxito a corto plazo y a toda costa, pero también la de los intercambios circulares de concesiones y de favores mundanos, si digo que todos ellos colaboran con las fuerzas imbéciles del mercado y participan en su triunfo, se dirá que exagero...

Pierre Bourdieu⁵

Los medios de comunicación

saca mi cerebro del frasco
solo, solo, solo,
saca mi cerebro del frasco
solo, solo, solo

saca mi cerebro del frasco
solo, solo, solo,
saca mi cerebro del frasco
solo, solo, solo

si es la
revolución desde tu televisión
si es la
revolución desde tu televisión
si es la
revolución desde tu televisión
Afroman, PLASTILINA MOSH.

Como ya mencionamos el papel de los medios de comunicación es determinante en el proceso de exposición de las mercancías ¿Cómo lo hacen? Según Javier Esteinou Madrid⁶ los medios de comunicación realizan tres funciones principales para permitirle a la estructura global del sistema capitalista existir e instalarse como relación dominante dentro de la formación económico social: Primero, aceleran el proceso de circulación de las mercancías; Segundo, inculcan la ideología dominante y tercero, contribuyen a la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo.

Después de que las mercancías son producidas los medios de comunicación elaboran un discurso publicitario y lo difunden masivamente reduciendo así el tiempo de llegada de los productos a los consumidores, así diariamente somos incitados a comprar toda clase de mercancías que salen en la televisión. Es decir, los medios disparan el consumo. De ahí que muchos productos hoy en día no se consumen por sus cualidades materiales sino por lo que representan, los medios venden necesidades falsas y valores adjudicados al producto pero no el producto como tal. Hoy en día la mayoría de los artículos son elaborados para llenar necesidades psicológicas no físicas.

⁵ "Muere el sociólogo Pierre Bourdieu", *Reforma*, 6 febrero de 2002.
www.reforma.com/cultura/articulo/162744/default.htm, consultada el 6 de febrero de 2002.

⁶ Javier Esteinou Madrid, *op.cit.*, p.64.

Si en realidad consumiéramos sólo lo necesario para sobrevivir nos sorprenderíamos de cuantas cosas dejaríamos de comprar. Es así como los medios se convierten en aparatos cuya función medular es vender mercancías con ello se obtiene la integración de la estructura económica a la superestructura cultural.

Umberto Eco⁷ asegura que la música no se salva de este proceso ya que ahora debe ser consumida más rápido y envejecer con la misma velocidad para crear la necesidad de un nuevo producto (un nuevo disco). Por lo tanto, se ejerce una gran presión sobre los discos y los estilos musicales para hacerlos pasar de moda igual que a los automóviles o la ropa.

"3 meses es el tiempo de vida de una canción en promoción" las disqueras tardan en darte otro sencillo después de esos tres meses. Hay canciones que se convierten en clásicos y que a la gente le gustan, pero es importante que al radioescucha le tengas cosas frescas y que la estación no suene siempre igual.

Rubén Martínez
ex programador de Órbita 105.7⁸

*

El rock ya no es lo que antes era. La causa es el comercialismo. Es el círculo vicioso de convertir al artista en producto. En los sesenta y setenta los grupos ponían sus condiciones. El problema surge cuando la compañía de discos es la que impone sus perspectivas. Yo creo que la dinámica entre la libertad creativa de los artistas y los intereses comerciales de la industria se tiene que dar siempre en un balance equitativo para que todo mundo salga beneficiado. Cuando se inclina hacia un lado o hacia otro se pierde la parte lúdica. Creo que los productos que lanzan las compañías de discos son diseñados mercadológicamente.

Luis Gerardo Salas
ex locutor y director de Rock 101⁹

MTV es un buen ejemplo de cómo se flexibilizan las empresas transnacionales para organizar el mercado y disparar el consumo teniendo en cuenta las diversidades regionales. Esta compañía fundada en 1983 tiene una capacidad impresionante para combinar géneros y estilos. Un día de programación va desde el rock, el electrónico, la balada pop hasta el punk. Se asocia a grandes causas como la lucha contra la pobreza, el analfabetismo, el SIDA y la contaminación, proponiendo ejercicios ciudadanos compatibles con la vida moderna en cada continente.

MTV se expandió en menos de diez años a cinco filiales regionales, entre ellas, dos para América Latina una con sede en Miami y la otra en Brasil. Ambas con personal de varios países de la región y espacios para grupos latinos que equilibran un poco el evidente predominio de la música

⁷ Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados*, p.292.

⁸ Zuleika Déciga, "La Payola", *Generación*, diciembre de 1997, p.20.

⁹ Selene Muñoz, "El rock se queda en lo indispensable para poderse vender", *El Financiero*, 1º agosto de 1997, p.54.

estadounidense. Sin embargo, la televisora también aplica la lógica de enfocarse en cualidades completamente ajenas al producto mismo para venderse mejor.

MTV ya se volvió incluso más importante que los artistas mismos. Ahora es todo un concepto, una marca y un gran negocio que va más allá de la música y su poder radica en que las nuevas generaciones guían sus preferencias culturales de acuerdo a la información y estilos de vida difundidos por los medios de comunicación -especialmente la televisión- independientemente de sus concepciones políticas, religiosas o locales. Sólo los medios electrónicos tienen un radio de influencia psicológico tan extenso.

Llegan incluso a ejercer una mayor influencia que las agrupaciones políticas o culturales, las cuales pierden atractivo cuando se da a conocer su bajo presupuesto y cuando es evidente que su margen de acción no va más allá de organizar eventos deportivos o festivales musicales. Asimismo, la crisis del poder político y su falta de credibilidad le va cediendo poco a poco el poder a los medios de comunicación.

El atractivo de venderle mercancías al sector juvenil está en su dimensión y su capacidad de compra. Los jóvenes son los principales consumidores de diversión y comunicación de ahí que la mayoría de los mensajes estén dirigidos a ellos. En los anuncios comerciales vemos pocas imágenes de personas viejas o bebés todo está enfocado al sector juvenil.

En México, según el censo poblacional del año 2000 el número de jóvenes entre 15 y 19 años pasó de 2 a 5 millones. Los jóvenes de 20 a 29 años pasaron de 3 a 7 millones durante el mismo periodo. Si sumamos estas cifras tenemos un sector juvenil que alcanzó los 12 millones en tan sólo una década y si a esto le sumamos la afirmación del profesor de la Universidad Iberoamericana Ramiro Navarro Kuri¹⁰ de que México es un país cuya población es mayoritariamente iletrada y vive la explosión de los medios de comunicación como la presencia de un ente sabio que conduce su vida bajo el entusiasmo de la ficción, el dato es más impactante.

En estos tiempos la familia ha trasladado la autoridad de los mayores al parloteo sin cesar del aparato televisor y los jóvenes han pasado de la antigua tradición cultural de los relatos al bombardeo indiscriminado de consignas publicitarias. Por lo tanto, la confianza que depositan en el

¹⁰ Citado por Víctor Roura en "¿La cultura es la juventud?", *El Financiero*, 17 de septiembre de 1996, p.79.

televisor es enorme de ahí que a muchos jóvenes de hoy les interesan los aspectos culturales sólo si los transmite la televisión.

Además, la globalización promete la llegada de una sociedad basada en el diálogo y en el acceso permanente a la información. Los medios se convierten en una alternativa para alcanzar los objetivos de la liberación económica y de la modernización política. Además, tienen una cobertura enorme en México el 90% de la población tiene por lo menos un radio o una televisión¹¹ y el número de aparatos aumenta considerablemente dependiendo de la posición económica. Las personas con recursos más altos llegan a tener hasta un televisor por habitación.

Por otro lado, el promedio nacional de libros por persona no rebasa los 35 ejemplares sólo las personas con una licenciatura o un grado académico mayor rebasan los 50 libros por persona¹². Así que la población obtiene la mayoría de la información vía los medios electrónicos. El 70% de la población tiene un modular o estéreo, al 80% de ellos les gusta escuchar música y casi 30% ha estado en un auditorio en el último años. En cambio, 58% no ha adquirido un libro en ese mismo año y menos del 10% tiene computadora.¹³

En cuanto al dinero invertido en radio y televisión el capital extranjero puede crecer hasta 49% mientras que en Estados Unidos sólo puede ser de 20% esto quiere decir que el país todavía no considera a esta área como estratégica y no supervisa bien en manos de quienes están los medios. Asimismo, el dinero que entra por publicidad también resulta importante ya que condiciona de alguna u otra manera el contenido de los canales o las estaciones de radio, no directamente pero, nadie querrá anunciarse en una estación que nadie escucha ¿verdad?

Tan solo de enero a junio de 1997 se invirtieron en el sector radiofónico cerca de 3 millones 500 mil pesos, de los cuales la mitad fue a parar a las estaciones de amplitud modulada.¹⁴ A esta cifra habría que aumentarle la cantidad de dinero que inyectaron las compañías disqueras. La industria musical invierte fuertes cantidades de dinero para promocionar los nuevos discos tanto en la prensa, la radio y la televisión ya que estos medios resultan ideales para condicionar los gustos de los jóvenes.

¹¹ Jorge A. González, *La cultura en México: cifras clave*, p.23.

¹² *Ibid*, pp.33-34.

¹³ *Ibid* pp. 63-65.

¹⁴ Víctor Roura, "Negocio de negociantes", *El Financiero*, 17 de noviembre de 1997, p.90.

Es justo en los medios donde se organiza el gusto de las masas, ellos son los encargados de consagrar artistas, revelar detalles de su vida, exponerlos constantemente y hacerlos parecer más importantes e interesantes de lo que en realidad son. Gracias a la magia de los medios, personas de distintos países se sienten en sintonía con otros porque comparten los mismos gustos o están viendo el mismo programa de televisión.

Muchas personas que escuchan a U2, Sting o la música electrónica de Inglaterra se sienten de alguna manera emparentados o relacionados con la escena rockera o electrónica de otros países. Volvemos a la referencia de los inicios del rock en México: el anhelo de modernidad, de tener acceso a los conciertos, de vivir de cerca la evolución de los movimientos culturales.

Según Dick Hebdige¹⁵ los medios de comunicación juegan un papel importante en la definición de nuestras propias experiencias proveyéndonos de categorías para clasificar al mundo. Ahora es gracias a la televisión, la prensa y el cine que la experiencia es reorganizada, interpretada e incluso hace coherente la contradicción. Los medios son los responsables de proveer las bases sobre las que ciertos grupos y clases construyen una imagen de la vida, significados, practicas y valores de otros grupos y clases.

Se encargan de construir una imagen de cohesión social a través de la apropiación y redefinición de las culturas en resistencia. Es decir, hacen parecer más o menos exóticos a los grupos subculturales de lo que en realidad son o pueden trivializarlos, naturalizados, domesticarlos o reducirlos a un simple payaso.¹⁶ Esto se da como consecuencia de la cerrazón a ciertos grupos o propuestas alternativas, a muy pocos les abrirán las puertas y sólo unos cuantos tendrán la oportunidad de escribir las reglas y organizar el significado mientras que los menos favorecidos no podrán imponer su definición del mundo porque sencillamente no les abrirán los micrófonos.

La estandarización

Gracias a ella, los consumidores sin importar su posición social, su género o su raza serán capaces de descifrar los mensajes y la imaginería sin fronteras de la televisión y la publicidad. Por ejemplo, los ídolos del cine hollywoodense, las estrellas del mainstream en el área musical, los héroes deportivos y los políticos de varios países componen ya un repertorio de signos comunes. Es

¹⁵ Dick Hebdige, *The meaning of style*, p.85.

¹⁶ Hebdige, *op.ct.*, pp. 92-95.

altamente probable que cualquier ciudadano del mundo no recuerde el nombre de los tres anteriores presidentes de Estados Unidos o incluso del actual pero seguro recuerdan a Elvis Presley a Madonna o a Michael Jackson.

En México, ante esta ola de uniformización o de estandarización cultural algunos jóvenes se anexan a comunidades donde esperan encontrar rasgos de pertenencia. Los grupos pueden ir desde los pachucos hasta los skatos, todos ellos anhelando encontrar un punto de confluencia, una vía de socialización, de aceptación mutua, de autorreconocimiento y de pertenencia grupal. Pero la cultura moderna también se define por su extraordinaria libertad para sacar de cualquier rincón algún estilo que se pueda utilizar en diversas formas y países, así que la exclusividad de grupo pronto se convierte en moda casi universal.

La cultura moderna justifica esta apropiación en nombre de la libertad de expresión y remodelación del yo para lograr la autorrealización, aunque poco a poco nos estemos quedando sin referentes propios y originales. De hecho, cada vez es más difícil calificar algo como sorprendente u original todo nos parece ya hecho con anterioridad. Es la estandarización del gusto. Entre más se unifiquen los criterios de belleza, poder, éxito, educación y desarrollo será más fácil acomodar la venta de las mercancías.

Por ejemplo, se determina un idioma nacional (como el inglés) en un lugar donde existen grupos diversos y lingüísticamente diferenciados. En el caso de la música, la influencia extranjera – principalmente la estadounidense e inglesa – es de casi el 80% en el resto del mundo, lo que provoca la transformación y adaptación del mercado interno a los estándares internacionales. Por ejemplo, un español comentó que cuando llegó a México estaba ansioso por escuchar la radio y descubrir el crisol de géneros musicales mexicanos y se sorprendió al escuchar casi pura música en inglés y por cierto, de la peor.

Hoy la mayoría de las cantantes pop latinoamericanas parecen obsesionadas en ser Madonna (Paulina Rubio, Thalía, Shakira). Muchos grupos de rock terminan siendo la versión nacionalizada del grupo de moda en el primer mundo y de la vestimenta ni hablar, incluso sociedades sumamente tradicionalistas como la japonesa comienzan a copiar el estilo de vida estadounidense de clase media.

La globalización propiciada por la gran industria provoca la uniformidad cultural. Las mezclas de estilos impulsadas desde el gran mercado no exploran las diversidades nacionales, sino los tópicos chovinistas,

como por ejemplo la música latina que se promueve desde Miami, diseñada, además para agradar al gusto medio anglosajón. En cambio, las fusiones de raíces, muchas veces callejeras, son producto de mestizajes horizontales, cotidianos, por lo cual llegan a expresar en sus letras lo que significa resistir culturalmente a la globalización autoritaria y unívoca desde la vida cotidiana y plural.

José Luis Pachó Paredes¹⁷

Esta estandarización ocurre a pesar del reconocimiento en ciertas áreas de la esfera cultural de la diferencia, la diversidad y las corrientes alternativas pero no se deja de lado la imagen "ideal" del hombre perfecto que tanto promueven los medios de comunicación. La idea es convertirnos a todos en guapos, sanos, jóvenes y educados, lo más parecido a los estadounidenses o europeos.

Desde la perspectiva de Roger Bartra¹⁸ para muchos mexicanos existe una cultura hegemónica en la que dominan los valores burgueses y extranjeros- distinta de la cultura nacional popular- y la estandarización que producen los medios de comunicación junto con la barbarie industrial y urbana destruyen la "verdadera" cultura nacional cuyas raíces están enterradas en el alma del pueblo: un pueblo imaginario, no manchado por la televisión, la radio y el cine. Pero aclara que no pueden existir dos culturas nacionales: una dominante y otra popular, pues el mismo hecho de ser nacional le da a la cultura su carácter dominante y popular.

Pero esto no significa que todas las facetas de la cultura dominante y hegemónica adquieran un carácter nacional. Hay valores culturales como ciertas modas, giros del lenguaje o estilos de discusión que sólo se adoptan en ciertos segmentos. Por supuesto hay manifestaciones culturales extranjeras que llegan a adquirir gran popularidad -como el rock- y se incorporan muy bien a la cultura nacional.

Retomaremos a Dick Hebdige¹⁹ para explicar mejor el proceso de estandarización o cómo las propuestas culturales originales -en nuestro caso musicales- son devoradas por el mercado, la industria del entretenimiento y los medios de comunicación para después ser producidas y difundidas masivamente. Según el autor, los nuevos estilos o tendencias provocan una doble respuesta: su alternatividad es al mismo tiempo celebrada en las páginas de moda y ridiculizada o insultada por el resto de la prensa.

¹⁷ José Luis Paredes, "La otra modernidad", *Reforma*, 21 de abril de 2002, p.1.

¹⁸ Roger Bartra, *La jaula de la melancolía*, p.189.

¹⁹ Hebdige, *op. cit.*, pp. 92-93.

Por ejemplo, aparecen artículos donde califican al nuevo movimiento como problema social. Entonces, la industria cultural se apropia de las nuevas propuestas en dos pasos: Primero, convierte sus signos como el vestido y la música en productos de fabricación masiva. Así es como el nuevo estilo o movimiento queda perfectamente integrado al sistema económico (la estructura).

Segundo, El movimiento es reclasificado o redefinido por instituciones como la policía, los medios de comunicación y el sistema judicial. Ellos reinterpretan el verdadero origen o intención del movimiento y lo desmenuzan en sus propios términos para hacerlo entendible al resto de la sociedad. Así es como queda perfectamente integrado al sistema ideológico (la superestructura).

Un ejemplo de esto es como el punk fue absorbido por el resto de la sociedad. Los medios de comunicación ingleses se dedicaron a hacer reportajes o artículos donde calificaban a los punks como animales pero dentro de un contexto familiar, con esto se minimizó su protesta y fueron reinsertados al mundo normal. Los medios reciclan los estereotipos populares fabricados por la cultura y así ejercen una doble influencia en el modo de vida de las clases populares.

Si esto no ocurriese, la cultura no tendría ninguna función legitimadora del sistema dominante. Para las clases dominantes, los individuos potencialmente peligrosos, revolucionarios o proletarios terminan siendo unos personajes grotescos que sólo saben fanfarronear y en el mejor de los casos, expresar sus emociones cantando. Marx sostenía que el modo de producción económico moldea las otras dimensiones de la sociedad. Según esta percepción, la cultura como ideología, refleja una superestructura y ésta no puede ser autónoma.

Es un producto elaborado por las grandes corporaciones para adaptar a los pueblos colonizados, alejarlos de sus problemas colectivos y frenar su ascenso político. En este sentido, se acusa a los medios de difundir ideologías reaccionarias, de mutilar y deformar deliberadamente los hechos sociales, de promover el consumo de bienes producidos y comercializados por las corporaciones monopólicas con el fin de generar personalidades dependientes y sumisas al poder colonizador.

La ideología opera de manera inconsciente al nivel del sentido común por lo tanto está muy bien sedimentada. Es precisamente esa espontaneidad, esa transparencia operativa, esa naturalidad para aparecer lo que dificulta analizar sus bases. Se encuentra dentro de un sistema de representaciones pero en la mayoría de los casos esas representaciones no tienen nada que ver

con la ideología misma. Los objetos en los que se esconde son percibidos y aceptados por procesos que escapan al entendimiento humano.

Otro ejemplo podría ser la apropiación del lenguaje. Los dialectos de los barrios populares son inventados para impedir que otros entiendan sus conversaciones, este lenguaje está muy influido por el habla del hampa y tiene sentido sólo entre los miembros del barrio popular. Pero en el momento en que la jerga es sacada de su medio natural, pierde sentido y se vuelve del dominio de la sociedad.

Ya chole chango chilango
que chafa chumba te chutas
no checa andar de tacuche
y chale con la charola.
Tan choncho como una chinche
mas chuco que la fayuca
con fusca y con cachiporra
te paso andar de guarura.
Mejor yo me hecho una chela
y chance enchufa una chava
chambeando de chafirete
me sobra chupe y pachanga...
PACHUCOS CHOLOS Y CHUNDOS,
CHINCHINFLAS Y MALAFACHAS
ACA LOS CHOMPIRAS RIFAN
Y BAILAN TIBIRITABARA.
Chilanga banda, CAFÉ TACUBA

En el rock, la misma producción contribuye a producir el consumo gracias a la estandarización. Existe un gran número de métodos a través de los cuales la industria del disco logra imponer a los artistas, genera un repertorio y en ocasiones hasta un estilo particular de interpretación con lo cual impone su propia definición de los gustos legítimos. De ahí que hoy estamos ante un fenómeno muy interesante: casi todo tipo de música puede ser clasificada, vendida y comprada como rock.

El movimiento ska adquirió gran aceptación entre los adolescentes quienes a través de esta música rítmica y cadenciosa con letras contra la corrupción, las cuestiones sociales y quejas contra el gobierno manifiestan su percepción de la realidad pero sus detractores señalan que antes era un género subterráneo y divertido que ahora es vulgarmente comercializado. Para buena parte del público cuando algo se comercializa y se vuelve moda, pierde el sentido original.

Sale un grupo de ska y al rato hay un montón. Llega uno de surf y al rato todos quieren tocar surf, llega Limp Bizkit y ahí viene la oleada de bandas como ellos y como Korn. Entonces, si hay mucho de todo, pero en vez de que los grupos se pongan a explorar en su rollo lo que hacen es ponerse a copiar y no hay crecimiento musical.

Rizzo, Sekta Core²⁰

²⁰ Gülli Damage, "Sekta Core, el baile y el slam", *Circulo Mixup*, octubre de 2000, p.42.

Narciso frente al espejo

Cada generación se reconoce e identifica con una figura legendaria que refleja los problemas del momento. Según Gilles Lipovetzky²¹ Narciso es el símbolo de nuestros tiempos, este fenómeno se explica a raíz de del modernismo a partir del cual derivó la idolatría del yo. El modernismo propone que la vida misma sea una obra de arte y el arte solo puede expresarse en contra de las convenciones sociales, en particular de la sociedad burguesa. Es así como surge un narcisismo colectivo que promueve el individualismo puro.

La raíz de este individualismo radica en el crecimiento económico que ahoga el desarrollo psíquico, la información sustituye a la producción, el consumo se transforma en consumo de conciencia: yoga, psicoanálisis, expresión corporal, terapia, dinámica de grupo, meditación, etc. A la inflación económica le corresponde el formidable empuje narcisista que engendra.²²

El terrorismo, la crisis económica, la escasez de materias primas, la industria nuclear y los desastres ecológicos provocaron una crisis de confianza en los líderes políticos, generaron un clima pesimista de catástrofe que disparó el desarrollo de estrategias narcisistas de supervivencia que prometían la salud física y psicológica. Vivir en el presente y no en función del pasado o del futuro. Los mensajes empezaron a ofrecer la trampa del deseo y la barrera de la represión desencadenando así una terrible necesidad de la conquista del yo.

La despolitización, desindustrialización, la esperanza revolucionaria y la protesta estudiantil poco a poco van desapareciendo, se agota la contracultura, raras son las causas que logran convocar a un buen número de personas. El enorme flujo de información nos hace sentir que estamos participando de la democracia pero, es sólo una ilusión, en realidad no estamos haciendo nada más que ser testigos de los sucesos. La búsqueda del yo orilla al individuo a exigir un mínimo de austeridad, la menor represión y la mayor comprensión posible.

El narcisismo propicia las organizaciones independientes, asociaciones, grupos de asistencia y ayuda mutua en una solidaridad de microgrupo que se retracta de los objetivos universales donde los individuos se reúnen para buscar intereses personales, el beneficio propio antes del universal.²³

²¹ Gilles Lipovetzky, *La era del vacío*, pp. 49-53.

²² *Ibidem*

²³ *Ibidem*

¿Quién cree aún en el trabajo cuando conocemos las tasas de absentismo, con el frenesí de las vacaciones, del week-end, el ocio no cesa de desarrollarse, cuando la jubilación se convierte en una aspiración de masa, o incluso en un ideal? ¿Quién cree aún en la familia cuando los índices de divorcio no paran de aumentar, cuando los viejos son expulsados a los asilos, cuando los padres quieren permanecer jóvenes y reclaman la ayuda de los psi, cuando las parejas se vuelven libres, cuando el aborto, la contracepción, la esterilización son legalizadas? ¿Quién cree aún en las virtudes del esfuerzo, del ahorro, de la conciencia profesional, de la autoridad y las sanciones?

Gilles Lipovetsky²⁴

Precisamente esta ola de grupos minoritarios reclamando privilegios necesita reconocerse en ciertos productos simbólicos de la cultura. Pero ¿qué tipo de productos? Según José Marroquín, ahora son los ricos los que imitan a los "drop out" marginados y se acercan al mundo del hampa, que ha sido el mundo natural del rock y de la droga. Ser burgués comienza a ser incómodo, los automarginados urbanos y su forma bohemia de vida son quienes ejercen la atracción.²⁵

Este fenómeno se explica por la paulatina disolución de la estructura tradicional de clases. Ahora es cada vez mayor el número de individuos que desean ser identificados, no por su base ocupacional (en el sentido marxista) sino por sus gustos culturales y sus estilos de vida. De ahí la fascinación por los marginados. En una época de decadencia ¿En quién más se podrían fijar?

En el caso específico de la música, a pesar de que la tendencia tanto en ropa como en estilos musicales se acerca a ritmos y costumbres de las clases bajas como el rap, el hip hop, la cumbia y la salsa, esto no significa que las personas no estén buscando la distinción en los productos que consumen. La distinción ahora radica en el cómo son consumidos estos productos, no es lo mismo escuchar este tipo de música en un buen equipo de sonido, en una buena sala de conciertos o en una televisión pantalla plana o adquirir el disco original en Tower Records que comprarlo pirata en Tepito, el cómo implica la distinción.

Pierre Bourdieu²⁶ señala que no hay nada mejor que los gustos musicales para afirmar o negar la clase, ni nada por lo cual quede uno tan infaliblemente clasificado. Para él, nuestros gustos nos expresan o nos traicionan más que nuestros juicios y en el caso de la música, no hay nada más difícil de soportar que los malos gustos de los demás y como la música radica en el sentimiento, la espiritualidad y sensibilidad, los gustos contrarios no sólo reflejan una diferencia entre géneros sino un estado de sensibilidad diferente. Alguien a quien le guste demasiado el heavy metal tendrá problemas para entender la pasión de otro por el pop o el bolero.

²⁴ *Ibid*, p.35.

²⁵ José Marroquín, *La contracultura como protesta*, p.39.

²⁶ Pierre Bourdieu, *Sociología y cultura*, pp. 175-180.

Volviendo al tema de los marginados recordemos que generalmente las innovaciones del orden social y cultural las hacen quienes padecen las condiciones reinantes, no quienes se benefician de ellas. Por ejemplo, el blues y el gospel engendrado en el más puro sufrimiento de la raza negra, lo mismo ocurre con el rap o el hip-hop -también de procedencia negra- que abordan temas como la drogadicción, la delincuencia y el problema de armas en Estados Unidos, en estos ejemplos modernos vemos que siguen siendo los oprimidos quienes levantan la voz.

En México, los géneros asociados a las clases bajas como la cumbia, la salsa, la música de banda, los sonideros y el rock underground también son quienes han impulsado el avance de la escena musical nacional más que la música de la academia o la proveniente de la industria comercial bien establecida. En los noventa los mejores ejemplos en cuanto a rock se refiere fueron Panteón Rococó y Sekta Core.

B. LA CULTURA EN LOS NOVENTA

Nuestra sociedad vive una profunda contradicción en su alma cultural, pues mientras en el fondo el "México profundo" o nuestra civilización negada, compuesta por una milenaria realidad pluriétnica y pluricultural, lucha silenciosamente por reafirmarse y expresarse. El México de la modernidad o el "México imaginario" que se incorpora a la dinámica de la globalización pretende homogenizar, estandarizar y masificar las concepciones, los deseos y las manifestaciones culturales en la comida, las expresiones, la música, los bailes, el vestido, las tradiciones, los afectos, los valores, el lenguaje.

Javier Esteinou Madrid²⁷

Enchufarse o morir

En los noventa entramos a una etapa donde la tecnología comenzó a jugar un papel importante. Para muchas familias la adquisición de una computadora resultó determinante, jóvenes estudiantes de preparatoria y universidad exigían el acceso a las nuevas herramientas de trabajo, se facilitó la investigación gracias al Internet, las oficinas mejoraron sus tiempos y procesos administrativos y esto en conjunto se convirtió en una nueva forma de procesar la cultura.

La proliferación de los videojuegos, la realidad virtual, el formato MP3, las pantallas planas, el DVD, la telefonía celular, los servicios de banda ancha, la televisión de alta definición y las teleconferencias cambiaron la manera de comunicarnos y de percibir el mundo. Hoy todos parecen

²⁷ Javier Esteinou Madrid "México: apertura y transformación cultural", Departamento de Comunicación, UAM Xochimilco. <http://www.crim.unam.mx/cultura/ponencias/ponen2faseindice/Esteinou.htm>, consultada el 17 de octubre de 2002.

ansiosos por adquirir lo nuevo en tecnología hay una fiebre por comunicar y por mantenerse al tanto de lo que ocurre.

El acceso a la información se volvió en algo de suma importancia. Sin embargo, entre más conocimientos se requieren para usar la tecnología ésta genera mayor segregación entre los usuarios. La mayoría de la población no tiene la preparación suficiente ni los medios para sacarle provecho a todo este avance. En México el número de usuarios de Internet en el año 2000 era de 4.5 millones y pasó a 12.2 millones en 2003²⁸ pero la cifra sigue siendo aún muy baja comparada con el número de usuarios regulares en Estados Unidos o Europa.

Por lo tanto, sólo quienes tengan mayor capacitación en el manejo y selección de información estarán en mejores condiciones para capitalizar la oferta tecnológica. Gracias a este auge de información y libertad de expresión la cultura se democratiza cada vez más y esto no significa que todos tengamos que pintar, filmar, escribir o componer música sino que todos podemos acceder a las mismas producciones artísticas sin censura. Aunque estos mensajes pasen por el filtro del cine, la radio, la televisión, la industria editorial o musical y no permitan presenciar directamente las producciones artísticas por lo menos una mayor cantidad de gente podrá verlas.

El avance tecnológico se convirtió en un arma de dos filos para los músicos, por un lado les permitió difundir su música a todo el mundo con sólo subir sus demos a la red pero también disparó el intercambio de música vía formato MP3 algo que se definió como piratería cibernética.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

*Electrónica, porque sin ti estoy incompleto,
electrónica, porque tu dices lo que siento,
Electrónica, porque un hombre no es nada
sin la electrónica @.com
En la frialdad de la música electrónica
no encontrarás la belleza de una orquesta filarmónica
Ni una guitarra acústica que suene donde quiera
pero hallarás resultados al instante
Así de interesantes con la magia tecnológica,
mental y matemática
de una cajita rítmica cómoda y mágica,
cibernética, electrónica...
Ruégale a Dios que no se vaya la luz
porque será tu triste final
En el silencio podrás encontrar
lo hermoso que es el sonar...
Electrónica, EL GRAN SILENCIO*

²⁸ "México triplicó el número de internautas en tres años", www.amipci.org, consultada el 10 de junio de 2003.

El amor entra por los ojos

En estos tiempos lo visual se convirtió en una característica básica y determinante de las nuevas condiciones culturales. Además del énfasis de los medios de comunicación por lo visual hay elementos de la vida cotidiana que también acentúan esta característica: la vida en las grandes ciudades y el modo en que conviven sus habitantes ofrecen toda una gama de ocasiones para ver las cosas más que leerlas u oír las.

El cine, el museo, el concierto, la danza, el performance, la televisión, el video, los reportajes, las noticias, las revistas, los semanarios, la publicidad en las calles, la ropa, los autos, los cánones de belleza, los hogares y la oficina se basan en lo visual. Los nuevos cánones de belleza le piden a las personas que cuiden su aspecto personal. La moda, el cabello, los zapatos, el auto, los accesorios, la casa, todo debe verse bien. No importa lo caro que salga o lo incómodo que resulte. Verse bien es la clave y la modernidad ordena una estética además de agradable a la vista, limpia y funcional.

En las artes, el elemento visual es el que mejor satisface estas tendencias, por veloz, impactante y por pregnante. Una imagen se queda grabada en el cerebro muchísimo más tiempo que un sabor o un sonido debido a que el 80% de la información recibida llega por la vista. Por ejemplo: las noticias tienen mayor impacto o credibilidad cuando cuentan con el apoyo de una imagen.

En cuanto a la música, la difusión masiva y constante de imágenes aumenta las posibilidades de acceso a las producciones artísticas, si no existieran los videos estaríamos limitados a conocer a los grupos únicamente cuando se presentan en vivo. En cambio, ahora podemos acceder a la música de otros países gracias a su edición en formatos para su difusión visual masiva. En México, la importancia de aparecer en televisión es determinante. Si eres músico y no sales en Televisa casi nadie te conoce o si eres rockero con aires internacionales pero no sales en MTV, no has logrado rebasar la frontera de lo alternativo.

La unión de la industria musical con la televisiva produjo un cambio radical en los parámetros de producción, transmisión y consumo de rock. En Estados Unidos las decisiones de compra de discos por parte de la juventud es determinada por la información que reciben de MTV. De las 100 estrellas que figuran en las lista de popularidad de la revista Billboard por lo menos 40 tienen su correspondiente video.

En 1998, MTV emitía su señal en 83 países alcanzando un auditorio aproximado de 273 millones de personas de los cuales 70 millones se encontraban en Estados Unidos.²⁹ Gracias a MTV la industria del rock repuntó como no lo hacía desde 1975 tanto que a partir de 1992 el canal decidió lanzar al mercado sus propios discos: los Unplugged. En Latinoamérica, MTV latino inició transmisiones el 1° de octubre de 1993 y desde entonces cada vez tiene mayor importancia entre el público latinoamericano.

El canal difunde mucha música en español y la mayoría de sus conductores son de Argentina, México y Chile. Durante sus primeros cinco años de transmisión se calcula que más de 8 millones 300 mil jóvenes en todo el continente americano lo vieron³⁰ cifra importante ya que la mayoría de los jóvenes de clase media pasan cerca de dos horas diarias frente al televisor viendo los últimos videos de sus grupos favoritos, de quienes copian la manera de hablar, vestir y bailar.

Las disqueras comprenden el poder de la imagen de ahí su interés por colocar los videos de sus artistas en los programas musicales y de publicar sus fotos en todos los periódicos y las revistas de moda. Lo visual llama tanto la atención que muchas discotecas, bares y restaurantes han introducido la transmisión de videos como parte del atractivo del lugar. Un ejemplo del poder de convocatoria del rock para tener frente al televisor al público fue el concierto de Live Aid en 1985 cuando cerca de 300 millones de televidentes alrededor del mundo lo vieron desde la comodidad de su sala.

El auditorio joven consumidor de videos, seguidor de MTV, representa un fuerte mercado ya que estos muchachos no sólo consumen videos sino la ropa, comida y bebida que aparece entre video y video o en el video mismo. Recordemos que el joven se gasta casi todo su excedente económico en entretenimiento y la televisión es el mejor escaparate para ofrecerle todo tipo de productos. Como no todas las empresas o gobiernos tienen los recursos o la capacidad para entrarle a la difusión masiva de mensajes son pocos los empresarios que comienzan a dominar este sector decidiendo ellos las formas de producción, distribución y circulación de los bienes.

²⁹ Víctor Roura, "No Logo", *El Financiero*, 4 de septiembre de 2001, p.54.

³⁰ Marisol Alcey, "MTV Latino", *Switch*, noviembre de 1998, p.54.

La concentración monopólica

Las compañías disqueras constituyen hasta ahora el medio más poderoso de difusión musical. Invierten grandes cantidades de dinero en grupos o individuos que nadie conoce pero que podrían funcionar, los programan en radio, televisión, pagan publicidad y reportajes en prensa, hacen videos, prometen cielo y tierra pero, si no vende lo suficiente, lo echa a la calle. Así que el músico, como no tiene dinero necesita un socio que invierta en él y difunda su trabajo por el mundo. Entonces termina por disciplinarse y ceder cuando sea necesario ante la empresa o la compañía patrocinadora.

Estas compañías son quienes tienen la sartén por el mango y muy pocos músicos logran mantenerse fieles a su propuesta, grabar de acuerdo a sus parámetros musicales y ser promocionados como a ellos mejor les parezca, en realidad la compañía decide casi todo. Actualmente el tamaño de la industria discográfica se mide por el volumen y el valor de las ventas al público. Según datos de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica ³¹ (IFPI) el valor total de las ventas mundiales de discos en 1996 ascendió a casi 40.000 millones de dólares. De los cuales, la mayor ganancia se la llevan las siguientes transnacionales: Sony (Japón), Polygram (Holanda), Warner (Estados Unidos), BMG (Alemania), Thorn-EMI (Reino Unido) y MCA (Japón)

La mayoría de estas disqueras fueron independientes al principio y después se transformaron en grandes transnacionales. Como Virgin que ya no sólo se dedica a grabar discos, también tiene dinero invertido en salas de cine, en sus propias tiendas de discos, en su propia estación de radio y hasta en líneas aéreas. En total emplea casi a 13 mil 500 personas. En México son las disqueras transnacionales las que dominan el mercado.

En 1997 las disqueras nacionales controlaban sólo 27% del mercado pero la cifra puede ser menor tomando en cuenta que Melody fue absorbida por Universal y MCM fue adquirida por Warner. En este contexto, Fonovisa, Musart, Orfeón, Compañía Fonográfica Internacional, Multimusic y Paramúsica, entre otras, se quedaron con sólo el 17 o 18% del mercado. Los productores independientes como Opción Sónica, Discos Pentagrama o Discos Pueblo dedicados a géneros y estilos de música distintos también tienen un porcentaje pequeño pero seguro del mercado.

³¹ www.ifpi.org, consultada el 25 de mayo de 2002.



La misma naturaleza del catálogo musical de las compañías independientes los hace salirse un poco de la estrategia de consumo para las masas y su margen de movimiento es mínimo frente a las compañías grandes. Estas compañías independientes pueden ser lo mejor para grupos cuyas propuestas son originales, raras y no tan fáciles de digerir por el público acostumbrado a lo comercial pero las ventas no serán muy buenas.

Desgraciadamente la tendencia en los últimos años apunta a que estas compañías terminarán siendo absorbidas por las transnacionales al no poder competir en áreas estratégicas como la distribución, publicidad y promoción. En este combate desigual se requiere demasiado talento, fuerza de voluntad, disciplina, paciencia y el triple de suerte para ser independiente. En el caso del rock, el asunto se pone peor ya que la gran industria discográfica nunca le ha dado el lugar que se merece y son justamente las disqueras independientes las que llenan el hueco de la producción de música nueva.

Gracias a las disqueras independientes se han dado a conocer propuestas más frescas e interesantes del rock nacional como Los de Abajo, Panteón Rococó, Los Esquizitos, Lost Acapulco, Las Ultrasonicas, La Perra, Revolver o Yucatán a Go Go. La concentración de las compañías disqueras transnacionales conspira contra la democratización tanto al impedir el acceso plural de los músicos a la producción como al condicionar a los consumidores al tipo de música que van a recibir.

Las grandes empresas se vuelven más poderosas con el tiempo y la experiencia y comienzan a imponer ellas mismas las reglas del juego. Sólo algunas transnacionales toman en cuenta los movimientos culturales locales enfocados en la diversidad e inteligentemente diversifican sus ofertas. Ya mencionamos el caso de MTV que comenzó a incorporar las producciones de América Latina.

Desafortunadamente son pocas las compañías disqueras que empiezan a buscar talento en los músicos populares, le dan importancia a la producción local, organizan concursos, festivales y jornadas para difundir los estilos propios de la región. La mayoría se dedica a buscar el estereotipo fácil de digerir o músicos que reproduzcan fácilmente los estilos ya comprobados y claro la mayor parte de la promoción sigue siendo para los artistas ingleses o estadounidenses.

La música necesita abrirse a nuevos lenguajes, tendencias y estilos no tan fáciles de digerir. La industria del entretenimiento trata de vender siempre lo seguro, lo ya probado de ahí que hace mucho tiempo que no nos encontramos con cosas realmente nuevas y propositivas. La monopolización bloquea la difusión de estilos diversos por enfocarse en las ventas masivas, en el gusto fácil. Hace mucho tiempo que no sale un disco realmente desconcertante o surge un género nuevo, original y arrebatador.

En México al norte de la República se vislumbra una nueva manera de hacer música. El colectivo Nortec -un grupo de dj's que mezcla sonidos típicos de la música grupera, nortea o de banda con sonidos electrónicos- está cambiando el panorama de la música en el país. El colectivo fue seleccionado para representar a México en la expo Hannover de Alemania, CONACULTA los eligió como representantes de la música mexicana contemporánea y su tema "Polaris" le dio la bienvenida al año 2000 en la magna celebración del Zócalo. Además uno de sus temas fue seleccionado para la campaña del auto "Volvo" en el 2002.

Y ni hablar de los grupos rockeros o hip hoperos también norteaños como El Gran Silencio, Plastilina Mosh y Control Machete. El Gran Silencio demostró una vez más que la cumbia, el balenato y el acordeón se llevan muy bien con las guitarras eléctricas. Control Machete disparó el gusto por el hip hop y el estilo fronterizo y Plastilina Mosh demostró que la música electrónica tipo videojuego puede tener buena aceptación. Monterrey demostró que puede generar grupos con la suficiente calidad para colarse a las listas de popularidad en el extranjero sin necesidad de recurrir al tema de la migración, los latinos en Estados Unidos o el México popular.

En resumen, el objetivo de las grandes corporaciones ya sean industrias de electrónica, cadenas de televisión, agencias publicitarias, empresas cinematográficas o compañías disqueras, es controlar, monopolizar y estandarizar lo más posible a los consumidores para poder vender una mayor cantidad de productos. Tan sólo la región comercial que constituyen Estados Unidos, Canadá y México concentra un mercado de 360 millones de personas con una producción anual combinada de 6 billones de dólares. ¿Quién no desea venderle algo a este enorme mercado? Eminem vendió en el 2000 más de 9 millones de discos. Si cada disco costaba en promedio 14 dólares éste artista recaudó 126 millones de dólares en un año, sólo en Estados Unidos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El éxito de la vulgaridad

Baila rica nena, sabrosito, baila rica nena, mas pegadito
me gusta chichi, me gusta chacha,
yo quiero que me des, que me des papaya
Estas en tu casa tan triste y tan sola
nada que hacer y estas picándote la cola
yo te recomiendo para tu calentura
que vayas a la tienda por un bote de pintura
consigas un mango, el mango de un hacha
y luego te la ensartes en la cucaracha
si no te es suficiente y no te prendió la mecha,
sigues caliente y no quedaste satisfecha
ve por un mango, el mango de un martillo
ponle vaselina y métetelo en el fundillo
si ya se te acabo toda la vaselina
y vez a un güey de azul parado en una esquina
que estas esperando pa' pintarlo de rojo
no lo pintes de café, que así no me lo cojo
Rastaman-dita, MOLOTOV

En México el avance tecnológico coexiste con la marginación y la decadencia, con la riqueza de la cultura popular y es precisamente en la cultura popular donde los medios se aprovechan para crear la pobreza de la cultura. Hoy vemos como las telenovelas, las películas viejas y los programas de variedad nos intentan vender la idea de que ser pobres, ignorantes y vulgares, resulta chistoso. Los *talk shows* presentan las desgracias familiares como si fueran motivo de risa, programas de policías y persecuciones pretenden hacernos a la idea de que la violencia es cosa de todos los días.

Estos programas carentes de contenido, utilizan un lenguaje pobre y con muy poco contexto. Utilizan a la mujer como objeto de deseo y de adorno. Se burlan cínicamente de los pobres, los discapacitados y los enfermos. Incluso las noticias que eran el espacio más serio de la barra televisiva se han vuelto un show. Y como ejemplo de esto: el auge de la groserías en televisión y en la música, la justificación fue que así hablaban los mexicanos.

En cuanto a la postura que tienen frente al rock, me llama la atención que ustedes no hablan en inglés y prácticamente no dicen groserías.

Tony (El Gran Silencio): Nomás sabemos decir maldiciones para agredir a la gente, además, estamos defendiendo la lengua, como decía Gabriel García Márquez: que bonito que te rayen la madre con esa envidia, y no que te caigas de risa. Si yo voy a decir que te quiero mucho, pues hay muchas formas de decirlo, pero si realmente estoy enojado y empelotado de a madres, pues te lo voy a decir "te quiero de a madres hija de tu chin..." y no tengo porque censurarme.

Si alguien me dice yo puse en esta canción "chingas a tu madre" porque estaba sumamente cagado y tenía que decirlo pues le aplaudo y le digo "sabes que cabrón, lo siento, cuando te oigo lo siento de corazón, hasta me encabrono". Pero si te lo están diciendo para vender, pues mejor hago discos como Polo Polo. No seríamos honestos al cambiar a decir maldiciones sólo porque está de moda. Eso de que "el que no baile que chingue a su madre... ¡qué tal si soy inválido, cabrón?" (risas).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Cano (El Gran Silencio): De hecho para nosotros es más pesado el Mastuerzo, con una sola guitarra, que bandas dando gritos con batería y distorsionador y ruido; es más pesada Paquita la del Barrio cuando dice (a coro): "¿Me estás oyendo inútil!" Porque lo siente y hasta te da coraje, dices: "sí, pinchis hombres, no valemos madre...(risas)"

Tony (El Gran Silencio): Un día fue mi jefa a vernos tocar, y hay una rola en donde digo una maldición: "chingaderas pa'delante y para atrás" y cada que la tenía que decir, pues le cambiaba. Somos libres, pero no podemos faltarle el respeto a quien no le gusta que le digan pendejadas. Hay que pensar en el contexto. De morrillos, al jugar futbol, dices muchas pendejadas, pero cuando viene una señora pues todos se callan. Si en un disco dices cosas, uno debe tener responsabilidad.

A mí me surra que se pierda todo el rollo del respeto por una simple pendejada, como ha estado sucediendo últimamente. Hay canciones de Molotov que son humor puro y la gente se lo toma por otro lado. La de "Puto" ha hecho que gente que ve un afeminado se la pase chingándolo y cantándole fregaderas: "Matarile al maricón". La canción es de humor y no un cuchillo para estar madreando a todos los putos. Si eres el creador de esa rola, creo que tienes la responsabilidad de decirselo a la banda para que se de cuenta de tu intención.²²

El periodista Víctor Roura³³ se queja de que la televisión adocena tanto el ámbito musical que una entrevista con los mismísimos Rolling Stones la convierte en una sarta de sandeces. En una entrevista con MTV la televisora mostró a un pirado Keith Richards que no decía nada cuerdo, a un Mick Jagger tratando inútilmente de hacer memoria y de recomponer dando infinidad de traspies. Según Roura, lo mismo le ocurrió a Molotov cuando salió en MTV y se la pasó echando relajo y diciendo vulgaridad y media.

Un amigo me dijo un día: ¿qué pensarían los de Molotov si vieran a mi primo de 5 años cantando la canción de "Perra arrabalera"? ¿Qué piensas de esto?

Randy (Molotov): Mmmm...no sé...Creo que es algo que varía en cada persona. Me parece que además tienen que ver los papás, porque si ellos saben de qué se trata Molotov y están más enterados, aunque sea una responsabilidad nuestra, pues no tiene nada de malo. Si les enseñan a sus hijos dónde decir groserías y dónde no, pues eso está bien. Además, los niños han oído cosas mil veces peores, ya que no son tan ingenuos y creo que no se les debe mentir.³⁴

*

¿La libertad de expresión se mide por la cantidad de groserías que aparecen en una canción o en una telenovela?

Paco (Molotov): No se me ocurre ahorita una manera para medirla, pero la libertad de expresión se va palpando, si en la radio pudieras decir lo que fuera y en un canal de televisión así como pasan a un artista plástico invitaran a uno a tocar en vivo y tuviera la posibilidad de equivocarse y su canción hablara de algo que no fuera lo más bonito, pero si tuviera ese espacio, a lo mejor serían algunas medidas para medirlo.³⁵

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

³² Pedro Guzmán, "El Gran Silencio ¡arriba Nuevo León!", *Pulse! latino*, noviembre de 1998, p.20.

³³ Víctor Roura, "El éxito de la vulgaridad", *El Financiero*, 18 febrero 1998, p.47.

³⁴ Alonso Arreola, "¿Y dónde jugará Molotov?", *Pulse! Latino*, octubre de 2001, p.16.

³⁵ David Cortés, "Molotov: subir al cielo para perder el detalle", *Pulse! latino*, febrero de 2000, p.24.

Pero resulta injusto calificar a los artistas por una sola aparición en televisión. No todos tienen un amplio bagaje cultural como para que las entrevistas den para muchos temas y cuestiones más profundas. A los músicos debemos juzgarlos por su producción musical y en segundo plano por su postura ante temas de otra índole y su conocimiento de cosas totalmente ajenas a la cuestión musical.

Los músicos no están obligados a ser amables o inteligentes todo el tiempo y tampoco se puede tomar la opinión de algún miembro como la filosofía de vida de toda la banda. Tampoco pueden tomarse demasiado en serio la cuestión de las letras porque le quitaríamos la parte divertida a la composición y una sola canción no resume la calidad o intención del resto del disco. Si bien Molotov y Control Machete le deben gran parte de su éxito a las groserías, no es el único tema recurrente en ellos.

La canción "Puto" de Molotov sigue siendo una de las más solicitadas al grupo y el público la asimiló con facilidad gracias a que, como afirma Gilles Lipovetsky³⁶ la cultura moderna es descentrada, materialista, porno y discreta, renovadora y retro, consumista y ecologista, sofisticada y espontánea, espectacular y creativa. Y en México un poco hueca y vulgar.

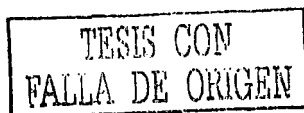
Roger Bartra³⁷ ya había abordado la figura del pelado en la cultura mexicana. Para él, el *pelado* o el *pachuco* son una de tantas formas que adquiere el mexicano para insertarse en el universo industrial urbano dominado por el capitalismo moderno. De ahí el énfasis en este aspecto peculiar del hombre nuevo: su carácter violento. El pelado es un ser que ha perdido sus tradiciones y vive en un contexto ajeno: el mundo industrial urbano (en el caso del *pachuco* el mundo capitalista anglosajón). Su violencia, palabras bruscas, gestos y ademanes elocuentes le sirven para oponerse a la civilidad del nuevo contexto moderno. Es de alguna manera una revelación frente al contexto económico y cultural.

C. EL INDIVIDUO Y LA CULTURA

El efecto de la cultura sobre los individuos es determinante ya que las formas de conducta no se explican tanto por las necesidades del individuo sino que están más determinadas por el medio ambiente social, cultural y ecológico. Los humanos nos regimos por un sistema de valores

³⁶ Gilles Lipovetsky, *La era del vacío*, p.11.

³⁷ Bartra, *op. cit.*, pp. 108-109.



asociados a motivaciones y nos comportamos considerando lo que los demás esperan de nosotros. De acuerdo a esta percepción los ritmos culturales son más poderosos que los fisiológicos

Para inculcar el ideal del ciudadano perfecto en los miembros de la sociedad se crean unos fines y estímulos integrados a los factores económicos, ideológicos y sociológicos como el trabajo, la disciplina, la puntualidad y el orden. El problema es hasta que punto son coherentes con las necesidades sociales. Esta es la razón por la cual un fracaso en la necesidad de prestigio, culturalmente estimulada, produce mas infelicidad y frustración que el racionamiento de la comida o la prohibición sexual.

El concepto de cultura se agrega entonces como ingrediente principal de la personalidad y se anexa a la lista de presiones a las que están sometidos los individuos. Muestra clara de que si se altera la economía de una sociedad se alterará también el sistema de adaptación psicológica de los miembros a lo social. Esta es la razón por la que los individuos de todas las sociedades tienden a resistir los cambios, pues les acarrearán ansiedades inexplicables.

En 1951, Durkheim³⁸ aseguró que no es por la pobreza o por la crisis industrial por lo que aumentan los divorcios, el alcoholismo, los delitos, los asesinatos o el suicidio, sino por las perturbaciones severas al orden colectivo. Cuando el individuo pierde los límites morales compartidos socialmente, la separación de la sociedad y el encierro en sí mismo pueden conducirle a la pérdida del significado. El individuo se sumerge en el desorden y la locura.

En los noventa, el individuo se encontró de pronto ante un panorama cultural que le ofreció un relajamiento de la disciplina, una sociedad más flexible y tendiente al sentido del humor. La sociedad comenzó a pedir respeto a las diferencias, se fomentó la liberación personal, el relajamiento, la sinceridad, la psicología y la libertad de expresión. Los nuevos valores apuntaron al despliegue de la personalidad, a legitimar el placer y modelar las instituciones de acuerdo a las aspiraciones de los individuos. La gente empezó a querer vivir el momento, aquí y ahora, conservarse joven y no forjar el superhombre del que hablaba Nietzsche.

Nos comenzamos a definir por el trabajo desempeñado, por nuestros amigos, por nuestro deporte favorito y por el tiempo dedicado al ocio. Por otro lado, la información adquirió un papel importante todos quieren contar algo, opinar, la mayoría de los programas de televisión incita al público a

³⁸ Durkheim citado por Sergio Zermefio en *La sociedad derrotada*, p.44.

comunicarse y a contestar la pregunta del día. Y afuera hay un *boom* de los celulares, el correo electrónico y las computadoras portátiles. Todos desean estar dispuestos a toda hora y acceder a la información en cualquier momento.

Pero esta demanda de rapidez en el flujo de información disminuyó la importancia de los contenidos. Ahí el origen de la gran cantidad de información banal que circula en la televisión, las revistas de espectáculos y muchos programas de radio. El placer narcisista de expresarse para nada³⁹ para sí mismo. Comunicar por comunicar, hoy todos se sienten con derecho a decir algo ante los medios de comunicación tenga sentido o no.

Hemos pasado a la etapa de la sociedad transparente de la información y la imagen apocalíptica de hace un par de décadas donde se alertaba sobre la pasividad de los consumidores se desdibuja ante la idea de un consumidor activo, decodificar, te, selectivo y procesador de la información. Se reconoce por fin que el individuo nunca deja de ser un organismo distinto con necesidades propias, capaz de escoger, apto para pensar, sentir y actuar con independencia y al que la oferta cultural no le puede parecer tan atractiva como se supone debe ser.

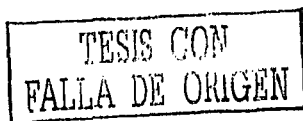
Ante este contexto cultural estandarizado, monopólico y enfocado a la búsqueda de lo fácil, lo barato y poco complicado los individuos crean frentes culturales alternos a los grandes medios de comunicación y las industrias culturales donde se enfrentan distintas maneras de ver el mundo y la vida. Se estructuran distintas maneras de vivir y ver la sexualidad, el trabajo, lo deseable, lo posible, lo utópico, lo que significa barrio, calle, honestidad, felicidad, éxito, fracaso, patria, amigo, lo bueno, lo malo, lo auténtico, lo falso, las clases de edad, de muerte, el amor a la vida.⁴⁰ No todos están conformes con el mundo que muestra los medios de comunicación.

Las minorías arriba

Con el auge de la democracia, los espacios abiertos y un mayor respeto a la libertad de expresión arranca una nueva revolución de las exigencias y el reconocimiento de diversos sectores sociales como la mujer, los jóvenes, los indígenas, los homosexuales, la cultura fronteriza, incluso, la cultura del narco. Surge la fiebre por las demandas de grupo, todos quieren verse representados y esto sin duda afecta el ámbito cultural.

³⁹ Lipovetsky, *op. cit.*, p.15.

⁴⁰ Jorge A. González, *Más cultura*, p.52.



La música en general y hasta el mismo rock ha dado paso a géneros que representan de alguna manera el auge de las minorías: el anarcopunk, los narcocorridos, los darkies sadomasoquistas, el norteño electrónico, el rock con cumbia, la salsa con mariachi y Thalía con banda. Hay para todos en el ámbito musical y en cuanto a organizaciones civiles, hay de lesbianas, homosexuales, drogadictos, neuróticos, deprimidos, comedores compulsivos, anoréxicos, católicos, chavos banda, ecologistas, ciclistas, uniones de vecinos, grupos de estudiantes, círculos artísticos etc. El individuo comienza a unirse a algún tipo de grupo. No estamos tan homogeneizados, no somos tan parecidos y no hay tanto consenso sobre todo cuando todos exigimos más.

Nene nene nene ¿que vas a ser, cuando seas grande?...

Es tanta influencia de los medios de comunicación, tanta la oferta y la fascinación que ejercen en la sociedad que una de las carreras más demandadas en las universidades es Ciencias de la Comunicación. Muchas generaciones han perdido el interés por otros aspectos de la vida como la investigación, el derecho o la salud ante la abrumadora fascinación del televisor. Así que muchos se lanzan a este tipo de carrera con la falsa idea de que es un camino para volverse famosos. Todos reclaman sus 15 minutos de fama.

Esta exigencia desborda la capacidad de Estado mismo para proporcionarla. Vivimos una masificación de las universidades con todos los servicios e infraestructura que esto requiere pero ¿dónde van a terminar trabajando tantos profesionistas en un país que no crece al ritmo que debería? El sistema educativo se ha ido adaptando muy lentamente al desarrollo tecnológico y es difícil que sus egresados encuentren lugar en las empresas o instituciones modernas. Los maestros se quejan de la actitud de los jóvenes ante el estudio porque acuden a clase sin grandes motivaciones ni intereses, los jóvenes saben que el futuro no es tan prometedor.

Con el rock pasó algo similar al boom de la carrera de Comunicación. Desde que los Sex Pistols aparecieron en escena cualquier jovencito sin conocimiento musical alguno decide que formar una banda de rock es lo mejor que puede hacer para expresar su inconformidad o su falta de madurez para dedicarse a otra cosa. Para bien o para mal, en México no todos los muchachos se pueden dar el lujo de dedicarse sólo a la música. La mayoría tiene que conseguirse un trabajo por la mañana, ir a la escuela en la tarde y ensayar los fines de semana y tocar en cuanta fiesta los dejen y sin cobrar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En estas condiciones resulta difícil que se mantengan fieles a la propuesta original, muchos de ellos terminan por tocar cumbias o salsa con tal de ser contratados un mayor número de veces. Sólo los que tienen contactos, amigos, dinero para comprar buenos instrumentos o saben sacarle jugo a la tecnología, logran deshacerse del lastre que significa andar tocando y tocando puertas. Pero nada de esto los desanima, puede más la fascinación por el rock.

Frente a entornos sociales y laborales crecientemente dominados por la idea de eficiencia, competitividad, productividad y frente a experiencias de vida que llevan la huella de crisis y carencias, el rock parece ser asumido como un reducto social que permite expresar una disidencia afectiva, por escasamente estructurada que sea.

Adrián de Garay⁴¹

Es así como la mayoría de las bandas de adolescentes termina por deshacerse en cuanto algunos de ellos o casi todos comprenden que hacer música no es tan fácil y que la época de los Sex Pistols -donde no se exigía mucha calidad mientras se tuviera fuerza interpretativa y mucha energía en el escenario- ya pasó. Otros comprenden que componer y dedicarse a la música no es tan romántico y divertido, requiere de seriedad, compromiso y profesionalización.

Tal vez sea por esto que los integrantes de los grupos más conocidos vengan de la clase media y cuenten con estudios profesionales. Café Tacuba está integrado por diseñadores gráficos de la Universidad Autónoma Metropolitana; Roco de Maldita Vecindad estudió periodismo en la UNAM, Pachó el baterista es periodista cultural desde antes de pertenecer a la Maldita; Panteón Rococó surgió de un grupo de amigos que asistían a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. El Gran Silencio tiene a dos diseñadores gráficos de la Universidad Autónoma de Nuevo León, Fermín de Control Machete estudió medicina; Rita Guerrero de Santa Sabina tiene estudios en actuación y canto.

Esto demuestra que es falsa la apreciación de que cualquier hijo de vecino toma una guitarra, compone una canción y en medio de una tocada prendida un productor los detecta y los graba. Por lo menos en este país, importan mucho los contactos, la imagen, el tener los medios suficientes para crear y proponer. Y no me refiero sólo a medios económicos sino a medios culturales, un mayor nivel educativo abre las puertas a diferentes formas artísticas y concepciones de la vida. Además, el rock es una música hecha con instrumentos caros por eso la mayoría de los grupos están integrados por miembros de la clase media y muchos grupos se mueven en colonias también de clase media como la Narvarte o la del Valle.

⁴¹ Adrián de Garay, *Simpatía por el rock*, p.9.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Requiere mucho de contactos de amigos, no importa la calidad, ni lo que quieras decir, porque ahora que tenemos más conocidos que antes, nos llegan algunas invitaciones. En México es muy raro eso de que anden buscando gente en el círculo underground para hacer cosas, es más bien como que la gente de Opción Sónica ya está conectada con la gente que hace las películas o que produce los tributos, pues es por ahí por donde se conecta, no porque le estén dando oportunidades a bandas nuevas o no, es porque ya existen los contactos. A nosotros nos ha pasado, ahora ya hay quien nos ha escuchado y proponen algunas cosas.

Missael, Panteón Rococó⁴²

Mientras las instituciones educativas y culturales sigan funcionando con modelos viejos no se podrá desarrollar una mayor inventiva para capitalizar el potencial de integración social y cultural. Y mientras la escuela no integre a los muchachos a la labor científica y a la investigación, estos seguirán decidiendo el rumbo de sus vidas influenciados por los medios de comunicación. Seguirán creyéndose el sueño de la fama rápida, de lo divertido que es el mundo del espectáculo, de que formar un grupo de rock es el camino ideal para obtener reconocimiento, dinero, placer y diversión. Y no es que no lo sea, sino que muy pocos alcanzan el sueño.

Contradicciones entre individuo y cultura

Soy anarquista, soy neonazista
Soy un esquinjed y soy ecologista
Soy peronista, soy terrorista
Capitalista y también soy pacifista

Soy activista, sindicalista
Soy agresivo y muy alternativo.
Soy deportista, del Rotarac,
politeísta y también soy buen cristiano.

Y en las tocadas la neta es el slam
Pero en mi casa si le meto al tropical
Me gusta el Jevimetal, me gusta el jarcor
Me gusta Patric Miller y también me gusta el gronch.

Me gusta la Maldita, me gusta La Lupita
y escucho a los Magneto cuando está mi noviecita
El borrego, CAFÉ TACUBA

La señal distintiva de la modernidad es la conciencia de vivir en un mundo donde todo está invadido por su contrario y retomando a la *Jaula de la Melancolía* hoy tenemos dos Méxicos: uno rural, bárbaro, indígena y atrasado; otro moderno, urbano, industrial y mestizo. Esta obsesión ha opacado la multifacética realidad y ha ayudado a construir un estereotipo del mexicano con una dualidad que va del Adán agachado al pelado moderno con sus consecuentes conflictos y contradicciones.

⁴² www.retla.com, consultada el 20 de enero de 2002.

Aquí yace otro de los principales malestares de los ciudadanos en estos tiempos: la diferencia entre las promesas del sistema y la realidad social. Mientras el gobierno, la escuela e incluso la familia nos prometen un futuro exitoso si únicamente nos dedicamos a los estudios y a ser honrados, la realidad nos demuestra todo lo contrario.

Según Donald Winnicott⁴³ creerse toda la serie de promesas del sistema sólo puede conducirnos a la decepción. La realidad es que en un sistema social piramidal lo obvio es que solamente unos cuantos estarán arriba y el resto a quienes se les prometió el éxito, la riqueza, la belleza y la aceptación estarán haciendo intentos desesperados por llegar a la cima. Cuando las metas de fama, éxito y fortuna constituyen las principales motivaciones de la vida, los sentimientos de fracaso y de decepción van a invadir a una gran cantidad de personas al no poder conseguir las.

Pensar que todos podemos ser exitosos es tan fascista e irreal como creer que todos debemos de ser sanos y felices. Las metas propuestas al individuo son desproporcionadas respecto a los medios disponibles para satisfacerlas y las tensiones se multiplican. Esto representa un factor contrario a la higiene mental. Hoy vemos una correlación evidente entre contradicción social y neurosis individual. La realidad es que la mayoría de las personas no son exitosas, ni bonitas, ni maravillosas, ni sanas. Mucho menos felices cuando esos son los estándares a alcanzar.

En la actualidad, la tendencia a la desesperación es entendible y las consecuencias son reales, no inmediatas pero inevitables. Cuando el nivel de vida se mide por la capacidad de consumo del individuo o del grupo y los valores de prestigio también emergen como una finalidad, las presiones socio-económicas representan para el individuo necesidades apremiantes cuya insatisfacción conduce a la ansiedad y conflicto. Una insatisfacción sistemática de estas metas lleva generalmente a la frustración.

Los sentimientos de inseguridad y la devaluación de la persona aparecen con esta frustración así como los estados de sufrimiento, complejos de inferioridad, resentimiento social y tendencias agresivas derivadas del incumplimiento de estas metas. El individuo tiene que asumir ciertas formas de conducta estereotipadas, es decir, tiene que ajustarse a las pautas culturales y gran parte de estas pautas tienden al mantenimiento de la sociedad más que a satisfacer necesidades individuales. De ahí la enorme frustración y contradicción entre los seres humanos.

⁴³ Donald Winnicott citado por Deyanira Torres en "La hostia psiquiátrica", *Complot*, diciembre de 2001 p.58.

Incluso quienes logran conseguir estas metas no quedan del todo satisfechos ya que hay vida más allá de las cuestiones meramente materiales. Esta es la principal contradicción entre la cultura y el sistema económico, la satisfacción de las necesidades materiales no llena el alma, no satisface al individuo quien busca en las manifestaciones culturales un escape, un sentimiento, algo no material o comercial.

Estas manifestaciones expresan esta opresión del mundo moderno, productivo, rápido y consumista sobre los seres humanos. No debemos olvidar que la música, el cine, la danza, la pintura, la comida y el resto de las artes, siempre tendrán un objetivo espiritual o estético por encima del económico de ahí que intenten constantemente convertirnos en mejores humanos y no en mejores consumidores.

La decadencia

No fuckin' fun boys n girls, and you know why..
No fuckin' fun boys n girls, and you know why..
No fuckin' fun boys n girls, coz the world is coming to its end
Yo sugeriría un mezcal en las rocas
Da subiduría y a larra lo que enfocas
Aunque darse cuenta no esta nada cabrón
Que viene de bajada en picada este avión
Sobran razones para estar pitando
Nuestro planeta se esta asfoando

El mundo se va a acabar, el mundo se va a acabar
Si un día me has de querer, te debes apresurar
Se acaba la vida, se acaba el agua
Se acaba la selva y nadie hace nada
Se acaba la menta, se pone más raro
El mundo, MOLOTOV

El contexto económico, político y social nos dejan de pronto con la sensación de vivir en una época decadente, este sentimiento provoca el debilitamiento personal o comunitario sobre todo ahora que reina la indiferencia y el estancamiento. El futuro ya no se asimila como un progreso inevitable, el desastre ecológico, las guerras, la inseguridad en las grandes ciudades y los problemas de salud ocasionan cierto desencanto entre la población. Sin embargo, este desencanto corre a la par con nuevas formas de combatividad y resistencia. El hombre moderno no es el decadente pesimista de Nietzsche ni el trabajador oprimido de Marx es más bien el teleespectador aburrido cambiando de un canal a otro toda la noche.

La alieneación⁴⁴ resultante de la mecanización del trabajo ha dado lugar a una apatía un poco fomentada por el amplio campo de posibilidades y el libre servicio. Cuando lo social está abandonado, el deseo, el placer y la comunicación se convierten en los únicos valores es como si el capitalismo hubiera de hacer indiferentes a los hombres como lo hizo con las cosas. Indiferencia por saturación, exceso de información, aislamiento y ausencia de motivación.

A esto debemos agregar lo que José E. Iturriaga⁴⁵ denunció hace años: el hondo sentimiento de menor valía que tienen los mexicanos. Sentimiento proveniente de nuestro pasado colonial de esta condición de raza vencida por los conquistadores que nos hace un ser tímido, reservado, que se traga sus sentimientos, habla en voz baja y además emplea muchos diminutivos. Con una enorme falta de interés en la política y con una inclinación a infringir las leyes, ya que consciente o inconscientemente se olvida de la existencia de los demás.

En realidad, sólo a una pequeña cantidad de mexicanos los mueve el poder, la ambición o las causas místicas o sociales. Nuestras pretendidas formas de resistencia cultural como el relajo, la impuntualidad o la corrupción se pueden convertir en valores y metas en sí mismos cuando se confrontan con el énfasis implacable en la productividad que predomina en los países industrializados.

El relajo funciona como mecanismo de autodefensa popular para desorganizar los mecanismos de dominación y explotación. Funciona como diversión que cambia las protestas potenciales por un desvío que asegura el equilibrio y la permanencia de las relaciones de dominación.⁴⁶ Esta pereza y abulia llevan a evitar el trabajo vía complejos mecanismos de elusión y disimulo. Para muchos es una huida sin sentido que contribuye al caos de la sociedad industrial.

En este contexto, César Garizurieta⁴⁷ pone a Cantinflas como el mejor representante del tipo psicológico mexicano. No tiene ningún interés por superarse y no quiere un mundo mejor, desea vivir como está. La energía, la agresividad y la fuerza vital – que habían sido exaltadas por los ilustradores de la Revolución mexicana como características del hombre nuevo- se esfuman frente al prototipo cantinflasco.

⁴⁴ Proceso mediante el cual el hombre o una colectividad transforman su conciencia hasta hacerla contradictoria con lo que debía esperarse de su condición. Estado de ánimo, individual o colectivo, en que el hombre se siente ajeno a su trabajo o a su vida auténtica. *Enciclopedia Encarta 2000*.

⁴⁵ Citado por Bartra en *La Jaula de la melancolía*, p. 123.

⁴⁶ Bartra, *op.cit.*, pp. 162-164.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 147.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Este personaje propone la huida y no la lucha, el escurrimiento y no la pelea. El mexicano se convierte así en maestro de las fintas y los albuces. Se vuelve evasivo, indirecto y dominado por el lenguaje lleno de rodeos.

(a los mexicanos) No les entusiasma una modernidad eficiente ni quieren restaurar la promesa de un futuro industrial proletario. Tampoco creen en un retorno a la Edad de Oro, al primitivismo larvario. Han sido arrojados del paraíso originario y también han sido expulsados del futuro. Han perdido su identidad, pero no lo deploran; su nuevo mundo es una manzana de discordancias y contradicciones. Sin haber sido modernos, ahora son desmodernos.⁴⁸

La melancolía

Venga esa risa que yo quiero ver
¿De dónde sale el indio gallón que tiene chispa?
La calle se moja con el hambre y el estrés
Y a todos nos toca contemplarla en su avidez

Por fiesta que:
Se pierde en el murmullo del tiempo
Y fiesta que:
Se guarda en la sonrisa del viejo
Y fiesta que:
Agarra en la tristeza su velo
Y fiesta que:
No muere aunque me quites cemento

Venga esa risa má

Una palomita me dijo con suavidad
aquí nadie es dueño de nada
nadie es dueño de nada no
aquí la tierra está librada
librada de tanto robar.
El Indio, LOS DE ABAJO

Siguiendo con Roger Bartra⁴⁹ la melancolía también es característica de la cultura mexicana y tiene su origen en el estereotipo del campesino melancólico que se convirtió en uno de los elementos constitutivos más importantes del carácter del mexicano y de la cultura nacional. Su imagen nos remite a un pasado anterior a la conquista donde todo era mejor. El campesino entraña una doble sensación de nostalgia y de zozobra tan característica del síndrome de la melancolía. Nos hace creer que debajo de la arrolladora modernidad existe un lugar mítico.

Después de la Revolución a los gobiernos nacionalistas sólo les quedó el campesinado y el proletariado como fuentes de inspiración para reconstruir a la nación pero ahora, para crear al

⁴⁸ *Ibid.*, p. 199.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 44.

hombre moderno es necesario reconstruir ese hombre primordial y originario. Entonces, resulta indispensable crearle un pasado mítico para que la propia modernidad le permitirá despojarse del mito y pueda construir su futuro. Gracias a esto se toman en cuenta los rasgos de los más desamparados como símbolo de toda una nación, el campesino representa las virtudes aborígenes heridas que no volveremos a ver, es el chivo expiatorio, la furia de nuestras frustraciones y de nuestra cultura nacional.⁵⁰

Estos campesinos sin tierra también representan a los trabajadores sin trabajo, a los intelectuales sin ideas y a los políticos sin vergüenza. Representa la tragedia de una patria en busca de la nación perdida. No debe sorprendernos entonces que el campesino sumiso se levante como zapatista revolucionario y que el progreso lo transforme en un hombre nuevo: el proletariado, héroe de la modernidad.

El rock también cayó en esta trampa de aludir al México campesino lleno de melancolía, pobreza, nopales, vírgenes de Guadalupe con mucho tequila y colores vistosos. Se volvió una obligación hacer referencias a lugares parecidos a los cuentos de Juan Rulfo.

Ser nacionalista se ha vuelto algo así como un requisito para figurar en la lista oficial de rockeros respetables. Nopales, sombreros, virgencitas: empeñados en la búsqueda de una honestidad elemental, los rockeros nacionales topáronse con la posibilidad de vivir de los clichés charros. Muy bonito, muy divertido, muy vistoso, perla libertad creativa de mucha gente dispuesta a hacer lo suyo se están encontrando con la estorbosa obligación de jugar a las noches tapatías con la guitarra eléctrica.

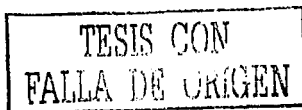
Xavier Velasco⁵¹

El otro lado de la moneda lo constituye el mexicano moderno que esconde su lado melancólico bajo un disfraz de macho patriota y revolucionario pero sentimental. Los hombres revolucionarios no están hechos para resistir las nuevas formas de vida cotidiana que el desarrollo capitalista expande por el país y siente traicionado por el mundo, esa tensión estalla y se revela ante todo en las relaciones amorosas y en los vínculos de amistad.

El mexicano comienza a desconfiar de todo y la música le ayuda, ya que gracias a ella se reinventa una nueva forma de sufrimiento, su ser ofendido inspira canciones que recogen los lamentos del ardid. Así el pueblo tiene un espectáculo de sí mismo para purgar sus penas, sus frustraciones y sus pecados. La música cumple así una de su principales funciones: la catarsis.

⁵⁰ *Ibid.*, p.96.

⁵¹ Citado por Adrián de Garay en *El rock también es cultura*, p.31.



III. EL ROCK MEXICANO EN LOS NOVENTA

Sean bienvenidos a la zona del terror
Donde todo el mundo está fuera de control.
Está hecha un desastre toda la ciudad
Ya no se sabe dónde va a parar

Sientes el intenso e infernal calor
No te des por muerto y que no te de pavor.
Te sientes perseguido y no te puedes escapar
Quisieras darte un tiro y ya no puedes razonar.

Sean bienvenidos a la zona del terror
Donde mucha gente muere del horror.
Nunca habías estado en un lugar así
Donde el instinto es sobrevivir.
Zona del terror, SEKTA CORE

La música no es demasiado compleja lo complejo es tratar de representarla mediante palabras, signos o números. Es una expresión viva que está más allá de las ideas y conceptos, tiene la capacidad de ponernos en sintonía con la vibración del universo. El objetivo del músico es hacernos partícipes de esta vibración a través de su propia percepción del mundo y tratar de tocar nuestros sentidos. La música tiene el poder de elevarnos a un nivel superior de humanidad, de conciencia o de emoción y además es profética. Puede adelantarse a los sucesos sociales porque explora de maneras distintas el ritmo de la vida, nos hace oír tanto el presente, el pasado como el futuro.

Por eso es clave para entender a nuestra sociedad. El rock mexicano de la segunda mitad de los noventa se caracterizó por el recurrente tema de la violencia, los grupos expresaron muy bien la furia y la impotencia que experimentan los individuos al vivir en grandes ciudades como el Distrito Federal, Tijuana o Monterrey. Padecer el tráfico, la inseguridad, el narcotráfico, el desempleo, la migración, la pobreza o la lucha feroz por mantenerse a flote.

Esta reiteración de lo urbano se hizo más presente debido a la constante presencia de la música en la vida cotidiana. Vivimos una explosión musical donde hacemos deporte, caminamos, comemos, trabajamos, conducimos y hasta nos bañamos acompañados de la radio o de algún disco compacto. La música se ha convertido en parte del panorama cotidiano, Gilles Lipovetsky¹ anhela aquella época donde el hombre disciplinado escuchaba música únicamente en sitios adecuados o momentos precisos como en un concierto, una sala baile, el music-hall o la radio.

¹ Gilles Lipovetsky, *La era del vacío*, p.23.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Ahora el individuo moderno oye música mañana tarde y noche como si tuviera la necesidad de permanecer envuelto en un ambiente rítmico, como si necesitara de su constante estímulo. Nos hemos vuelto cinéticos, aspiramos al ritmo, a una participación de todo el cuerpo y los sentidos, participación que fue posible gracias a la invención del walkman en los ochenta. Invención que también revolucionó la convivencia con los demás, ahora cada quien lleva su propio ritmo, viaja en su propia burbuja y no necesitamos convivir con el de al lado. Viajes personales diría Sony.

El personaje de Sabina en *La insoportable levedad del ser* define a esta época como la de la fealdad auditiva. Ella añora la época en donde la música crecía como una rosa en un campo solitario y sólo unos cuantos se acercaban a escucharla. Pero ahora sólo existe el ruido constante y esa es la primera etapa hacia la fealdad total del mundo. Primero llegaría la fealdad auditiva y después vendría la fealdad visual con edificios en ruinas, ciudades devastadas, personas con caras enojadas.

La constante presencia de la música en nuestros tiempos propició el aumento de la oferta y demanda de diferentes estilos. Hoy en día se produce tanta música que cualquiera de nosotros tiene en casa discos o cassettes de diferentes estilos que van desde la clásica, el jazz, el rock, el ska, la salsa o la cumbia. Grupos como Café Tacuba y Maldita Vecindad o Panteón Rococó y el Gran Silencio le deben mucho de su éxito a esta nueva tendencia por mezclar ritmos, probar de todo, apropiarse de ritmos totalmente ajenos al rock como la cumbia, el huapango, el merengue, la banda o el danzón.

A esta presencia constante de la música debemos agregar el cambio de época, cambio que es ante todo una transformación en la manera de ver el mundo y para situarnos en él de otra forma. De modo que cuando una sociedad cambia la forma de verse a sí misma esto se manifiesta no sólo en los modos de vivir y de pensar, en los patrones de consumo o en el flujo de la información, sino en todos los replanteamientos, aquí incluimos el cultural.

A. EL ROCK EN LA CULTURA

Ubicar al rock como práctica cultural requiere investigar el conjunto de procesos sociales que se entretienen durante su proceso de producción, circulación y consumo. Necesitaríamos analizar el contexto, en compañía de quién, con qué grado de atención y consistencia los individuos hacen y escuchan rock. También habría que considerar la clase, el género, la edad, los antecedentes

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

étnicos y la ubicación geográfica del receptor. Adrián de Garay² explica esta dificultad para analizar al rock bajo un solo esquema teórico, una metodología o una técnica de investigación que sean capaces, por sí solas, de dar cuenta de estos complejos procesos sociales.

Para irnos centrando retomaremos el concepto de campo cultural de Pierre Bourdieu³ para él un campo consiste en toda la red de relaciones de competencia y complicidad dentro del mercado que vincula a todos los agentes interesados, en este caso serían los compositores, intérpretes, productores, críticos, etc. En concreto, todos los que tienen ciertos intereses en la música, tanto económicos como psicológicos.

En el desarrollo cultural de cualquier sociedad la música juega un papel importante como instrumento de comunicación, como medio para almacenar y transmitir valores así como vehículo de expresión. En ciertas culturas primitivas era utilizada en las ceremonias, algunos rituales, para armonizar el trabajo y para llevar a cabo varias tareas de la vida cotidiana. Desde las canciones de cuna, los cánticos de guerra, los pregones que anuncian la venta de algo, los cantos religiosos, los corridos o las baladas románticas, la música tiene una presencia fundamental en cualquier tipo de sociedad.

De esta manera, el rock es cultura por ser música y por ser parte de toda esta historia de cánticos, melodías, géneros y evolución de instrumentos. Signo de los nuevos tiempos, el rock marcó el inicio de un nuevo furor de la juventud por la música misma que los incitaba a moverse, a rebelarse, a dejar sordos a sus padres y les hablaba de un mundo donde es posible vivir con mayor intensidad. Hoy en día es una de las pocas expresiones artísticas que pueden clasificarse como transnacionales ya que tiene seguidores en cualquier lugar del mundo, no respeta raza, sexo, clase o condición social. Siempre encontraremos a algún fanático del rock en alguna parte.

Asimismo es transclasista, lo podemos encontrar en una colonia popular o en una de las zonas residenciales más exclusivas. Si bien la manera como se consume no es la misma, es decir, no todos disfrutan del rock en las mismas condiciones, algunos tendrán acceso a los discos importados, originales, podrán ir al extranjero a disfrutar de conciertos y espectáculos que jamás llegarán a México o podrán adquirir un mayor número de parafernalia rockera mientras otros se tienen que conformar con lo que difunde la radio o con lo que pueden comprar. Sin embargo, el

² De Garay, *El rock como práctica cultural*, p.15.

³ Pierre Bourdieu, *Sociología y cultura*, pp. 135-138.

gusto por el rock es el gusto por el rock y uno se las ingenia para poder disfrutar de él a como de lugar.

También es una expresión cultural que circula en diferentes medios de comunicación, el rock está en la radio, la televisión, el cine, las revistas, los libros, los fanzines, los periódicos, en la fotografía, en algunas obras de teatro, en los festivales culturales, en las marchas y manifestaciones, en las causas sociales y muchos eventos más.

Existen ejemplos de numerosos movimientos musicales como el punk que abarcó el diseño, la moda, la música, el video, incluso el libro, el disco y la fotografía. Es una mezcla difícil de explicar y que a veces termina en un solo producto cultural. Grupos de los ochenta como Duran Duran también englobaron dentro de su propuesta algunos iconos de la posmodernidad como el cine, los comics y los géneros espaciales.⁴

Hoy en día el rock está perfectamente establecido en el gusto no sólo de los jóvenes sino de adultos y niños, se ganó un lugar en la vida de los seres humanos gracias a su capacidad de mover multitudes, levantar la voz por causas sociales, remover conciencias, imponer modas, definir un estilo musical, alegrar la vida, el ambiente, influir en el comportamiento de miles de adolescentes alrededor del mundo, cambiar la vida de otros tantos y mover enormes cantidades de dinero. El rock es vida, es historia, es cultura.

La consolidación del gusto por el rock

En México, después del auge del rock and roll y del surgimiento de cientos de grupos que dejaron a un lado la fórmula fácil de traducir las letras de los grupos estadounidenses e ingleses y comenzaron la búsqueda de un sonido propio, por fin comenzó a evolucionar. Los grupos empezaron a manejar una postura más original, más agresiva, su composición se volvió más elaborada, vimos un ligero aumento de calidad y fue necesario reforzar la búsqueda de nuevos espacios. En aquellos años el gobierno hablaba de paz, estabilidad y progreso. Pero en la práctica, las formas de vida eran las mismas cargadas de convencionalismo y falta de oportunidades por lo tanto, el rock era una liberación emocional para los jóvenes y una provocación a la autoridad.

⁴ Julio López, *La música de la posmodernidad*, p.127.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Por esta razón el rock fue duramente atacado por el gobierno y por algunos sectores de la sociedad como la escuela y la familia. Sólo con el tiempo se fueron dando las condiciones para que surgiera un verdadero movimiento nacional, se volvieron a abrir los espacios en la radio y en las compañías discográficas. En 1971 tuvo lugar el festival de Avándaro, el público rebasó las expectativas de los productores y en medio de música, amor, paz y una gran ingestión de drogas se logró un buen concierto (a pesar de todas las fallas técnicas y de organización).

La enorme cantidad de jóvenes reunidos en el festival demostró la civilidad del auditorio cuando se trata de eventos masivos ya que muchos se solidarizaron para llegar y salir del lugar, sobrevivir al frío, la lluvia y la noche. Sin embargo, un día después del evento, la prensa condenó el acto y nuevamente se cerraron las puertas al rock y a la contracultura. Los grupos nacionales tuvieron que recluirse en los "hoyos fonquis" y sólo los jóvenes de las zonas más pobres siguieron apoyándolo.

Después de Avándaro, la historia del rock en México se dividió en dos caminos: Uno, el camino de la difusión y comercialización de grupos exclusivamente estadounidenses e ingleses y; Dos, la consolidación de grupos nacionales con su consecuente cultura underground ubicada en los hoyos. De los sobrevivientes de Avándaro pocos tuvieron la oportunidad de grabar con alguna disquera, algunos con Orfeón, Three Souls in My Mind se quedó con Cisne Raf, Cosa Nostra de Memo Briceño consiguió patrocinio de la Universidad Autónoma de Sinaloa, Toncho Pilatos y La Revolución de Emiliano Zapata firmaron con Polydor, por ejemplo.

Los hoyos fonqui se convirtieron en el espacio donde se gestó el movimiento rocanrolero que más tarde saldría a la luz en los ochenta. La estrategia de conservación y sobrevivencia resultó ser lo suficientemente eficaz para no desaparecer durante una larga década. Grupos como Three Souls in my Mind mantuvieron vivo el movimiento haciendo música para la banda y lograron expresar muchas carencias de la época. Lo triste fue que el mismo Tri se tomó esto como una fórmula para seguir dentro del gusto de estos jóvenes marginados y no se preocupó por evolucionar musicalmente.

Hacia finales de los ochenta una canción curiosamente no rockera, sino un cover más bien guapachoso hizo voltear de nuevo la mirada del público hacia los grupos mexicanos: "La Negra Tomasa" interpretada por Caifanes. A raíz de este éxito grupos como Bon y los Enemigos del Silencio, Los Amantes de Lola, Fobia, Santa Sabina, Café Tacuba, La Lupita y Real de 14, por

nombrar los famosos salieron del anonimato. Al principio fueron subestimados y se les llamaba sólo para abrir a grupos más grandes pero poco a poco fueron adquiriendo su propio peso y se comenzaron a realizar festivales con puros grupos mexicanos, a esto se le sumó la apertura de los medios de comunicación al género.

Después de este reposicionamiento del rock mexicano en el gusto juvenil surgieron muchas otras bandas pero, quien no sonaba a Caifanes, sonaba al Tri, así como ahora la mayoría suena a Molotov o Panteón Rococó. Sólo unos cuantos sobresalieron haciendo cosas diferentes como Botellita de Jerez, Maldita Vecindad, Santa Sabina y Café Tacuba. Años después, llegarían sus herederos: Jumbo, Resorte, Poncho Kings, Control Machete, Panteón Rococó, Molotov, Plastilina Mosh, Titán, el Gran Silencio y Sekta Core, por mencionar los más famosos.

El cambio de década y el fin de siglo ayudaron al cambio de mentalidad, de estilo, grado de reflexión y vestimenta. En los ochenta vestir de negro, traer el pelo largo y un arete era símbolo de que uno era rockero pero en los noventa se convirtió en algo normal. Se puso de moda la ropa deportiva, los colores vivos, el pelo pintado, las perforaciones, las patinetas, los tenis, el espíritu festivo y sumamente despreocupado. Asimismo, mientras los grupos anteriores estaban preocupados por cuestiones existenciales como la soledad, el abandono, la búsqueda de la felicidad y los diferentes estilos de vida en México, los grupos nuevos se obsesionaron con la violencia.

Es un boom generacional, no sólo del ska. Siempre los chavitos habían estado acostumbrados a lo que oían los hermanos mayores como Maldita, Caifanes, Santa Sabina, etc. De repente, como que entró una diversidad en el rock y ahorita es un movimiento bastante grande. Eso también le pasó al ska, es un ritmo muy pegajoso. Al escucharlo inmediatamente te hace mover, eso juntándolo con la energía de los chavos, que son muy violentos debido a todo ese bombardeo televisivo, porque salen a la calle y ven violencia por todos lados. El ska también es una manera de manifestar, de hacer slam y de sacar toda esa energía que muchas veces no saben como encauzarla.

Roco, Maldita Vecindad⁵

*

El público a todos los niveles ya no se deja manipular tan fácilmente ya no nos apantallamos con cualquier cosa, antes veíamos a los gringos y pensábamos que sólo por ser gueros y hablar inglés ya eran super chingones y nos iban a enseñar algo, pero al paso del tiempo conocemos más bandas y nosotros mismos nos foguemos más. Ya nos damos cuenta que también hay gueros que son rependejos para tocar y componer y son pura pose, eso se da en cualquier lado.

Alex Lora⁶

⁵ www.retia.com, consultada el 20 de enero de 2002.

⁶ "El Tri, "Hierba mala nunca muere", *Complot*, abril 1997, p.8.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En el 2001, según una encuesta realizada por el periódico *Reforma* a 820 capitalinos mayores de 16 años, el 74% afirmó escuchar música todos los días como favorita quedó la balada romántica pero en segundo lugar estaba el rock en español con 29% mientras que el rock en inglés se quedó con sólo 25 por ciento.⁷

La generación de los noventa es rockera nata viene de familias con mucha historia musical atrás, especialmente de los hermanos mayores o de los padres quienes escucharon rock desde los setenta y le heredaron este gusto a sus hijos. Ahora, estos muchachos de 15 o 17 años recuerdan haber escuchado en su infancia a los Rolling Stones, John Lennon o a Pink Floyd. Llegan a identificar con mayor facilidad una canción de estos grupos más que una de Agustín Lara ya que siguen programándolas en muchas estaciones de radio.

En el caso de algunos jóvenes la canción popular como el bolero, las rancheras y muy por encima de estas: el rock, han sustituido a la poesía o a la narrativa para transmitir toda cantidad de emociones. Son los nuevos tiempos, la juventud ya no recita poesía y desafortunadamente ya no lee mucho pero todavía intenta expresar su espiritualidad a través de una canción.

*Te gustaria verme nadando en un charco de sangre
o colgado de una cuerda sin aliento y sin aire
o cayendo lentamente al fondo de un abismo
todo despanzurrido y haciendo bizcos*

*Te gustaria verme tirado en la banqueta
babeando sangre por la boca
y con la bragueta abierta
causando lástimas a los peatones
y a toda la bola de golfos y mandilones*

*Y todo por el rocanrol
todo es por el rocanrol
saca mi cruz y clavame las estacas
quiero ver el autobús
que ha de llevarme al infierno
Todo por el rock and roll, EL TRI.*

La combatividad rockera

Cuando el rock and roll dejó de tocar canciones fresas aptas para toda la familia y comenzaron a proliferar las signos, imágenes y mercancías asociadas con la contracultura juvenil en Estados Unidos los límites entre el rock como moda y el rock como protesta social se comenzaron a

⁷ Norberta Juárez, "Con la música en las venas", *Reforma*, 20 de abril de 2001.
<http://busquedas.gruporeforma.com/utilenasr/imsdservicios3W.DLL?JSearchformatS&file=MEX\REFORM01\00140\00140625.htm&palabra=norberta%20juarez&sitereforma>, consultada el 16 de junio de 2002.

difuminar. El Movimiento de La Onda en los años setenta empezó a promover la contracultura como una protesta frente a las condiciones sociales reinantes. El rock contribuyó a la creación de una comunidad que criticaba abiertamente el discurso oficial nacionalista y luchaba por reinventar a la nación en términos distintos.

Se comenzó a pelear por una postura diferente hacia los jóvenes, lo masculino, lo femenino, la familia tradicional, el amor, las figuras de autoridad y por supuesto, la música. El rock extranjero disparó este cambio de percepciones y el gobierno comenzó a sentirse amenazado así que empezó a calificarlo de invasión imperialista cuando en realidad los jóvenes sólo reclamaban su derecho de ver actuar en vivo a sus artistas favoritos. El esfuerzo de los grupos mexicanos por imitar el estilo internacional revelaba sus ganas de pertenecer al movimiento global pero además, era un acto de desafío contra la estructura cultural y política que limitaba el acceso al rock.

La Onda les brindó a los jóvenes la oportunidad de librarse del molde social rígido impuesto por sus padres de familia que les exigía una imagen pulcra, un lenguaje respetuoso y escuchar música tranquila. La contracultura se convirtió en un vehículo importante para canalizar toda la rabia contra el cinismo de un sistema político poco democrático. Se convirtió en un pretexto para el relaxo, para desafiar abiertamente las buenas costumbres y sustituir la dependencia familiar por una vida independiente.

El gobierno de Luis Echeverría vio en el rock un alejamiento de las formas de organización política tradicionales y una reunión de jóvenes tan masiva como la de Avándaro se interpretó como una posible manifestación política (lo que demuestra la mala lectura de los propósitos del concierto) De acuerdo con testimonios de algunos asistentes y escritores de La Onda como Parménides García Saldaña⁸, Avándaro fue una manifestación sin discursos, ni líderes que demostró que lo único que querían los jóvenes era música y marihuana.

¿Qué opinas del termino contracultura en el rock mexicano?

Lino Nava (La Lupita): En 1996 creo que hubo una reordenación de la contracultura, porque hace cinco años quizá la contracultura era hacer una marcha y convocar a miles de chavos, hoy día a lo mejor puede ser quedarse en tu casa, meterte en tu computadora y hacer un escándalo con esas herramientas. Creo que es más posible diversificar sus posibilidades.⁹

⁸ Eric Zolov, *Rebeldes sin causa*, p.283.

⁹ Benjamín Anaya, "¿Contracultura y rock mexicano?", *Generación*, febrero 1997, p.45.

Roco (Maldita Vecindad): No estoy ahora tan de acuerdo con el término "contracultura" y creo que lo que debemos hacer es una nueva cultura-síntesis que sea diversa y que en esa nueva visión cultural exista la posibilidad de la diversidad y de la unidad, de la convivencia y de la tolerancia.

El problema es que por "contracultural" seguimos entendiendo cualquier fenómeno joven que maneje su música, vestuario, formas de hablar relacionados con el rock. Eso nos impide verlo en su especificidad. Yo creo que el rock and roll como todas las manifestaciones culturales que se han establecido por el tiempo que llevan de desarrollarse, está muy mitificado. Definitivamente no puede seguirse hablando de que el rock es contracultural. Creo que ninguna actividad humana en sí misma es contracultural en esencia, más bien depende directamente de lo que la gente haga.

Creo que ahora en el rock mexicano hay mucha gente que está haciendo música que puede coincidir perfectamente con la cultura imperante y los valores imperantes. Esa mitificación del rock como el requisito de la contracultura, creo que en estos momentos ya no se aplica.¹⁰

En aquella época si alguien traía el pelo largo, se vestía al estilo hippie y escuchaba rock se le calificaba como contrario a lo establecido. Era un rebelde sin causa. Y aún más, cuando el rock fue condenado a los barrios humildes se convirtió en un movimiento representativo de la rabia social de las clases bajas. Pero esta asociación entre el rock y la rabia de las clases bajas se remonta a los orígenes del rock cuando el blues comenzó a denunciar las malas condiciones de vida de los negros en Estados Unidos durante la época de la esclavitud hasta la época donde las oleadas migratorias formaron ghettos urbanos en todo el país después de la primera guerra mundial.

La música negra le aportó al rock toda su carga emocional a través de la voz y en los ritmos africanos. El rhythm and blues se encargó de darle una orientación política al expresar la marginación, agresión y sufrimiento de los negros, orientación política que aparecería después en todos los géneros del rock. Gracias a estas raíces muchos le atribuyen al rock una importancia y trascendencia como forma musical que representa una actitud enérgica y de protesta. El rock se convirtió en la bandera cultural de los jóvenes al darles una nueva sensibilidad erótica, expansiva y cuestionadora de la moral imperante.

Como bien apunta Adrián de Garay¹¹ cuando hablamos de rock construimos una imagen ideal de éste, lo consideramos contestatario, popular, agresivo, audaz, revolucionario y vanguardista y la producción que no contenga tales atributos es descartada automáticamente de nuestro análisis. Sin embargo, no todos los grupos de rock tienen que ser radicales para ser considerados netamente rockeros y no todos tienen por qué pretender acabar con lo establecido. Existe una gran cantidad de público dispuesto a consumir las propuestas de los grupos y artistas "prefabricados" cuyo ritmo e instrumentación es muy parecido a los combativos y agresivos.

¹⁰ *Ibidem*

¹¹ De Garay, *Simpatía por el rock*, p.51.

El que sus letras sean huecas o frívolas no es un factor suficiente para no reconocerlo dentro del género del rock, independientemente de que a menudo el término se maneje descuidadamente.

Por lo general quienes consumen rock se identifican con el grupo que de cierta forma les habla de su mundo y sus problemas, aunque estos no sean filosóficos o políticos.

Los chavos banda preferirán a los que además de usar su lenguaje, les recuerden la arbitrariedad policiaca o la marginalidad en que viven, mientras que los chicos de clase media alta se irán con los que les hablen de su problemas cotidianos como llegar tarde a la cita con la novia o acerca de lo terrible que es el tráfico.

Adrián de Garay¹²

*

Yo pienso esto, mira: cuando grabamos "Abuso de autoridad" o "Nuestros impuestos" sabíamos que no iban a ser canciones de conciencia. La gente no se concientiza, o no sé cómo se diga eso, no toma conciencia sino que se burla en el momento. Sale del hoyo fonqui y ya se siente guerrillero, pero no agarra un arma, no va a madrear al Presidente. Sólo siente que participó en un mitin político oyendo a Three Souls. Eso es también un escape que psicológicamente, pienso que al gobierno le convendría tomarlo de esa forma.

Alejandro Lora¹³

*

"Nuestras letras proviene de lo que vemos en la calle, ¡sería ridículo que nosotros, La maldita vecindad hiciéramos letras que hablen de moda, autos o rock and roll!, o manejar conceptos absolutos como de que vamos a cambiar al mundo, hacer la revolución o rollos así ¡nos choca decirle a la gente lo que tiene que hacer! Nosotros ponemos nuestro punto de vista sin decirle a nadie lo que tiene que hacer, simplemente son crónicas: platicamos lo que estamos haciendo, platicamos de nosotros, de lo que vemos y respiramos a diario. Es como hacer un cuento".

Roco, Maldita Vecindad.¹⁴

Así que no necesariamente debe protestar aunque esa sea su historia y sea parte de la esencia rockera. En los sesenta, los Beatles eran el grupo más famoso de Europa y si bien no fueron ellos los primeros en involucrarse dentro de las causas sociales si fueron los primeros en alcanzar ese nivel de reconocimiento mundial y fuerte convocatoria. El cuarteto de Liverpool combinaba un estilo de rebelde sin causa junto con balada romántica mientras latía la amenaza de una guerra nuclear.

A partir de los sesenta y Bob Dylan las letras de las canciones de rock tuvieron una mayor aproximación a la realidad social ya no entendida únicamente como el horizonte del adolescente de los años cincuenta sino con una perspectiva más cercana a los problemas de la sociedad en su conjunto. Centró su crítica en la sociedad burguesa, materialista e inhumana y fue uno de los precursores del movimiento hippie —él fue quien lo describió como una piedra rodante— en su canción *Like a rolling stone*.

¹² *Ibidem*

¹³ Zolov, *Rebeldes con causa*, p.357.

¹⁴ García Canclini, *Cultura y comunicación en la ciudad de México*, p.217.

A partir de entonces el rock se convirtió en el género musical por excelencia para expresar lo que otros géneros callaban: discriminación racial, guerras, pobreza, derechos humanos, drogas, deterioro ecológico, corrupción gubernamental, crisis de valores familiares, sociales, etc. En México durante la década de los noventa una serie de acontecimientos cambió el rumbo de la escena rockera y de la concepción sobre su combatividad o no combatividad: el surgimiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional y la crisis económica.

El surgimiento del EZLN dividió las opiniones de la sociedad mexicana y por lo tanto la de muchos rockeros. En pleno auge de las subdivisiones del rock en varios géneros éste se vio dividido por un factor más: quienes apoyaban la causa zapatista y quienes no. Militancia legítima, de pose o no, varios rockeros se vieron en la necesidad de decidir qué actitud tomar al respecto. Vimos surgir los conciertos masivos a beneficio de Chiapas los cuales despertaron la solidaridad de una generación calificada como egoísta y apática. La cuestión zapatista junto con la "Avanzada Regia" (Control Machete, Plastilina Mosh y el Gran Silencio) dieron una cubetada de agua fría a la escena rockera en los noventas.

En estos momentos ¿el rock despierta conciencias?

Alfonso de la Cuesta (Los de Abajo): Sí, siempre ha despertado, el rock tiene que ser un porcentaje muy alto de conciencia, de lo contrario no se llamaría rock.

Pero ¿realmente piensan que el rock es contestatario hoy por hoy?

Rafael Herrera (Los de abajo): Claro, sigue siendo contestatario, pero también es cierto, hay muchos que se han vendido. ¿Por qué? porque el medio se los ha comido; porque de pronto les empieza a llegar dinero, tienen un coche, un buen sueldo, se van de gira a Europa y todo eso, aunado a la fama, los cambia. A pesar de eso, en el rock sigue habiendo grupos contestatarios; entre ellos estamos nosotros, un grupo que todavía tiene muchas cosas que denunciar.

...El problema de los grupos es muy fácil: el medio te seduce. Si alguien llega y te ofrece dinero te olvidas de tus ideales.¹⁵

*

En sus letras manejan ciertos temas socio-políticos. ¿Se consideran un grupo de protesta?

Guillermo (Panteón Rococó): Pues sí, tú tratas de expresar, de hacer protesta en lo que tú eres, en lo que estás viviendo. La música o el arte trata a veces de expresar algo, a veces es protesta, incluso contra ti mismo o contra otros.

Paco (Panteón Rococó): Yo creo que más que de protesta, somos un grupo que dice lo que piensa como cualquier persona. Como a cualquiera que le preguntas si algo le parece, pero con la diferencia de que puedes platicar con mucha gente al mismo tiempo y exponerle tu punto de vista, pero no

¹⁵ José D. Cano, "El underground contra el malestar político, social y cultural del país", *El Financiero*, 9 enero 2001, p.46.

necesariamente somos un grupo de protesta, somos un grupo más bien de "netas" que decimos lo que pensamos y punto.

Luis (Panteón Rococó): Las letras no son cien por ciento políticas, sin embargo, tratamos de mantener esa realidad constante en nuestras líricas, por lo que te digo, es una gran responsabilidad y no podemos desperdiciar teniendo un espacio y decir cualquier cosa. Una tocada no es nada más para venirse a divertir, sino también para agarrar un poquito de conciencia, de educación, y por qué no, también de ayudar.¹⁶

En 1994 un grupo de artistas de diversas disciplinas formaron el colectivo "La Bola" integrado por músicos, escritores, fotógrafos, bailarines, actores, cantantes y estudiantes universitarios. Organizaron el primer maratón cultural en el estadio de prácticas de Ciudad Universitaria para demandar el alto a la guerra en Chiapas. Después vendrían otros dos conciertos con más de 30 mil asistentes donde se reunieron varias toneladas de alimento para los desplazados de la guerra. Cuando se reunía toda la ayuda se organizaban las caravanas zapatistas para entregar lo recolectado a los pueblos cercados por el Ejército y los paramilitares.

Los integrantes de este colectivo visitaron los cinco Aguascalientes, centros político-culturales del EZLN ubicados en las comunidades de Roberto Barrios, La Garrucha, Oventic, La Realidad y Morelia, así como el campamento de desplazados de Polhó y la comunidad de Acteal. En el Distrito Federal echaron a andar la estación Radio XEZLN para mostrarle a la población los diversos aspectos del conflicto en Chiapas, este trabajo se exponía en conciertos y foros de la UNAM, Chapingo y la UAM. En la actualidad "La Bola" ya no existe pero la mayoría de sus integrantes continúan organizando diversas actividades en apoyo a los zapatistas.

En marzo de 2001 organizaron el concierto "Rock por la paz y la tolerancia II" que se realizó a pesar de la prohibición de la misma UNAM y del Gobierno del Distrito Federal. En el concierto hubo información sobre la Convención Nacional Democrática, Mexicanos contra el Sida, revistas y publicaciones independientes, libros, discos, tatuajes y playeras. Grupos como Real de Catorce, Café Tacuba, Guillermo Briceño, Los de Abajo, Botellita de Jerez, Banda elástica, La Nao, Roberto González, Consumatum Est, Santa Sabina, La Lupita y Maldita Vecindad siempre se mostraron accesibles para este tipo de eventos.

Estos conciertos demostraron la capacidad de convocatoria de los grupos de rock. El festival 12 serpiente logró recaudar en sus mejores tiempos cerca de 200 mil pesos para ropa, medicinas,

¹⁶ Oscar Adad, "Salón Victoria y Panteón Rococó", *Encore*, julio 1998, p. 8.

material de construcción y 10 toneladas de víveres¹⁷. Muchos soñaron con que estas experiencias sentarían las bases de algo más grande, pero no fue así. Con la grabación del disco Juntos por Chiapas comenzaron los problemas. Algunos dicen que El Tri se metió a la fuerza, que no invitaron a participar a bandas como Santa Sabina quienes apoyaron todo el tiempo, surgieron las envidias, la lucha por el poder y finalmente estos colectivos como tales desaparecieron.

El problema fue que la causa zapatista se convirtió en el pretexto ideal para organizar concierto tras concierto y con el paso del tiempo muchos jóvenes se olvidaron de la idea original, se acostumbraron a conciertos cuyo acceso era barato y en donde grupos importantes tocaban gratis por el puro gusto de apoyar. Se confundió tanto el asunto que ahora pareciera que no es la causa la que importa sino la cantidad de grupos que tocan a favor de.

¿Qué puede hacer el Panteón Rococó para no ser parte de una moda?

Paco: Pues yo creo lo que podemos hacer es no pensar en la moda y no dejamos llevar por ella y evolucionar como grupo musicalmente, simplemente caminar.

¿Cómo practican lo que predicán en el escenario?

Tanis: Bueno, algunos de nosotros también colaboramos en labores sociales, en este caso acopio para Chiapas, y simpatizamos con varias luchas sociales que, pues, una forma de apoyarnos es tocando o un poco difundir su mensaje también a través de la música.

¿Y como persona?

Tanis: Bueno, pues yo participo en un comité del Frente Zapatista y trabajamos en una casa de cultura independiente donde también se impulsa la música y así seguir la lucha no sólo arriba del escenario sino también abajo.

Paco: Más amable y sonriéndole más a la gente.

Luis: Es invitar a la gente a que no nada más se queje, sino invitarla a que proponga qué harían para cambiar su país, a su ciudad, ¿qué están haciendo primeramente para tener el derecho a quejarse?¹⁸

Es justo aquí cuando surge el fantasma del protagonismo y el manejo oscuro del dinero. Comienzan las dudas sobre la auténtica preocupación de los rockeros y del auditorio mismo por los problemas sociales o las causas benéficas a las que evocan en sus letras. Ejemplo: en el año 2000 se celebró un magno concierto en la Magdalena Mixhuca cuyo objetivo era recaudar comida y dinero para los municipios zapatistas en Chiapas.

¹⁷ Benjamín Anaya, *Neozapatismo y rock mexicano*, p.25.

¹⁸ Oscar Adad, *op.cit.*, p.9.

Los asistentes se saltaron la reja para no pagar los 25 pesos que serían destinados a los chiapanecos, aventaron al suelo los paquetes de comida sin importarles que quedaran inservibles o se rompieran. Lanzaron piedras y tierra sobre el escenario y destrozaron cuanto pudieron, incluso, el grupo Los de Abajo amenazó con dejar de tocar si seguían armando semejante desastre. Claro, nadie les hizo caso.

Casi al final del evento, la luz era poca, se generó un ambiente propicio para más desmanes, hubo descalabrados, asaltaron algunos comercios de la zona e intentaron voltear uno que otro carro. El saldo fue de varios detenidos y un concierto muy lejos de hacer reflexionar a las personas y muy lejos de la paz que tanto dicen buscar en Chiapas. Pero la culpa no es de los grupos sino de estos jóvenes que carecen de oportunidades para canalizar toda su energía y aprovechan cualquier concierto para correr, aventarse, gritar y rebelarse contra lo que sea.

A los chavos no les interesa el rock con conciencia. La mayoría de los chavos asiste a un concierto a bailar ¿Qué hay con esto?

Liber Terán (Los de abajo): Pues sí, es un fenómeno que se da. Sin embargo, últimamente la gente se ha preocupado más por las letras. Si hay un grupo que nada más hace slam y no habla de nada, finalmente tiene limitantes. La gente quiere escuchar letras con las cuales se sienta identificada.

Nosotros seguimos tocando temas políticos, pero no de manera directa sino con un sentido más vivencial. Eso por un lado, por el otro, también hablamos de amor, del vacío existencial de la falta de valores. Para eso sirve esta música. El rock más que un discurso, es una actitud, más que un estilo de música, es una actitud.¹⁹

*

Chiapas...

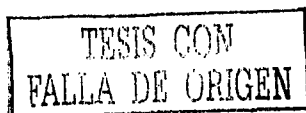
Paco (Molotov) : yo siento que los indígenas fueron totalmente manipulados, se los llevaron a tener un enfrentamiento con el ejército cuando no tenían armas. Entonces es por eso que nosotros no somos partidarios de apoyar cierto tipo de preferencias políticas...no nos gusta que muchos grupos hicieran homenajes y se pusieran la playera de Marcos, que usaran la figura para colgarse.

Tito (Molotov): era raro porque yo vi gente de Argentina, que vive a miles de kilómetros de Chiapas, con imágenes y playeras de Marcos.

Paco (Molotov): Es un poco como el modelo de coche che Guevara...Yo creo que la nueva generación musical está más a la expectativa de los problemas que pasan en el país. Pero nuestra posición es musical. No queremos estar involucrados en una ideología política porque puedes hablar de todo ello musicalmente y no ser totalmente rojo, directo a nivel político. Más bien nosotros lo expresamos con ironía, picardía, pasamos por el tema pero no somos partidarios de salir con una bandera. Nos afecta y nos empuja, nos mueve, no sólo lo de Chiapas sino miles de indígenas que acá apenas conocen ya que no hay tanta prensa como en Chiapas que es un estado riquísimo, con mucho petróleo y bosques. Hay muchos más lugares, cerquita de México, como Guerrero por ejemplo, en el que pasan peores cosas, como por ejemplo la aparición de grupos armados.²⁰

¹⁹ José D. Cano, *op.cit.*, p.46.

²⁰ Toni Limongi, *Molotov*, p.56.



Según el periodista Víctor Roura²¹ el mejor ejemplo de cómo los empresarios utilizaron el elemento contestatario del rock para vender discos como pan caliente es la película de Pink Floyd "The wall". Esta obra cuyo propósito original era lanzar una terrible acusación hacia la deshumanización de nuestra época se vendió a las nuevas generaciones que no se detuvieron a reflexionar sobre el contenido de la misma.

El pronóstico de Pink Floyd visualizado en la cinta The Wall, fue certero, los estudiantes marchan en franca rebeldía contra el sistema, pero antes de cristalizar su denuncia caen, ordenadamente, de uno en uno, en la máquina procesadora de conciencias.

Víctor Roura ²²

En este contexto debemos entender que la coyuntura política y sus cambios a través de los años pueden hacer que el ambiente de la escena rockera se transforme de un ataque radical contra el sistema en una total adaptación al modo de vida establecido. ¿Cómo ocurre esto? Masificando la protesta, comercializando sus productos, minimizando el poder de convocatoria. Molotov tuvo éxito con letras agresivas y contenidos fuertes pero el rock ya estaba insertado en la industria del entretenimiento y la situación de los jóvenes no era la misma de los jóvenes en los setenta. Así que fue muy fácil asimilar la transgresión.

Pero si sus letras si son contestatarias ¿por qué les preocupa caer en el cliché?

Cotardo (Sekta Core): Es que no somos cien por ciento políticos, hablamos de lo que pasa.

Rizzo (Sekta Core): Lo que pasa es que hay muchos grupos que hablan de esos temas, pero nosotros somos más directos. Santa Sabina por ejemplo, tiene esa rola de "Nos queremos morir" y mucha gente no sabe ni de qué habla. Nosotros lo decimos como lo hablamos, como yo lo hablo, como tú lo hablas. Y en este disco hablamos de eso porque nos ha tocado vivirlo, pero no queremos que se convierta en una fórmula.

Yorch (Sekta Core): Insisto, hablamos de lo que vemos. A mí me encantaría hacer un disco con un corazón en la portada, pero no lo veo. Prendo la televisión y son puros plomazos y no sé a quien le cortaron las orejas y que encontraron un cadáver enterrado en un cerro...¿Es lo que vemos, es lo que vivimos!

Panda (Sekta Core): Una vez que nos asaltaron nos querían aventar al metro.

Wiwi (Sekta Core): ahora con lo del mundial, mientras Ricky Martin canta "Ale, ale, Ale", nosotros podríamos cantar "me cayó un petardo cuando fui al Ángel". ²³

*

Todo mundo dice cosas y reclama pero nadie propone...

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

²¹ Víctor Roura, "Los nuevos héroes del rock", *El Financiero*, 30 de septiembre de 1996.

²² *Ibidem*

²³ Alfredo Fernández, "Sekta Core", *Complot*, agosto de 1998, p.27.

Rizzo (Sekta Core): Lo que proponemos es hacer nuestro trabajo : somos músicos y los que hacemos tratamos de hacerlo bien. Los políticos deben hacer bien su trabajo, el que vende algo, toda la gente debe hacer bien su trabajo...

Omar (Sekta Core):...en estas hablamos de las repercusiones que tuvo el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, la insurrección de los grupos zapatistas y con la canción "insurgentes" hacemos un homenaje a todos los revolucionarios, no sólo al EZLN. No quisimos montar en nuestra camiseta el rollo de que somos zapatistas, porque no somos exactamente políticos sino músicos. Muchos de nosotros nos identificamos con la izquierda, con ciertos ideales, conceptos y filosofía. Estamos conjugando esas cosas. No podemos hablar tanto del amor si la situación está tan degradada, la sociedad, el país, la atmósfera, todo lo que nos rodea, el lado oscuro de la sociedad, México, Latinoamérica y el mundo"

Cotardo: para mi levantarme en armas es subirme a un escenario y decir lo que pienso del movimiento revolucionario.²⁴

En todos los países, incluso en aquellos acusados de apolíticos y pasivos –como México- existen varios grupos en el ambiente subterráneo que protestan de algún modo. Pero la capacidad de censura y control de los medios de comunicación así como el control del mercado por cierto número de disqueras bloquea la difusión de algunos grupos, todo depende de la región o país donde se encuentren.

Víctor Roura ha sido muy enérgico al afirmar que se pueden hacer discos en apoyo a ciertas causas pero esto no significa una opción reveladora que determine un cambio revolucionario, cualquiera que sea. Porque antes de editar el disco se tienen que negociar los porcentajes y el aprovechamiento económico de la mercancía. Puede que haya independencia en la individualidad de algunos roqueros, más el paquete del rock a la hora de la venta, ya pasó forzosamente por una sutil dosificación.²⁵

Desde la era psicodélica y de protesta hippie pacifista varios grupos mercantiles se han venido colando como falso underground y los pocos mensajes auténticos de personas como Lennon que trataron de politizar al rock quedaron absorbidos por el todo. Perdiendo su capacidad de impactar. El underground debería enfatizar la necesidad de formar una comunidad juvenil informada y crítica, que sepa discernir entre lo comercial y lo que no lo es, entre una iniciativa independiente y una iniciativa corporativa. Cosa que no estaría nada mal en vista de la monopolización de los medios electrónicos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

²⁴ Carlos Celis, "Morbo, gore y Sekta Core", *Switch*, junio de 1998, p.31.

²⁵ Víctor Roura, "Los nuevos héroes del rock", *El Financiero*, 30 de septiembre de 1996, p.89.

Pero en México esto resulta complicado. Los cantantes de rock son obligados por su mismo auditorio a seguir ciertas reglas, no pueden pisar algunos escenarios o no pueden convivir públicamente con ciertos artistas porque nos hacen pensar que van a convertirse en parte del "sistema" y cuando eso sucede el cantante reduce sus márgenes de expresión (y de venta). Entendiendo por sistema todo el aparato comunicacional que agrupa radio, televisión, cine, prensa especializada, canales de video, compañías discográficas, magnos eventos, giras, playeras, calcomanías, posters, página de internet, club de fans, etc. Cuando en realidad todo el rock ya está dentro de ese sistema.

No todo el mundo refleja lo que está oyendo, pero es que antes no se decía abiertamente que te gustaba de la música popular, ni asumías que si te gustaba Juan Gabriel, o que te gustaban los Tigres del Norte porque no era la posición que normalmente debía tener un rocanrolero. No había esa libertad para expresar honestamente qué te gusta.

Roco, Maldita Vecindad²⁶

Los músicos se enfrentan ante la disyuntiva de no aparecer en ciertos canales, en una que otra revista o negarse a participar en algún festival ante el riesgo de que su auditorio los tache de vendidos cuando su intención es únicamente llegar a la mayor cantidad de gente posible. Todo músico tiene la necesidad de ser escuchado y como público deberíamos entender que la música por sí sola no resuelve los problemas sociales pero si lo hace de manera individual, alivia y crea interés por los problemas actuales así que no importa cuál sea el medio para difundir el mensaje. Este es uno de los principales conflictos del rock con el sistema económico: por un lado, es el himno de las reivindicaciones de una nueva generación y por otro, es un negocio fabuloso.

-El rock surge como un acto de rebeldía, pero también representa el descubrimiento de los teenagers como mercado potencial...

Julieta Venegas: No conozco tan claramente la trayectoria del rock- y menos la trayectoria del rock en México, porque cuando vivía en Tijuana escuchaba mucho rock anglosajón. Al igual que cualquier forma de arte, el rock surge como una necesidad de expresión, luego la industria descubre su potencial de llegar a un público muy amplio y decide comercializarlo.

-En los sesenta y setenta el rock estuvo asociado a movimientos contestatarios, ahora se habla de una neutralización de esa vertiente...

Julieta Venegas: Existe mucha rebeldía dentro del rock. En grupos como Molotov se percibe mucha rabia. Lo malo sería fingir esa rabia para inventarse un estilo. La rebeldía debe de estar ahí cuando se necesita, y hay muchas cosas aún frente a las cuales sentir coraje en la vida.²⁷

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

²⁶ www.retilla.com, consultada el 20 de enero de 2002.

²⁷ Ana Márquez, "Una tipa en México y en el fin de milenio", *La Jornada Semanal*, 12 Julio de 1998, p.14.

Desde que la generación joven de los sesenta tomó al rock como su himno, los empresarios lo percibieron como una nueva fuente de ingresos descubrieron que podían dominar sin mayores problemas este grado de disidencia y se puso de moda lo subversivo, pues no pasaba de palabras. Cuando el roquero produce su música en medio de todos estos lineamientos y deja de ser maleducado, respondón y combativo, pierde de manera inmediata su condición alternativa en contra de la música que se fabrica en serie y con fines y parámetros exclusivamente mercadotécnicos. Esto ofende de manera irreversible a sus seguidores quienes se sentirán traicionados y buscarán a la nueva banda que prometa estar fuera del sistema, ser auténtica y no comercial.

El rock por muy aceptado que esté no es la música popular de México, sus seguidores son un grupo de entusiastas, una suerte de club, un mercado pequeño si lo comparamos con el de Juan Gabriel, Luis Miguel, Bronco o Los Tigres del Norte. Entonces, no puede ingresar al gran mercado sin antes convertirse en otro tipo de música, por la sencilla razón de que lo alternativo se contrapone a lo masivo cuando existe uno, no puede existir el otro.

Jordi Soler²⁸

En el 2001 Televisa y Tv Azteca se unieron para realizar un concierto "Por la paz" en Chiapas donde actuaron dos de las bandas más famosas de rock: Maná y Jaguares. El concierto causó el asombro de toda la comunidad artística y roquera. Resultaba sumamente sospechoso que las dos cadenas televisivas que más censuraron el levantamiento armado organizaran un concierto para apoyar la paz. El concierto de antemano no tenía credibilidad ya que ambas televisoras habían ocultado información y habían desprestigiado a los zapatistas desde el inicio del levantamiento, sin embargo, los grupos no tuvieron la sensibilidad para negarse a participar ¿los habrán obligado?

"Es extraño que después del boicoteo que Televisa y Tv Azteca han hecho al movimiento zapatista, salgan con la buena intención de organizar un concierto por la paz, cuando ellos mismos han sido parte de la guerra. Ahora bajo su lógica comercial, quieren integrar al EZLN como captador de rating. Sin embargo, esa posición tiene un trasfondo más grave: desarticular al movimiento zapatista convirtiendo las demandas de los indígenas en un show o un objeto publicitario".

Alfonso Figueroa, Santa Sabina.²⁹

Para Víctor Roura la celebración de este concierto demostró a los cuatro vientos que el rock, antiguamente insurrecto, incitador, amotinador, recalcitrante e indócil, es ya una pieza conciliadora fundamental del régimen estatutario. Saúl Hernández pidió disculpas públicas en su página oficial, muestra clara de que estaba perfectamente consiente del mal paso que estaba dando frente a la

²⁸ Jordi Soler, "El rock mexicano es un niño de 30 años", *Complot*, abril 1997, p.52.

²⁹ Carmen García Bermejo, "Concierto para los hombres de maíz", *El Financiero*, 28 de febrero de 2001, p. 64.

comunidad rockera, política y cultural.³⁰ Pero aún así lo hizo, tal vez porque sólo pensó en la proyección mediática que tendría el movimiento zapatista con el concierto. Roura se compadeció de los asistentes a quienes criticó por asistir sin ningún asomo reflexivo y a la menor provocación posible al llamado de la máxima autoridad cívica del país: la televisión.³¹

Auténtico vs Comercial

Como bien señala Maritza Urteaga³² el éxito y la clave para analizar al rock mexicano radica en su origen estrechamente vinculado a la formación y reconocimiento de los jóvenes. Para que la mercancía rock pueda venderse y difundirse debe ante todo hacerse accesible al universo cultural simbólico de los jóvenes, esto es, ser vehículo de sus vivencias, sentimientos y protestas. Si la industria vio esto como un buen pretexto para la venta eso ya es independiente de la intención original de los músicos cuyo interés radica en la sensibilidad, en el arte, en el gusto por la música misma. Todo lo que ocurre después de escrita la canción, ya no les concierne demasiado.

Sin embargo, el público sigue exigiéndole al rock mexicano la separación o el deslinde del sistema. Los músicos, productores y promotores de música trabajan todo el tiempo bajo la presión de vender pero el público sigue sin reconocerlo como negocio. No considera legítimo que los músicos cobren por su trabajo (o al menos no lo demuestra al comprar tanto disco pirata) algunos piensan incluso que van a desviarse del camino por salir en Televisa o realizar conciertos organizados por OCESA.

Vivir absolutamente fuera del sistema y de pequeñas transas, es casi imposible, si el rock optara por tal nivel de combatividad debería renunciar a la música y mejor hacer una guerrilla democrática en algún sitio del país.

Federico Bonasso³³

En México, la situación del rock en cuanto a producción y consumo es muy distinta a la del rock estadounidense o inglés. Aquí el público sigue siendo muy pequeño, en realidad son sólo un grupo de aficionados o fans gracias a los cuales se llenan los conciertos y se venden los discos pequeño en comparación con la enorme cantidad de gente que escucha a Juan Gabriel o a Los Tigres del Norte. El rock todavía no llega a ese nivel de aceptación entre los mexicanos.

³⁰ Ver carta de disculpa de Saúl Hernández. Anexo 3

³¹ Víctor Roura, "Rebeldías domesticadas", *El Financiero*, 5 de marzo de 2001, p.80.

³² Maritza Urteaga, *Oye como va*, p.35.

³³ Federico Bonasso, "Rock y sistema", *Generación*, diciembre 1997, p.11.

Y es este pequeño grupo de consumidores el que no le permite masificarse, ellos son quienes propician de alguna manera el mito de que para vender más discos y conseguir la fama se debe cambiar el estilo rockero por uno más masivo y comercial. Por ejemplo, el grupo Maná técnicamente es rock pero la pequeña sociedad de consumidores roqueros no los aprueba. Ellos son quienes refuerzan esa clásica división entre grupos "auténticos" y "comerciales" o prefabricados.

El mito del rock contestatario y subversivo exige a los grupos que sean marginales, organicen sus conciertos en lugares no establecidos y donde el precio sea accesible a la banda de escasos recursos, no les permite la publicidad en medios como Televisa o TV Azteca y tampoco es bien vista su participación en programas de corte familiar o en revistas frívolas. El rock comercial es rechazado por la suavidad de su composición y letras, por ser una corriente con todo el apoyo de la industria del entretenimiento y diseñada para satisfacer las necesidades de un adolescente promedio sin mucho conocimiento de la trayectoria del rock a nivel mundial y en México.

Pero cuando un grupo no comercial comienza a tener éxito, se empieza a ganar el reconocimiento de la gran industria, consigue un buen contrato discográfico y comienza a dar entrevistas a las cadenas televisivas, el público empieza a sospechar. Creo que el principal problema radica en las estrategias de promoción de la industria del entretenimiento ya que aplica los mismos métodos de mercadotecnia para los grupos de rock que para los grupos de pop o de balada romántica.

Coloca el tema en estaciones completamente distintas al estilo del grupo, les consigue entrevistas en programas y revistas del corazón o de chismes, los hace participar en comerciales y películas en donde se ven incluso hasta forzados. Por ejemplo, ahora cualquier estación programa a Café Tacuba, al Gran Silencio lo programan en las gruperas y vemos a grupos como La Lupita en el Teletón —si bien la intención es buena el hecho de aparecer junto a Lucero y Marco Antonio Regil— los deja completamente fuera de lugar. Ver al Tri cantando canciones a la Virgen de Guadalupe también resulta muy extraño.

La gran canción de Lora es la que habla de la represión de Díaz Ordaz. Fue una canción necesaria en los setenta, sin duda. Sin embargo, los roqueros tienen dos caminos o más bien dos caras: En vivo son muy entrones e impugnadores y en la televisión y a la hora de las grabaciones son tímidos, cómicos y dubitativos. Que Lora haya sido el único sobreviviente visible de aquella época roquera de los setenta no quiere decir, ni con mucho, que sea el mejor o la figura señera ni el alentador de rebeldías.

Victor Roura³⁴

³⁴ Víctor Roura, "¿El rock es un fenómeno aún?", *El Financiero*, 25 de septiembre de 1996, p.66.

Lo comercial y lo auténtico seguirá peleado por cuestiones meramente espirituales. Una persona que escucha a Caifanes, Café Tacuba o Santa Sabina está en un nivel espiritual y anímico diferente de quien escucha a Thalía, Paulina Rubio o a La Onda Vaselina. Todos podemos escuchar de todo pero siempre existirá un enfrenamiento entre rock y pop, habrá una diferencia evidente de comportamiento, de pensamiento, incluso hasta de vestimenta entre el público seguidor de un género y otro. Recordemos a Bordieu: No hay nada más difícil de soportar que los malos gustos de los demás.³⁵

¿Cuál fue la verdadera razón de la salida de Santa Sabina de BMG?

Alejandro Otaola (Santa Sabina): La realidad empieza desde que las disqueras, a cierto nivel, se mueven como compañías vendedoras... En las disqueras, las cúpulas cambian constantemente y por ejemplo, la gente que comenzó el proyecto de Culebra dejó de estar ahí y nosotros pasamos al elenco de BMG y...

Mira, la gente que nos llevó a Miami a grabar el Unplugged que se suponía era una plataforma para nuestra internacionalización y no sé que tanto, cambió y llegó gente nueva con ánimo de reestructurar la compañía y nos dijeron: "No nos interesa un grupo que no quiera vender más de 200 mil discos... ¿Le entran a la nueva onda de la disquera de aquí en adelante?"

Nuestra respuesta fue que sí estábamos interesados en vender tal cantidad de discos, pero haciendo las canciones que nos salen a nosotros, y ellos estaban más en el plan de que si les llevábamos 20 canciones y les gustaban 2, pues tendríamos que hacer otro disco...

Y como nosotros nunca hemos cuestionado nuestro trabajo a ese nivel, les dijimos desde un principio que preferíamos no estar ahí. De alguna manera fue muy de frente el trato, en ese sentido la disquera se porto bien porque de otra forma nos hubieran congelado.³⁶

*

La historia del rock es una continua polémica sorda entre los "puristas" y los "comerciales", ganada casi siempre por estos últimos. Con demasiada frecuencia se ha visto que el sueño oculto del purista era convertirse en buena mercancía, de ser posible conservándola pureza primitiva. Pero si había que ceder a la comercialidad se hacía sin demasiados escrúpulos. The Rolling Stones cantaban a la lucha callejera, pero sin pasarse. The Beatles cantaban a la revolución, pero dentro de un orden. Paradójicamente algunos solistas y grupos podían mantener su virulencia revolucionaria sólo en la medida en que sus productos dieran dinero. Como todo eso resultaba, sobretodo contrastado con la mentalidad hippy, ligeramente molesto, a partir de los años sesenta se prefirió no volver sobre el tema.³⁷

Cuando la marca es más importante que el producto

En el año 2002 se realizó una conferencia en el Museo de la Ciudad de México sobre "Música y Globalización" donde se analizó el mito de la música sin fronteras. El periodista Josh Kuhn de la

³⁵ Pierre Bourdieu, *Sociología y cultura*, p.176.

³⁶ Pacorro, "La exclusiva con...Santa Sabina" www.rock.com.mx/santasabina.html, consultada el 20 de enero de 2002.

³⁷ Rafael Gómez, *Rock: Historia y análisis*, p.144.

revista *Rolling Stone* aseguró que la frontera del dinero es la que divide a las naciones, es decir, estamos ante un capitalismo sin fronteras y una música con fronteras.

El ejemplo más claro de esto es Shakira pintándose el pelo de rubio y cantando en inglés para rebasar la frontera económica de Estados Unidos. Gracias a esto ahora es la imagen de Pepsi y uno se pregunta si vale la pena sacrificar tanto el concepto para vender unos cuantos discos entre la comunidad latina de Estados Unidos. Es claro el sometimiento a las modas de los países industrializados que no precisamente son las de mayor calidad.

Para el teórico musical Frith Simon la venta de discos es tan importante que los discos que no se venden o no se hacen populares no entran en la conciencia de las masas no importando cuales fueran sus pretensiones artísticas o su autenticidad. Por lo tanto, la promoción es válida a cualquier precio. La influencia ideológica de los discos está determinada por lo que les suceda en el mercado.³⁸ Y entonces entramos a la cuestión de las etiquetas necesarias para vender el producto, de las marcas, cuando importa más la imagen hacia afuera en lugar de la propuesta musical misma.

La periodista canadiense Naomi Klein explica en su libro *No Logo* la importancia de las marcas en nuestros días, para ella la marca es el significado esencial de la gran empresa: "Los consumidores son como cucarachas a los que rocián una y otra vez hasta que con el tiempo se vuelven inmunes".³⁹ A partir de los noventa, los ciudadanos hemos sido inundados de una fervorosa publicidad donde las marcas no son un simple producto sino un estilo de vida, una actitud, un conjunto de valores, una apariencia personal, una idea.

Incluso las empresas ya no tratan de patrocinar la cultura sino de ser la cultura. "Por supuesto – aclara Klein- la apropiación de la música por parte de las marcas no es la historia de una inocencia perdida. Los músicos han cantado y han firmado contratos de patrocinio desde la aparición de la radio, sus canciones se han difundido desde las emisoras comerciales y han sido contratados por empresas discográficas multinacionales".⁴⁰

Y el auditorio joven está acostumbrado a la comercialización. Si un muchacho asiste a un concierto y no encuentra nada para comprar, es muy probable que se ofenda o se enoje. Las nuevas

³⁸ Roura, *El viejo vals de la casa: textos de periodismo cultural*, p.322.

³⁹ Roura, "No logo", *El Financiero*, 3 de septiembre de 2001, p.91.

⁴⁰ *Ibidem*

generaciones no sólo piensan que vender es bueno, sino moderno y además, se mueven en manada, si se les logra vender a uno de ellos se les podrá vender a todos los de su escuela. Hoy el estilo que más vende es el de calle, sus artículos son infinitamente comercializables y esto lo saben muy bien los industriales de las marcas.

Sekta Core es el único grupo al que lo patrocina una marca de ropa deportiva: Adidas. A estas alturas los patrocinios ya no son tan mal vistos, pero ¿qué estará provocando que ahora esa gente se interese en las bandas?

Rizzo: Es un patrocinio que no sale del contexto en el que estamos, esa ropa está vista como vestimenta "alternativa"...

Yorch: Ya la usábamos antes de que nos patrocinaran.

Rizzo: Si nos patrocinara otra cosa media rara, no sé...

Wiwi: ¿Pascual?

Yorch: ¿Rotoplas?

Rizzo: Como que apenas se están interesando en el circuito skater y toda la gente que oye esta música. De hecho Adidas, no patrocina a más grupos aquí en México.⁴¹

Cuando comenzó el frenesí de la cultura juvenil a principios de los noventa, muchos se descubrieron, como reconoce Naomi Klein, "víctimas de una voraz máquina de marketing que se apoderaba de nuestra identidad y de nuestros estilos e ideas y los convertía en un alimento prefabricado. No se salvó nada, ni el punk, ni el hip hop, ni el tecno, ni siquiera el feminismo o el multiculturalismo de las universidades".⁴²

Para Klein todas las protestas y la teoría supuestamente progresista sólo sirvieron para alegrar a la industria cultural y pone como ejemplo la imaginería feminista que aprovechó Levi's para su campaña publicitaria "What's true" la cual también permitió que las compañías disqueras lograran ventas record de discos con mensajes sobre el poder de la mujer. Cuántas playeras y pasamontañas no se han vendido gracias a la imagen del sub comandante Marcos, hay hasta relojes de pulso con la imagen del Ché Guevara.

Asimismo, toda la parafernalia hippie y dark generan bastante dinero en tianguis como el Chopo y Coyoacán. Es toda una industria. Esto nos remite al dilema aquel de que la industria cultural constituye una única fuente industrializada de las respuestas a ciertas exigencias reales, como la fuente es industrializada, no tiende tanto a satisfacer las exigencias sino más bien a promoverlas de forma variada. Así el círculo no se rompe y la situación parece sin solución.

⁴¹ Carlos Celis, "Morbo, gore y la Sekta Core", *Switch*, junio 1998, p.31.

⁴² Víctor Roura, "No logo II", *El Financiero*, 4 de septiembre de 2001, p.54.

Los Beatles no cambiarían al mundo haciendo voto de pobreza, ni lo cambiarían destinando su dinero a organizaciones de caridad o a grupos revolucionarios. Su fuerza, además de la música estaba en el hecho de que se hicieron ricos y poderosos. Eso ayudó al arte y les dio recursos para dedicarse única y exclusivamente al rock. Es obvio que si se enriquecieron fue por un acto de libre elección, inclusive la de pretendidos revolucionarios: la compra de discos. Los Beatles indican un camino a los jóvenes de todo el mundo: ¡hagan música! La sociedad de consumo usa el nuevo sonido para industrializar los anhelos de la juventud. Y así como Hollywood capitalizó el mito a través del *star system* la industria del rock acabó creando, en dimensiones aún más espectaculares, un *super star system*.

Roberto Muggiati ⁴³

El rock finalmente se incorporó al panorama global de la comercialización y el mayor problema con su discurso político es que se abusó de él, de ahí que resulte fácil para algunos rockeros que ni están tan interesados en crear una propuesta original ni les preocupan las cuestiones sociales allegarse varios seguidores y de paso, algunos contratos comerciales, apelando al mito del rock contestatario y subversivo. Pero esto no ocurre en todos los casos ni siempre

El rock debe entenderse en relación al contexto en que se mueve y el contexto actual está dominado por los medios masivos de comunicación, por la publicidad, la apertura de mercados, el impulso a una cultura de gustos homogéneos para vender más mercancías, se permite la comercialización de casi todo y se flexibilizan las concepciones de la vida, entonces, necesariamente se convierte en muchas y distintas cosas.

¿Crees que el mucho o poco apoyo actual que le dan los medios al rock lo haya domesticado?

Alejandro Lora (El Tri): Es como el telerisa rock, te lo pasan por una coladera y lo presentan totalmente desmitificado. Te dicen: Mira esto es rock, es una música ñoña que no tiene nada que ver con nuestras buenas costumbres ni dañan las buenas costumbres de nuestra juventud.

El verdadero rock and roll es una música que comunica el sentir de la gente es como cualquier tipo de música, llámese folclórica o romántica, la finalidad real es que se comunique el que interpreta con el que escucha...tu actitud como rocanrolero debe ser honesta, estés donde estés.⁴⁴

B. EL ROCK MEXICANO EN LA ECONOMÍA

En lo personal hay dos formas de concebir la música: la primera es crear únicamente rolas para vender, la segunda es crear buenas rolas y que por consecuencia se forme un pequeño núcleo de seguidores. Una cosa no está peleada con la otra.

Felipe Bustamante, Panteón Rococó⁴⁵

⁴³ Muggiati, *Rock and roll*, p.89.

⁴⁴ "El Tri, hierba mala nunca muere", *Complot*, abril de 1997, p.10.

⁴⁵ José D. Cano, *op.cit*, p.46.

Ya vimos que la economía está en la base de toda la sociedad y en el rock también. También está en el arte, en el pop, en la moda, en las innovaciones tecnológicas y por lo tanto, el artista está condicionado por el sistema de relaciones establecidas alrededor de la producción y circulación de las obras. La forma en como se construye el capital para la producción de discos es esencial para entender el significado de lo producido. A diferencia de la literatura o las artes plásticas donde es más fácil construir la ilusión del creador solitario genial. La realización de un concierto, un disco o una orquesta requiere múltiples colaboradores.

A esto agreguemos las pocas oportunidades del artista para escuchar la crítica de su público y decidir en base a esto su siguiente producción musical. Ya sea por la falta de contacto directo con ellos o porque los empresarios adquieren un papel más decisivo que cualquier otro mediador (crítico o historiador del arte) y son ellos quienes deciden que debe o no debe producirse.

Siguiendo con el factor económico, la producción y consumo musical proporciona una base para definir a la industria musical tanto en términos nacionales como componente fundamental del sector cultural en el país como en términos internacionales como elemento importante de la economía mundial. La música representa una parte significativa del presupuesto que los consumidores dedican al ocio, proporciona un medio de vida a los trabajadores implicados en su producción y distribución y es un componente clave en las industrias globalizadas de los medios.

El consumidor promedio de la industria del disco tiene menos de 34 años y si a géneros nos vamos, el rock representa el 33.5% del total de las ventas.⁴⁶ La industria del disco es una de las más rentables de nuestros días, brinda placer, entretenimiento, alegría, cohesión y genera empleos directos o indirectos asociados a la producción musical. Tan solo durante los noventa, Estados Unidos recaudó la nada despreciable cifra de 38 billones de dólares en ventas de CDs.

Las ventas de grabaciones sonoras han experimentado un crecimiento rápido a lo largo de las últimas décadas. Entre 1986 y 1996 el valor de las ventas al por menor en precios corrientes creció a razón del 10% anual. El Music Business International World Report⁴⁷ estimó unas ventas mundiales en el año 2001 de más de 60 mil millones de dólares. Tan sólo en la década de los noventa las ventas de CDs se incrementaron en 150% y sólo hasta el año 2001 parecieron ir a la baja después de años y años de incrementar sus ventas.

⁴⁶ Shirley Biagi, *El impacto de los medios*, pp. 136-139.

⁴⁷ Ver anexo 4

Pero no todo es éxito. Según la Recording Industry Association of America (RIIA) por cada grupo famoso como las Spice Girls hay nueve bandas de rock en las que se invierte mucho dinero y finalmente nunca salen a la luz. Más del 90% de los discos realizados al año fracasan. Por ello muchos artistas se quejan de las prácticas abusivas de las disqueras –por invertir en quien no tiene verdadero talento- además de los porcentajes tan pequeños del pago por regalías. Pero las disqueras son las inversionistas y ellas asumen el riesgo y el costo que muchos músicos no pueden pagar.

Según Rogelio Villareal, directivo de Warner la inversión inicial para crear un álbum de pop va de los 100 mil pesos a los 2 millones 500 mil pesos. Una rueda de prensa cuesta alrededor de 15 mil pesos, un video clip puede costar de 150 mil hasta 5 millones de pesos. Imprimir posters va de 20 a 70 mil pesos, pagar un diseñador cuesta entre 10 mil y 15 mil pesos y para promoción nacional entre 100 mil y 200 mil pesos.⁴⁸ Una fuerte inversión sin duda para que el disco venda la pálida cantidad de cien mil copias.

Cuando una compañía decide abortar un proyecto musical cerca de 2.7 millones de dólares se van a la basura. El artista simplemente se da la vuelta y se aleja sin deberle nada a nadie. Es un negocio con grandes pérdidas al año. Así que las disqueras son criticadas por pagar porcentajes de regalías muy bajos y encarecer el precio de los cds pero debemos reconocer que son ellas quienes asumen el 90% del costo de la grabación, producción, distribución y promoción de un disco. Además, pagan impuestos y tienen contratados un buen número de empleados.

Sólo en el caso de algunos grupos, como Plastilina Mosh el grupo termina por darle más dinero a la disquera de lo que en realidad se invirtió en la producción del disco. A Plastilina Mosh un agente de Capitol en Los Ángeles los escuchó y decidió promocionarlos a nivel internacional. Les hicieron un buen video y los promocionaron con toda la lana el mundo y los metieron al tributo a The Police y en un acoplado de las botas Dr. Martens.⁴⁹ Pero muy pocos grupos mexicanos tienen la suerte de Plastilina en realidad, de las casi 20 mil bandas de rock que hay en el país sólo unas 200 acceden a la promoción industrial, es decir sólo el 1%, y de esas sólo 20, es decir el 0.1%, tienen promoción a nivel internacional.⁵⁰

⁴⁸ José de Jesús Guadarrama, "El negocio de las estrellas", *El Financiero*, 7 de julio de 1997, p.2 6.

⁴⁹ Felipe Viterbo, "Plastilina Mosh: La venganza de Moctezuma", *Switch*, abril de 1998, p. 39.

⁵⁰ Benjamin Anaya, *Neozapatismo y rock mexicano*, p.13.

También hay casos donde ocurre todo lo contrario, los artistas le cargan a la compañía el dinero del video que les hizo su amigo además de los gastos para las presentaciones en televisión o con la prensa, ropa, accesorios, maquillaje, auto alquilado, seguridad y encima los gastos de comida, cenas y noches de parranda. Y de acuerdo con la industria disquera el riesgo de inversión se duplica cuando llega la hora de grabar el segundo disco.

Muchos artistas piden más dinero para regresar, piden mejores condiciones en el contrato, más pago de regalías, una promoción más fuerte y la mayoría amenaza con no volver o irse con otra compañía si no se cumplen sus deseos. Si atendemos a las historias particulares de varios grupos nos damos cuenta que la disquera no miente, es cierto, la mayoría de los grupos no genera más de tres discos fuertes. En un mercado tan voluble lo que hoy es un éxito rotundo mañana será la canción más olvidada en la sala de la casa.

La industria del entretenimiento también destina buena cantidad de dinero al gobierno. Cerca del 42% de cada boleto en un concierto se destina al pago de impuestos y gastos de carácter sindical, las compañías esperan reducir en un futuro la cantidad aportada a sólo 30% para evitar el constante aumento de precios de los espectáculos y propiciar un aumento de público al ofrecer espectáculos de calidad a menor precio.

A los artistas se les paga a los grupos un porcentaje de regalías equivalente al 6% sobre el precio de lista al mayoreo, cuota que en algunos casos aumenta gradualmente cada año hasta llegar a un 25 por ciento. En el caso de nuevos lanzamientos se modifica el esquema de pago y se les da sólo el 50% de los derechos de autor durante el primer trimestre. La disquera espera al segundo trimestre después del lanzamiento para verificar el número de devoluciones de las tiendas para que todos los pagos subsecuentes sean conforme a unidades efectivamente vendidas. Y ahí viene la hora de la verdad, es hasta medio año después del lanzamiento cuando se puede verificar si el disco fue un éxito o no.

En cuanto a pagos por derecho de transmisión se supone que a partir del 1° de agosto de 1999 las radiodifusoras pagarían por concepto de derechos de autor el 2% de los ingresos provenientes de la publicidad difundida en cada estación y esta cuota aumentaría hasta llegar al 2.5% en el año 2004. Pero esto casi no ocurre, las radiodifusoras tienen su propio método de arreglo económico con las disqueras y manejan muy discretamente su pago de tarifas.

En el medio este tipo de arreglos se da bajo el esquema de la mítica *payola* la cual consiste básicamente en el pago de dinero al programador o director de la estación para que promocióne a los artistas de la disquera. El pago puede ser en efectivo o en especie, es decir, la disquera elabora regalos como playeras, cilindros, chamarras o encendedores para la estación o apoya en la realización de algún evento en vivo a cambio de tocar constantemente los sencillos del artista a promocionar.

La *payola* existe, es como un secreto a voces. Existe pero en Órbita no. Yo he sabido cosas que te dicen, que te dan un carro, televisiones o hasta que les han llegado a regalar casas. Lo que nosotros recibimos si tú lo quieres llamar *payola*, son promociones, es decir, mandamos hacer mantas de la estación, etc.

Rubén Martínez,
ex programador Órbita 105.7⁵¹

*

"La *payola* implicaría que te vendieras y que antepusieras el interés fundamental de la estación por un interés propio. Puedes ver que gracias a esto muchas estaciones poco a poco empiezan a caer porque comienzan a tener compromisos que no van, uno debe tener la idea de que tu público es el primero y lo demás no cabe. El público es el que te hace o te deshace.

Si mi programación no sube el rating está mal. Si yo estoy viendo que un tema todo mundo lo está tocando, lógicamente no lo puedo dejar fuera.

Manuel Fernández
programador de Óxido 1180 FM⁵²

Un buen ejemplo de la existencia de la *payola* es la lista de los temas más tocados en la radio. La revista *El universo de la radio* reveló las cifras de exposición de los temas más famosos en 1997. La pieza "Wanna be" de las Spice Girls (EMI) fue la más difundida con un total de 1 598 tocadás, la segunda más programada fue "Don't speak" de No Doubt (Universal) con 113 tocadás. "No rompas mi corazón" de Caballo Dorado (MCM) fue transmitida en 1 935 ocasiones.

Ningún programador cuerdo podía haberlas elegido de no haber sido porque las dos piezas fueron impuestas desde la cúpula de la industria disquera ¿quién no trae en la cabeza una canción insustancial si es programada más de 1 500 veces en la radio comercial?

Victor Roura⁵³

Gracias a esta práctica desleal los grupos más exitosos se consolidan no por su calidad musical o su creatividad sino por la cantidad de dinero que se invierte en su promoción. Así nos explicamos como casi todo mundo conoce alguna canción de Thalía pero ninguna de Ely Guerra, cualquiera

⁵¹ Zuleika Déciga, "La Payola", *Generación*, diciembre de 1997, p. 20.

⁵² *Ibid.*, p.21.

⁵³ Victor Roura, "Negocio de negociantes", *El Financiero*, 17 noviembre 1997, p.90.

sabe de la existencia de Maná pero pocos ubican a Los de Abajo. Los grupos padecen este mal de ambos lados, cuando no son famosos se ven aplastados por la avalancha promocional de los grupos con el respaldo de una disquera grande y cuando son ellos a quienes payolean el mismo mercado los hace pasar de moda rápidamente, los vuelve desechables y poca gente los valora por su calidad musical.

Además de la payola existe otro pago que se denomina distribución directa e incluye el pago por la obra ejecutada en teatros, conciertos, eventos especiales, salas de cine, música de concierto o sociedades extranjeras en donde a los músicos se les da en 32% del ingreso total. Pero este pago resulta muy difícil de aplicar así que a los músicos casi no les llega dinero por esta vía. La clave está en las presentaciones en vivo donde el grupo se lleva buenos porcentajes y no necesariamente necesitan a la disquera para colarse en algún festival.

También existe otro apartado un poco más fácil de contabilizar: el de distribución con reporte. Este se refiere a la explotación de los temas en Radio y Televisión, quien utilice un tema con derechos registrados deberá pagar a la compañía disquera por el uso de su tema en algún programa, concurso u otro tipo de eventos. Por supuesto, se toma en cuenta el horario, la frecuencia y el tipo de uso que se le da al tema.

Y existe aún un tercer apartado: el de distribución piramidal. En este se cobra el 14% del ingreso por ejecución de obra en hoteles, bares, restaurantes, centros comerciales, tiendas departamentales, etc. Pero este apartado es el menos recaudado por lo difícil que resulta detectar en que momento y circunstancia alguien está haciendo negocio con algún tema. Esto ejemplifica la cantidad de dinero de por medio, tanto el invertido como el pagado. Es por eso que del mejoramiento de las técnicas de comercialización dependerá en gran medida la continuidad y expansión de la industria de la música.

Pero el marketing de productos musicales es muy diferente de otros productos de consumo. En su caso se pueden adivinar ventas flojas localizadas en mercados muy específicos sin realizar grandes encuestas de mercado. En el caso de estilos musicales cuyo auditorio no es tan masivo, se puede armar una estrategia de promoción menos costosa así como evitar grandes producciones de discos. De hecho, estos pequeños mercados no son tan malos porque hablamos de seguidores fieles, la venta será pequeña pero está segura. Ninguna disquera va a producir un disco para un público

incierto, sólo cuando se tiene el público asegurado las cantidades de producción se ajustan de acuerdo al número de compradores.

Pero las compañías no son tontas, veamos el otro lado de la moneda. Si bien ellas aportan la mayor cantidad de dinero para la creación y promoción del disco, no son ellas quienes componen los temas. Los compositores se encargan de crear un tema que será pagado por la disquera o la editora como una matriz, a partir de ella se reproducirán miles de discos con el tema durante un tiempo indefinido pero al autor no se le paga más que una sola vez —cuando se le compraron los derechos de la canción—.

Las disqueras pueden acumular una renta considerable imprimiendo un número de discos indeterminado de ahí el interés de las compañías de integrar a los compositores y a los editores como simples trabajadores asalariados. De hecho cuando alguien entra a trabajar a una compañía discográfica como trabajador cualquiera se le hace firmar un contrato donde se compromete a cederle los derechos de todo lo que se cree, diseñe o produzca a la compañía. Tal vez al principio la compañía invierta mucho pero a la larga esta seguirá haciendo negocio con la música aún cuando el cantante o el compositor ya esté muerto.

A toda esta derrama económica por el cobro y pago de derechos debemos añadir otros mercados como el de los instrumentos musicales, la prensa especializada, los canales de videos, las tiendas de discos, las discotecas, las compañías dedicadas al espectáculo en vivo, incluso el mundo de la moda. Además de los bienes de consumo para la reproducción de la música, como los equipos de audio y de alta fidelidad e iluminación. De hecho todavía no existe una clasificación tipo adecuada para darnos cuenta de la diversidad de actividades musicales y de las operaciones comerciales asociadas a ella.

Sin embargo, podemos identificar a varios actores relacionados con el sector: los compositores, intérpretes y músicos; los agentes, directores artísticos, promotores de espectáculos, los editores musicales. Todo el equipo de una compañía discográfica, las sociedades de derechos de autor; proveedores de servicios como los estudios de grabación, fabricantes, distribuidores, minoristas, emisoras de radio y televisión, organizadores de conciertos, agencias de venta de boletos, etc. Por mencionar los más obvios.

Otra área de fuertes ingresos económicos son los foros. Durante 1996 el Auditorio Nacional tuvo ingresos por 8 millones 830 mil 600 dólares quedando en segundo lugar a nivel mundial después del Radio City Music Hall de Nueva York. Logró reunir 1 millón 193 mil asistentes durante 69 actuaciones de las cuales, desafortunadamente sólo 15 fueron de músicos mexicanos. Los ingresos no fueron malos pero la cantidad de espectáculos sigue siendo pobre, ese número de presentaciones se da en países como Estados Unidos o Inglaterra al mes.⁵⁴

Relacionado con los foros y los espectáculos masivos, las concesiones para operar las instalaciones para espectáculos también representan una fuerte inyección de dinero por parte de la industria del entretenimiento y son una buena fuente de ingreso para el gobierno. En la Ciudad Deportiva los contratos se otorgan por 15 años para retornar después a las manos del gobierno. Operadora de Conciertos y Eventos, S.A. (OCESA) tuvo la obligación de realizar obras adicionales en la infraestructura deportiva -particularmente el reacondicionamiento del Velódromo Olímpico- para obtener la concesión.

Construyó una cancha de hockey, acondicionó las tribunas en los campos de futbol, instaló mallas y reforestó. OCESA le destina al Gobierno del D.F. el 2% de los Ingresos brutos por la venta de boletos para espectáculos y donde no haya venta de boletaje le paga el 20% de los ingresos totales. Además, entrega mensualmente el 45% del cobro por concepto de estacionamiento.⁵⁵ Dinero del cual no se tienen cuantías claras o evidentes de para qué es utilizado por el gobierno.

La piratería

Sin duda alguna el principal problema de tipo económico que enfrenta tanto la industria disquera como los mismos artistas es la piratería, definida como la serpiente de las mil cabezas que arrebatada y vende como suyas las ideas de otros. Este comercio ilegal de discos se ha adueñado del 65% del mercado en los últimos años, gracias a él, más de 50 mil personas entre cantantes, técnicos y trabajadores de las disqueras se ven afectados económicamente al no recibir los ingresos que les corresponden.

La gravedad del asunto llegó a tanto que a partir de 1999 se tipificó este delito como grave y las penas por cometerlo van de tres a 10 años de prisión sin derecho a fianza. De acuerdo con el

⁵⁴ Víctor Roura, "Casa propia", *El Financiero*, 20 de octubre de 1997, p.99.

⁵⁵ *Ibidem*

Código Penal Federal en su Artículo 224 cometen este delito aquellos quienes se dediquen a producir, reproducir, almacenar, transportar, vender o proveer materia prima o insumos destinados a la reproducción ilegal de fonogramas, videos o libros. La multa va de 2 mil a 20 mil días de salario mínimo.

En el 2001 México alcanzó el tercer lugar a nivel mundial –después de China y Rusia- de los países con mayor número de producción y ventas de discos piratas. Durante el año 2000, de los 181 millones de discos vendidos en el mercado interno 114 millones (63%) fueron piratas. Las ventas legales ascendieron a 67 millones de unidades con un valor de 6 mil 297 millones de pesos, mismas que representan el 37 % de la distribución total.⁵⁶ Es decir, de cada diez discos que se venden en México, seis son pirata.

Por si esto fuera poco, la piratería está disminuyendo la demanda por discos de catálogo y esta convirtiendo al mercado en un mercado de hits donde resulta muy caro conseguir discos viejos. Gracias a ella, la demanda de discos de catálogo disminuyó de 38 a 50 por ciento. El problema es grave y si la tendencia sigue como hasta ahora se corre el riesgo de eliminar por completo las grabaciones originales como ocurre en Brasil donde no se venden discos originales y el gobierno federal aporta un crédito fiscal para seguir desarrollando el talento nacional.

El principal problema con la piratería es que antes se limitaba a las clases bajas donde la falta de dinero justificaba el hecho de adquirir mercancía barata sin importar la calidad del producto. La cuestión es que ahora la clase media y alta se está acostumbrando a adquirir producto pirata. La gente no está consciente de la gravedad del delito y no le importa afectar los intereses de las personas involucradas en la realización de un disco, incluyendo a sus artistas favoritos. La cuestión radica en dos puntos: la cultura de buscar siempre lo más barato y el alto costo de los discos.

Independientemente de la calidad de la grabación, las fotografías, la portada, etc. Cuando alguien ofrece el mismo producto a un precio infinitamente menor la lógica automática de pensamiento es la siguiente: Si puedo comprar el mismo disco por 15 o 10 pesos porque voy a comprarlo en 120 o 160. Es una cuestión de vicios culturales, comprar más por menos. El problema es que la oferta musical en el país es amplia, va desde la balada romántica, el pop, el ranchero, la grupera, música de banda, infantil, folklórica, norteña, de la costa, del sur, etc. Y si alguien nos ofrece todo este repertorio por 15 pesos el disco, la oferta es irresistible.

⁵⁶ Arturo Cruz, "Acapara la piratería 63% del mercado nacional de fonogramas", *La Jornada*, 18 de mayo de 2001, p.16a.

Sólo a los verdaderos apasionados de la música no les gusta adquirir discos pirata, la calidad de las portadas, la ausencia de fotografías, la falta de letras y una mala impresión del diseño los desalienta a adquirir el pirata pero no todo mundo le tiene tanto respeto al disco. Si lo que la gente quiere es escuchar la música, la presentación es lo de menos.

Profesionalmente hablando podría comparar a la piratería con un cáncer. Todo ello porque mientras la gente se acostumbra a comprar música pirata "barata" más se verán devaluados el artista y el producto. Es un proceso destructivo que tendrá como consecuencias el que no exista música nueva. En el momento en que el consumidor deja de comprar el producto original, poco a poco se elimina la calidad y no habrá quien grave a los pequeños artistas.

El problema es que esta actividad se ha extendido a niveles de clase media y alta, lo que quizá si tenga que ver con ciertos niveles culturales, el hecho de siempre buscar lo "barato". Además de todo esto existe el problema de la ignorancia, pues pareciera que la gente no ha adquirido conciencia no sólo de que está siendo copartícipe de una actividad ilegal, sino de que también devalúa el material artístico que está "comprando" con lo que atenta no sólo contra los artistas y su música, sino también contra toda la gente que hace que ese producto exista. La gente se está acostumbrando a que la música sea gratis, lo cual no puede ser.

Adel Hattem,
ex vicepresidenta de Universal Music⁵⁷

Las ganancias de los productores y vendedores de discos piratas van de 20 a 56 mil pesos a la semana sin pagar un solo peso por derechos de autor. El gobierno deja de recibir cerca de 720 millones de pesos al año por este delito mientras que la industria legal pierde cerca de 2 mil 700 millones de pesos. Además, estas cifras no dan cuenta del daño adicional para todos los negocios relacionados con la música como los estudios de grabación, las compañías pequeñas, las revistas, los autores, arreglistas, artistas gráficos, impresores y músicos.

Hace unos cuantos años algunos discos vendían más de un millón de copias, hoy en día si se llegan a vender 600 mil o 500 mil discos es porque se tuvo mucha suerte. Incluso los premios por número de ventas han reducido los límites. Antes, un disco de platino se le otorgaba a quien vendiera 250 mil discos y el de oro a los de 100 mil, ahora es de 150 mil y 75 mil respectivamente porque ya nadie llega a vender tanto.

"No es lloriqueo ante las autoridades, esto ya es una realidad. Estamos perjudicando la cultura musical del país que generaba muchas divisas. Vean el hecho de que casi todos los "super stars" ya no viven en México, porque tienen protección y mejores ingresos fuera de aquí, seguramente piensan que de esto no pueden vivir aquí."

⁵⁷ Carlos Jesús González, "Discos piratas ¡todos al abordaje!", *La Mosca*, N° 60, p.12.

La misma Adel Hattem de Universal cree que el futuro de las disqueras será convertirse en compañías dedicadas exclusivamente a la promoción y al marketing de los artistas quienes seguirán con sus presentaciones en vivo. Las disqueras se encargarían de producir todo tipo de mercadotecnia y de algún otro lugar saldrá el dinero para las grabaciones, es decir, ya no venderán discos sino sólo promoción.

Para Camilo Lara⁵⁹, director de discos Suave, la piratería se puede combatir con precios accesibles, con empaques de lujo, con elementos adicionales como el DVD, bonos, juegos interactivos, etc. Para él, todo comenzó cuando la gente dejó de comprar discos y estos se convirtieron en un artículo de lujo, así que se necesita bajar el precio para volver a convertir el disco en un artículo de consumo popular. Sólo así se logrará recuperar el mercado.

Se tendrá que ofrecer un precio real de acuerdo al salario mínimo del mexicano, un disco como norma, no debería costar más de cien pesos. Con este límite podría ganar la disquera, el grupo, la distribuidora y el público.

Camilo Lara⁶⁰

En cuanto a los artistas, algunos no consideran tan maligna a la piratería porque los hace más famosos y al ser más famosos sus presentaciones en vivo son todo un éxito. Sin embargo, si el grupo pretende sobrevivir vía la realización de conciertos el costo de las entradas a los espectáculos se elevará poco a poco perjudicando la economía del público porque las compañías involucradas en la creación del disco tratarán de recuperar toda la inversión en el menor número de presentaciones posibles.

Otro problema con los precios es el alto costo de los discos viejos. Por ejemplo, si uno quiere armar la colección de Pink Floyd debe estar dispuesto a pagar una fuerte cantidad de dinero por álbumes viejos que ya no tienen el pretexto de estar en plena promoción radiofónica o televisiva y de los cuales ni siquiera existe video pero igual están carísimos. Mala estrategia por parte de las compañías.

⁵⁸ Abel Barajas, "México, tercero en venta de discos pirata", *Reforma*, 24 de diciembre de 2001.
www.reforma.com/nacional/articulo/154620/pagina2.htm, consultada el 24 de diciembre de 2001.

⁵⁹ Carlos Jesús González, *Ibid*, p.12.

⁶⁰ *Ibidem*

A nivel federal, la Procuraduría General de la República creó una unidad antipiratería llamada Asociación Protectora de Derechos Intelectuales Fonográficos (APDIF) para ayudar a las autoridades a combatir ese delito. La APDIF emplea a cerca de 30 personas y tiene un presupuesto anual de poco más de 1.5 millones de dólares.⁶¹ La agencia se concentra en la identificación de los puntos de producción, distribución y venta ilegal. Trabaja junto con la Procuraduría General de la República para identificar estas conductas delictivas pero por cada centro de producción desmantelado se crean otros diez o más en toda la ciudad.

La polémica de los precios

El público comienza a cuestionarse sobre el verdadero costo de un disco compacto. La gente sólo sabe que desde la devaluación del peso en 1995 el costo de los discos no ha dejado de subir y ya no está dispuesta a pagar más sabiendo que en la calle lo encontrará en 15 pesos. Además, el auditorio oye constantemente las anécdotas sobre el nivel de vida de los artistas y ejecutivos de las compañías discográficas y esto se convierte en algo similar al pago de impuestos: nadie quiere pagar sabiendo que el dinero irá a parar a las manos de algún funcionario corrupto.

Probablemente esta crisis de la industria discográfica derive en algunas reformas necesarias para evitar su desaparición. Si las discográficas se dedican exclusivamente a la promoción y arreglo de presentaciones en vivo, el grupo o el artista asumiría el control sobre la producción del disco. Controlarían sus tiempos, sus gastos y podrían recibir más del 7% del total de las ventas y evitar que la compañía se quede con el 93% restante.

Esto arroja una luz al final del túnel para las compañías independientes a quienes el enorme poder de distribución de las transnacionales las tiene al borde de la quiebra. Si la responsabilidad de la producción del disco recae en los grupos veríamos un auge de los estudios de grabación y pequeñas compañías independientes. Probablemente tendríamos menos oferta de discos al mes pero la calidad sería mejor y la distribución del dinero sería más justo.

Contrario a lo que piensa la gente, el firmar con una compañía no te coloca ni más arriba ni más abajo. Nosotros hemos vendido más demos que discos.

Yorch, Sekta Core⁶²

*

⁶¹ Arturo Cruz, *op.cit.*, p.16^a. Ver anexo 5.

⁶² Alfredo Fernández, "Sekta core", *Complot*, agosto de 1998, p.25.

Con lo que vendieron de sus producciones anteriores ya tienen para el resto de sus vidas, ¿no?

"Ojalá, yo creí que nos iba a tocar una lana por disco, pero no sé cómo le hacen las compañías para que no sea así, no sé cuál sea el porcentaje real que te toca, pero es miserable"

Tito. Molotov⁶³

Éste es el más claro ejemplo de cómo la música hoy en día pesa más por ser producto que por ser arte. Las empresas invierten mucho dinero para lanzar un disco e incluso años para poder colocar a un artista entre el gusto popular. Producir un disco implica además competir contra otros grupos por el tiempo aire en MTV y en las cadenas radiofónicas. Producir erróneamente resulta bastante costoso y si sólo una de cada cinco interpretaciones musicales vende lo suficiente para alcanzar el punto de recuperación de la inversión, las disqueras se juegan el todo por el todo.

Cuando un grupo pide 5 mil dólares por un concierto puedo cobrar tres o cuatro dólares por entrada pero si me piden 30 o 40, 50 mil dólares, no encuentro otra salida que aumentar el precio del boleto. Entonces el público se enoja contigo, fui llamado hasta cochino capitalista.

Ahora bien, los precios se basan en las exigencias de los artistas. Sucede que para los jóvenes siempre ha sido más fácil atacarme que atacar a sus ídolos.

Roberto Muggiati⁶⁴

La amenaza de Napster

Además de la piratería, a principios del año 2000 la industria musical se vio sorprendida por un nuevo agente: la distribución gratuita de música por Internet. Napster fue bautizado por Radioactivo 98.5 como *El misterioso caso de las bandas de rock contra los nerds de las computadoras que lo único que querían era bailar rock and roll*. Este método de intercambio de música vía Internet en formato mp3 funcionaba así: uno tomaba sus discos favoritos, los convertía en formato mp3, se conectaba a Internet se registraba en Napster y comenzaba a buscar canciones en las computadoras de otros usuarios que estuviesen conectados al mismo tiempo. Si te gustaba una, la copiabas a tu disco duro, de la misma manera que otro usuario copiaba tus canciones en su computadora.

Hasta aquí todo bien, lo grave fue que no se conectaban al mismo tiempo sólo 5 personas sino miles en todo el mundo y se encontraba de todo en una sola conexión, música de China, Irlanda,

⁶³ David Cortés, "Molotov: subir al cielo para perder el detalle", *Pulse! latino*, febrero de 2000, p.25.

⁶⁴ Muggiati, *op.cit.*, p.97.

Cuba, Rock, Pop, Clásico, Industrial, Soundtracks, versiones en vivo y de todo tipo de artistas. El servidor llegó a tener hasta un millón de archivos disponibles. Piratería cibernética.

De pronto, nos encontramos ante un avance tecnológico que permitía el intercambio fácil y cómodo de nuestros discos, además de barato. Y más que violación a los derechos de autor (ninguno de los usuarios se hizo rico gracias a Napster, ni creo que fuera la intención) Lo que asustó tanto a la industria fue la posibilidad a largo plazo de su desaparición. En el caso específico de México, la Asociación Mexicana de Internet reportó 4.5 millones de usuarios de la red⁶⁵ en el año 2000 (de los cuales no todos se conectaban a Napster) por lo tanto la acusación de que el intercambio de música por Internet estaba causando las bajas ventas discográficas, resultó un tanto exagerada.

En el tiempo de existencia de Napster (2 años aprox) no se documentó el quiebre de ninguna casa discográfica y ningún artista quedó en la ruina por culpa de este sistema. Las compañías sí reportaron una baja en las ventas pero habría que investigar si otros factores más nocivos como la piratería o la recesión económica no tuvieron más culpa que Napster. Hubo varios artistas quienes incluso estuvieron de acuerdo con esta nueva modalidad de intercambio. Algunos músicos decían que les convenía porque podían llegar a cualquier parte del mundo, podrían vivir de sus presentaciones en vivo y tal vez (aunque ninguno de ellos lo dijo de esa manera) se podrían deshacer de la disquera.

La industria se vio rebasada por la tecnología, por leyes no preparadas para legislar en estos terrenos, algunos artistas estaban contentos y los usuarios con mayor razón pero esto amenazaba la propia existencia de las compañías disqueras. Imaginemos un futuro en donde el artista compone, graba en su casa y una vez listo el tema, lo sube a la red y los usuarios lo copian. ¿Dónde queda la disquera? ¿Dónde quedan las tiendas de discos? Es una simple suposición.

Los intereses creados en torno a esta industria son demasiados y no será fácil quitarles un pedazo de mercado. De hecho, Napster ya fue obligado a dar de baja todos sus archivos registrados bajo derechos de autor y ahora el portal cobra por suscribirse, tiene en línea únicamente a artistas cuya disquera otorga el permiso, previo pago, por supuesto, del uso de estos temas.

⁶⁵ "México triplicó el número de internautas en tres años" www.amipci.org.mx/prensa/press_release.html?id_noticia=21 consultada el 30 de octubre de 2002.

IV. EL ROCK CONTRA EL MALESTAR ECONÓMICO Y CULTURAL

"Cada 6 segundos se compone una nueva canción pop en el mundo, no sé a donde vamos a llegar"

Diego Luna
Entrega de los premios MTV Latinoamérica 2003

Analizar toda la red de relaciones de competencia y colaboración entre los agentes interesados en el rock mexicano como compositores, músicos, intérpretes, productores, críticos, locutores de radio, etc. requeriría un libro completo. Pero a manera de resumen, analizaremos los sectores donde los conflictos y contradicciones entre ellos están más presentes: la radio, la televisión, los músicos, los productores, el público, la moda, los lugares de reunión y los críticos musicales.

La radio

La radio desempeña varias funciones en la vida de los ciudadanos pero las más importante es la difusión de música e información. El público sintoniza una estación con la esperanza de escuchar nuevos grupos, nuevos temas y oír sus canciones favoritas, las clásicas. También es un buen medio para enterarse de los detalles de la vida personal de un artista, de sus conciertos o de los próximos discos a la venta. El auditorio espera recibir información sobre las nuevas tendencias musicales, los discos en el mercado y confirma o cambia su propia opinión respecto a un disco o un tema con base en lo que opinen sus locutores favoritos.

Las disqueras ejercen presión para que la estación promocióne a los artistas con nuevo material discográfico, lo que limita de alguna manera la programación musical. La radio juvenil del Distrito Federal se inclina más por transmitir los hits del momento que por impulsar una verdadera cultura musical hoy más que nunca se vuelve muy difícil alcanzar un equilibrio entre música de catálogo y nuevos lanzamientos debido a la enorme cantidad de nuevos discos que salen al año. Así que los programadores de la estación tienen que equilibrar la transmisión con temas nuevos de la disquera, canciones clásicas, algunos temas de catálogo, comerciales, noticias y programas.

Las compañías están tan interesadas en tocar sus temas que pagan la famosa *payola*, la mayoría de los programadores niega rotundamente el pago o cuasi extorsión por parte de las compañías disqueras pero al escuchar la programación radiofónica en general nos damos cuenta de la mentira. Casi todas las estaciones promueven la misma música al mismo tiempo y un tema sale de

la programación también al mismo tiempo en todas las estaciones. La tonadita o el ritmo de moda no pasa de un par de meses para ser sustituida por otra igual de pegajosa. La radio se encuentra como el rock mexicano en medio de una fuerte lucha de intereses.

Este medio de comunicación también vive entre su amor a la música y la necesidad de vender espacios publicitarios, de generar dinero para seguir subsistiendo y al mismo tiempo no defraudar a su auditorio. En el caso del rock, a la radio se le acusa de confinarlo al terreno de la pura diversión, de quitarle toda su fuerza al transformar sus canciones en simple música ambiental, en una especie de acompañamiento para las tareas domésticas.

Sería alentador descubrir que el auditorio no se deja seducir por esas canciones tan repetidas en la radio pero desafortunadamente es cierto, el público termina comprando lo que la radio le vende. ¿Cuántas veces no hemos terminado bailando o cantando inconscientemente una de esas cancioncitas pagajosas, desechables y aparentemente inofensivas? Recordemos que la publicidad son bombas cuyo objetivo es darle en la cabeza a alguien, pues bien, la radio convierte en bombas a ciertas canciones y nos las lanza hasta diez veces al día.

Alfredo Martell gerente de Órbita 105.7 FM asegura que su estación sólo permite intercambios como camisetas y chamarras de la estación por apoyar a los artistas de cierta compañía. "Es como una cadenita que nos lleva al mismo punto: las disqueras nos apoyan, nosotros la apoyamos".¹

Para obtener entrevistas, viajes, promocionales, etc. tenemos que darle apoyo a las disqueras, pero es un apoyo que nosotros decidimos. Es un círculo perfectamente cerrado. Pero también existe una limitante. No podemos tocar todo lo que las disqueras quieren. Porque de entrada, no cabe en las programaciones y, en segundo lugar, no hay tanto producto que valga la pena como para sacrificar un espacio. Hay ocasiones en las que uno tiene que hacer sacrificios. "Te cambio esto porque me ayudes un poco con este tema" Claro, también existen esos trueques.

José Álvarez, Stereo Rey²

Uriel Waziel de Imagen 90.5, un poco más sincero, afirma que la radio está totalmente corrompida a excepción del programa infantil "Hola Luis" de Radio UNAM. "Todo lo demás, no sé...se habla de más. Lo que se hace es anteponer el ego del locutor a la música en sí y a la difusión, se les va en promociones. Ojalá muchas estaciones copiaran a Imagen y dejaran el miedo a poner grupos que no están consolidados y que no son parte de la industria".³

¹ Selene Muñoz, "El rock se queda en lo indispensable para poder vender", *El Financiero*, 1º de agosto de 1997, p.54.

² *Ibidem*

³ Rafael Grego, "¡Tócala de nuevo, Sam! Los programadores de radio en el D.F.", *Círculo Mixup*, noviembre de 2000, p.45.

Para Raúl David Vázquez (Rulo) programador de Radioactivo⁴ considera a la radio de hoy como es aburrida, donde se hacen las cosas fríamente calculadas y donde falta amor por la música, por comunicar y donde además, el lenguaje se ha tornado anacrónico. Las personas que manejan las estaciones saben que para incitar a la gente a comprar un disco no hay como hacer sonar su canción todos los días (no importa cuánto se le invierta a la prensa, a los carteles o a la transmisión de videos) oír es la clave, así que convierten a la estación en filtro donde sólo pasan los grupos con apoyo promocional o aquellos que se ajusten al perfil de la estación y de los nuevos tiempos, es decir, aquellos ligados a la moda.

Realmente pocas estaciones equilibran música nueva y vieja, nacional y extranjera junto con buen contenido en los programas y calidad de locutores. La tendencia apunta hacia una programación basada en los intereses comerciales de las disqueras y el anhelo de disfrutar una oferta más variada, inteligente y propositiva se desvanece ante la fuerza del dinero invertido tanto por las compañías discográficas como por los anunciantes. Entre más *rating* tenga la estación más publicidad conseguirá así que operar bajo un régimen de estricto apego al amor por la música resulta un poco complicado.

En cuanto a estilos, la tendencia va más o menos así: la música grupera es la favorita, la ranchera tiende a desaparecer, la música del recuerdo en inglés es bastante estable y la moderna en español tiende a unirse a la grupera. La mayoría de las estaciones manejan precisamente este corte popular o romántico en español y si en las estaciones de rock que no llegan a 10 (Radioactivo, Órbita, Alfa 91.3, WFM, Universal Stereo, Mix FM) impera la lógica de payola, los grupos mexicanos tienen muy pocas posibilidades de sonar en radio...a menos que estén dispuestos a invertir fuertes cantidades de dinero para ser promocionados.

La payola consigue que grupos tan diferentes como Celso Piña y el Tri suenen en la misma estación. Según cifras de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, 30 segundos al aire cuestan mil 500 pesos en Órbita -por ser estación del gobierno- mientras que en Radioactivo 98.5 cuestan 5 mil pesos; en Alfa 91.3, 9 mil pesos y en EXA 4 mil 200. Treinta segundos. Cifra para ponerse a pensar ya que la mayoría de los empleados de radio se quejan de los bajos sueldos, la poca seguridad laboral, las nulas prestaciones y el favoritismo o el amiguismo a la hora de asignar puestos, horarios y programas.

⁴ Rafael Grego, *op.cit.*, noviembre de 2000, p.44.

Según Jacques Attali⁵ las protestas por la utilización del disco en la radio comenzaron en 1925 cuando los editores de música y los fabricantes de discos temían una baja en las ventas y en la asistencia a los conciertos ante el temor de que la gente se quedara en casa a escuchar música a través de la radio. Sólo algunos autores vieron el potencial publicitario que significaba la difusión masiva. Tiempo después se determinó que el fabricante de discos no podía oponerse a la radiodifusión y en 1937 las estaciones adquirieron el derecho de representación y de ejecución, gracias a ello ahora son el escaparate más importante para dar a conocer a los artistas.

Gracias a la radio los consumidores deciden su compra de discos, la lista de popularidad canaliza, selecciona y le da cierto valor a las obras musicales cosa que no ocurriría si el disco flotara sin referencia alguna entre la amplia oferta de géneros musicales. Esta importancia de diferenciar a los discos es básica en un mercado tan grande y competido, salen tantos discos al año que bien podrían compararse con esas tinas llenas de pelotas de colores para los niños donde cada pelota podría ser un nuevo disco o un estilo musical. El público finalmente termina por comprar aquello que escucha en radio y una vez adquirido el disco aún quiere seguir escuchándolo en la radio La radio confirma los gustos.⁶

Entre 1958 y 1962 se vendieron un millón de discos de rock al año, mientras que de 1983 a 1984 el disco Thriller de Michael Jackson vendió más de 32 millones en sólo 18 meses. En 1998, Sony lanzó cien sencillos de ochenta grupos de los cuales 40 eran de rock.⁷ Con esta cantidad de música en el mercado muchos terminan comprando discos sólo por comprar y los almacenan en espera de tener tiempo algún día de oírlos bien. Además, el concepto de sencillo promocional con un tiempo de vida de 3 meses nos impide conocer más a fondo la trayectoria de un grupo, se deja de lado su historia y se olvida programar a grupos viejos cuya aportación a la historia de la música fue determinante.

Esto propicia que los mexicanos tengan muy pocas estaciones a la altura de la amplia oferta musical en el mundo, acceder a la música de otros países e incluso conocer la variedad musical de su propio país resulta difícil. Los grupos de rock se topan con la cerrazón de este medio donde hay pocos programas para difundir su música o donde sean invitados a platicar su propuesta, sus intenciones y sus planes. El medio está seducido por el dinero y no por la calidad musical.

⁵ Jacques Attali, *Ruidos: ensayos sobre la economía política de la música*, p.143.

⁶ Attali, *op.cit.*, p.160.

⁷ Adrián De Garay, *El rock como práctica cultural*, p.57.

La televisión

Si no eres bonita
Mas bien eres fea
Quieres volverte
Una superestrella
No tienes talento ni una vocación
y quieres salir en la televisión.

Que algún productor te lleve a la fama
pero antes tendrás que acostarte en su cama
No necesitas más que una sonrisa
o ser la exclusiva de Televisa.

Voy a enseñarte a un carnalito
el próximo dueño de tu culito
voy a enseñarte a un carnalito
el próximo dueño de tu culito.
Es el carnal de las estrellas
solo quiere acostarse con ellas
El carnal de las estrellas, MOLOTOV

La televisión ejerce una atracción fatal sobre la audiencia, tiene un poder de persuasión fascinante para tenernos frente a ella por horas aunque después terminemos por sentirnos culpables de haber perdido tanto tiempo frente a ella. En México, Televisa ha adquirido un poder impresionante como regidora del gusto popular en detrimento de las instituciones culturales y educativas del Estado. Y en cuanto a música se refiere, Televisa sigue jugando un papel importante al convertirse en la medida para definir quién está en las grandes ligas del entretenimiento. Salir en Televisa o lograr una mención en ella significa llegar a millones de televidentes en México y algunas partes de Estados Unidos y Sudamérica.

La televisión aprovecha al cantante al máximo, le hace entrevistas, reportajes y hasta películas. Los exprime a tal punto que las mismas relaciones del cantante con el público son falseadas, la mayoría de los cantantes miente respecto a su edad, estado civil y gustos personales. Si aparecen con su novia frente a las cámaras las fans enamoradas se desilusionaran. Traducción: menos ventas. Si admiten su verdadera edad el público joven los verá como viejos y desconfiará de estar escuchando verdaderamente la música de "su" generación. La imagen se adapta a las necesidades del mercado.

En el caso del rock, los cantantes se ven forzados a fomentar el mito del *rock star* agresivo, fuerte, solitario, atormentado, siempre de fiesta y de gira, en medio de autos de lujo o motos, con cientos de fans corriendo a su alrededor y con espectaculares modelos a su lado. Es parte del halo de misterio alrededor de ellos y en realidad si se llegara a mostrarlos como realmente son, es decir,

personas comunes y corrientes, probablemente el impacto de sus discos y presentaciones en vivo no sería el mismo. Algunos no pueden decir si están casados, si tienen hijos, otros son obligados a ocultar sus tendencias homosexuales, niegan haberse operado la nariz o el cuerpo para llenar la expectativas de una imagen casi perfecta.

Casi nunca aparecen desmaquillados, cansados o enfermos. Son así: perfectos. Deben ser perfectos para poder convertirse en el receptáculo de las fantasías del público. Es así como el cantante alcanza la categoría de un objeto con un alto valor de carismático que le ayuda a vender enormes cantidades de discos y parafernalia asociada a su imagen muy por encima de su calidad musical. ¿Por qué son tan famosos Britney Spears y Ricky Martin? ¿Por la calidad de su música? No, ellos venden más que música una imagen. Una imagen sexy, limpia, joven, feliz, divertida y sana.

Desde tiempos ancestrales a los músicos se les considera como personas en un nivel espiritual diferente quienes poseen el poder de hablar con los dioses o fuerzas de la naturaleza y con el poder de transmitir a través de su música las pulsaciones del universo, el sonido del amor o la furia de las tormentas. A los músicos siempre se les ha tratado de manera distinta gracias a esta sensibilidad extraordinaria, a esta capacidad de hacer magia con las notas musicales.

Es precisamente la televisión la que más alimenta este mito del músico perfecto al exponer los más mínimos detalles de su vida personal, engrandece sus logros, los muestra como seres inalcanzables, extraordinarios y libres de todo pecado o error. Explota estos detalles porque la televisión vive de historias contadas en imágenes, no de sonidos. Necesita mostrar algo y algo de impacto sino el televidente le cambia de canal o la apaga así que vende la morbosidad, busca aspectos poco conocidos de la personalidad del artista, rasca en su pasado, especula con su presente y devora mordida a mordida la vida del músico o cantante hasta que aburre o pasa de moda.

Es esta explotación de la imagen acaba pronto con el artista ya que se preocupa poco por la música. Pero además, la televisión emite constantemente estereotipos contra los que lucha buena parte de la sociedad (la rubia tonta, la mujer abnegada, el hijo malcriado, el mexicano flojo, etc) La baja calidad de sus programas y el poco interés que presta a los movimientos artísticos independientes además de la manipulación de la información y otros vicios, hacen de este medio uno de los más criticados en los últimos tiempos.

Cuestionamiento al que se sumaron algunos grupos de rock de los noventa como Molotov. Personalmente, no había escuchado nada tan divertido y sincero como las canciones: *Que no te haga bobo Jacobo* y *El Carnal de las Estrellas*, grandes temas (por el contenido de la letra más que por la composición musical). Denunciar las prácticas corruptas al interior de Televisa que eran una suerte de leyenda urbana, es decir, todo mundo hablaba de ellas pero nadie lo hacía públicamente o no había pruebas tangibles de su existencia.

Estas canciones de Molotov tuvieron el tino de poner en la mesa el deterioro del monopolio televisivo. Fue tanto el impacto de la canción de *El carnal de las estrellas* que Televisa presionó a la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión para que multara con 250 mil pesos a aquella estación que se atreviera a tocar la canción.

¿Qué va a pasar cuando se cansen de burlarse de Televisa, de sus estrellas?

Randy (Molotov) -Uhhmm, creo que siempre hay algo de que burlarse, pero tampoco se trata de eso. No puedes contar siempre el mismo chiste.⁸

Al parecer sus denuncias sobre el cambio de rostros en la televisión tuvieron eco y tanto Jacobo Zabliudovsky como Raúl Velasco a quienes ustedes se refieren con antipatía han salido de circulación ¿Qué opinan al respecto?

Paco (Molotov): Era necesario. En el caso de los medios de comunicación está sucediendo un cambio radical. La gente ya está cansada de ver lo mismo, de prender la tele y ver que está el mismo comentarista a diario. Hay otra gente con talento. Gente que no había tenido la oportunidad por todo el monopolio que existía. Que haya cambios es algo natural, es necesario para refrescar su propio ambiente.

¿Sin Jacobo ni Velasco y con un país que presume ir hacia la democracia qué quedará por denunciar en México?

Paco (Molotov): Siempre hay cosas que te mantienen a gusto y otras que te tienen inconforme. Si en ese caso se reflejó para con ellos toda la carrilla de Molotov, por allí saldrá algo. Hay muchas cosas que siguen estando mal y lo peor del caso es que son parte de todo lo que está mal. La crítica que hacemos se puede dirigir hacia una persona, hacia una institución o hacia una experiencia.⁹

El rock mexicano se topa con esta televisión poco culta, manipuladora y reforzadora de estereotipos dañinos y sectarios. Una televisión cerrada a propuestas musicales distintas a la música pop, digerible, enfocada a las ventas masivas y cuyos cantantes son el prototipo ideal del hombre guapo, sano, simpático, buen bailarín, buen muchacho y sin conflicto alguno con la vida. El

⁸ Rosario Reyes, "Molotov y la Remigio", *El Financiero*, 12 diciembre 1998, p.53.

⁹ Enrique Blanc, "Carrilla pura al estilo Molotov", *El Financiero*, 30 de abril de 1998, p.83.

problema con la televisión es que es el modelo de ocio por excelencia y se convierte en el sustituto de otras alternativas culturales, atrofiando la imaginación y la individualidad de las personas, les ayuda a negar sus problemas, los incita al conformismo y al éxtasis pasivo.

MÚSICOS

"El artista es en parte tolerado y en parte incluido organizadamente como agente de diversión, como empleado en la esfera de consumo, sometido a la obligación de prestar servicios concretos, como los de un camarero bien pagado. En muchos casos hasta se les puede exigir el escándalo de su vida como parte de la diversión que debe suministrar"

*Theodor Adorno*¹⁰

Cuando el músico dejó de ser el encargado de divulgar la memoria del pasado y contar las hazañas del presente de aldea en aldea se convirtió en un funcionario acuartelado de los reyes o aristócratas, se transformó en un productor y vendedor de signos aparentemente libre pero casi siempre explotado y manipulado por sus clientes. A partir de ese momento, los músicos han vendido su trabajo a numerosos clientes la mayoría lo suficientemente ricos como para poder pagar el espectáculo pero no tanto como para reservarse la exclusividad del músico. Fue aquí cuando su trabajo se puso a la venta en el mercado.

Importante escena de la historia musical porque a partir de entonces los músicos dejaron de ser exclusivos del rey y se pudieron independizar haciéndose cargo de sus propias obras. Con ello nació la inspiración ya que no era necesario hablar sólo de las hazañas del rey y la música evolucionó aunque no tanto como para darle una verdadera independencia al artista, hasta la fecha el músico sigue dependiendo de agentes externos para continuar con su trabajo y en el caso del rock, son muchos los factores involucrados en el proceso de creación.

La propia naturaleza del género propicia la poca profesionalización del medio, como es un género elaborado en su mayoría por jóvenes adolescentes quienes deciden matar su tiempo libre ejecutando la música de sus ídolos para después lanzarse a componer sus propios temas dificulta la seriedad del asunto pues muchos lo hacen sólo por diversión. La mayoría sueña con el éxito pero en realidad muy pocos esperan alcanzarlo y esto vicia la relación entre los músicos y el resto de los agentes involucrados en la creación de rock, además estanca la evolución musical.

¹⁰ Roberto Muggiati, *Rock and roll*, p.106.

Al principio, como los jóvenes no se toman muy en serio su papel ni están muy concientes de la responsabilidad que implica estar en un grupo de rock, pueden ser víctimas de robo por parte de sus representantes, de la disquera, de los medios de comunicación o de los organizadores de eventos. Esta inmadurez característica de la propia edad de los integrantes nos hace preguntarnos cuáles son sus verdaderas motivaciones para convertirse en músicos. Retomo al escritor Julián Hernández¹¹ para identificar los principales motivos para integrarse a una banda de rock:

Soy un tipo genial. Estando en el sitio en el que estoy y teniendo en cuenta mi capacidad de comunicación, voy a formar un grupo de rock. Mi nombre se escribirá en letras de oro en los anales de la cultura popular de los siglos XX y XXI....

Soy un marginado. Tengo que expresar toda la rabia de mi generación, condición, extracción social, religión, etc. Desde la convicción que da la razón a todo iluminado. El mensaje debe ser difundido para que concencie a toda la juventud de mi país. Podré llegar a ser ese símbolo que hacia falta en este podrido mundo y si de paso gano unas peleas pues...

Papá está forrado y mamá es una neurótica. Me drogaré intensamente recogeré la antorcha Kurt Cobain y formaré un grupo en el que mi atormentada personalidad brille con el fulgor de lo maldito...

Me encantaría poder ser músico. Estaré abierto a cualquier influencia, quiero aportar mi granito de arena a la diversión más sana que la juventud de nuestros días puede tener...

Estoy bastante chiflado. Quiero pasármelo bien y follar sin demasiado esfuerzo, a lo mejor hasta tengo cerveza gratis y pienso reír hasta hartarme.

Clasificación dura y de cierta manera muy generalizada pero es triste comprobar que no está tan alejada de la realidad -a juzgar sólo por las obras musicales- resulta obvio que muchos grupos están en busca del éxito fácil, el reconocimiento inmediato, las jugosas ganancias y la diversión tan prometida y alimentada por películas y revistas en torno al género. *Sexo, drogas y rock and roll...*

Howard Becker escribió alguna vez: "La ideología de los músicos está determinada por la contradicción existente entre su propia imagen como artistas: su música limitada por la disciplina

¹¹ Julián Hernández, *¿Hay vida inteligente en el rock?*, pp. 47-52.

del arte y las necesidades de auto expresión; y su realidad como vendedores de un servicio donde su música está limitada por las exigencias de los compradores".¹² Gran dilema, la autenticidad y la calidad por un lado y el éxito fácil con grandes cantidades de dinero por el otro.

Por su parte, el periodista Víctor Roura es contundente al asegurar que el rock en su concepción actual está muerto ideológicamente pero los músicos no lo aceptan y pone en evidencia a Los Caifanes por discutir entre ellos por un problema de pesos, los acusa de haberle exigido dinero a su colega Hugo García Michel por concederle una entrevista, misma que serviría para terminar un libro sobre rock. Y recuerda una ocasión en que Cecilia Toussaint calló con rabia a su público en el Auditorio Nacional porque le silbaban a su anuncio de Coca Cola, en esa ocasión, Cecilia declaró que gracias a ese producto podía comer y cantar.¹³

Separar los motivos espirituales de los motivos económicos es una división muy difícil de hacer al interior de uno mismo y más complicado aún hacerlo evidente a los demás. No todos los músicos están buscando desesperadamente aparecer en MTV o conseguir una beca del gobierno para crear su música. Aún existen quienes deciden hacer las cosas por verdadero amor al arte y trabajan duro con pocos recursos con tal de tocar su música y experimentar el gusto de saber que lo logrado fue gracias al esfuerzo personal.

Siempre tuve claro que no nací para ser una estrellita de rock. Extraño tocar pero no estar en el escenario sintiéndome alabado. Mi objetivo no ha sido crear un producto, explotarlo y ganar dinero, sino realizar un trabajo musical profundo.

Me senté a analizar que hice de bueno y que no tanto, por qué se vendió esa imagen tan sucia de mí que mandó al olvido lo que hice como artista. Llevo una vida más sensata y aún puedo subirme a un pesero o ir al pan, aunque no deja de aparecer gente que se acuerda de mi labor y me muestra respeto.

Los conciertos de rock cada vez me conmueven menos. Algo me pasó a mí o al espectáculo que se ha vuelto cada vez más alienante. No digo nada nuevo al afirmar que el rock ya no es una lucha contra el sistema, forma parte de él, es una insubordinación empaquetada para que los jóvenes en su etapa rebelde, tengan un producto que consumir, se canalicen hormonas, pasiones y después se asuman como parte del sistema.

Aquí pecamos de ingenuos por lo que el rock puede construir. Vas a un concierto y te encuentras con un juego de luces, un gran sonido pero a mí eso ya no me conmueve, me importa la música, ese enfrentamiento humano que se ha ido diluyendo.

Alejandro Marcovich¹⁴

¹² Víctor Roura, "El arte dominado por los medios electrónicos", *El Financiero*, 23 de abril de 1997, p.48.

¹³ Víctor Roura, "El rock del nuevo siglo", *El Financiero*, 21 de mayo de 2002, p.56.

¹⁴ Juan Alberto Vázquez, "¿De qué privilegios goza Saúl?", *La mosca*, noviembre de 1999, p.15.

Pero como señala Adrián de Garay¹⁵ mientras no falte quien esté dispuesto a adquirir un disco o boleto para ver a alguien en vivo no faltará quien se decida a comprar una guitarra eléctrica y conciba la posibilidad de crear su propia banda. Todo puede comenzar con una reunión de amigos donde la plática sobre los gustos musicales haga coincidir a varios y si tienen suerte alguno de ellos sabrá algo de música, entonces surge la posibilidad de crear una banda -aunque sea por el puro gusto de reunirse con los amigos-. Después vendrá la definición del propio estilo, las primeras presentaciones y la emoción de grabar un disco.

Pero para ser un buen músico de rock se requieren determinados conocimientos musicales, haber acumulado algún tipo de capital cultural en relación a la historia del rock nacional y extranjero. Además, se necesitan recursos económicos suficientes para equiparse independientemente del talento y la propuesta musical. Esto es lo que Bourdieu¹⁶ define como la lucha por el monopolio de la distinción, es decir, el monopolio de la diferencia legítima. Crear tu propia propuesta, tu propio estilo y mensaje para poder escribir una nueva página en la historia del rock en México.

Todos los músicos experimentan a lo largo de su carrera las tensiones entre sus ideales o pretensiones artísticas y los objetivos comerciales. Sobre todo si hay de por medio un contrato discográfico que le otorga a las compañías la propiedad legal del disco así como los derechos de grabación. En este terreno, la historia de las tensiones, conflictos y demandas legales entre los grupos de rock y las compañías discográficas es amplísima. Malestar económico.

PRODUCTORES

La compañía discográfica designa una persona como responsable de organizar los detalles de carácter administrativo, es decir, planeará las sesiones de grabación, organizará y coordinará al grupo, a los músicos invitados, a los técnicos e ingenieros de sonido, decidirá los arreglos, el número de instrumentos, los coros, aumentará o disminuirá el ritmo, etc. En pocas palabras, ellos son los encargados de generar el sonido final del grupo, son quienes trasladan la propuesta original a un disco.

Tienen la responsabilidad de encontrar un sonido agradable a los músicos pero con las suficientes probabilidades para colocarse en el gusto del público también (generándole buenas ganancias a la compañía discográfica). Los productores llegan a intervenir tanto en la grabación que se convierten

¹⁵ De Garay, *op. cit.*, p.33.

¹⁶ Pierre Bourdieu, *Sociología y cultura*, p.220.

en los verdaderos creadores de la propuesta musical hay grupos que dejaron de sonar igual cuando cambiaron de productor. A esta tarea debemos agregar las altas expectativas del auditorio para las nuevas producciones musicales, el avance de la tecnología y la extraordinaria calidad de algunos músicos obligan a los productores a crear obras de calidad y con una propuesta estética más elaborada.

Sin embargo, los productores deben ser cuidadosos de no aprovecharse demasiado de los recursos tecnológicos y terminar grabando un disco que será imposible ejecutar en vivo. En México, los productores han jugado un papel determinante para elevar la calidad del rock, Alejandro Marcovich hizo buenas cosas con Los Estrabómbicos y actualmente trabaja con varios grupos de ska; Flavio Cianciarulo ayudó mucho a pulir el sonido de Panteón Rococó y el productor argentino Gustavo Santaolalla creó varios de los mejores discos de los noventa como *El Silencio* de Caifanes, *Re de Café Tacuba* y *Donde jugarán las niñas* de Molotov de ahí su apodo del Rey Midas del Rock Mexicano. Acerca de su trabajo Santaolalla opina:

"Su éxito se debe cien por ciento a su talento, no al mío. Yo sólo soy un medio y el éxito de estos artistas no me sorprende para nada. De cualquier manera se siente bien observar cómo otros también creyeron en ellos".

"Cuando llegan al estudio los músicos lo primero que hago es decirles que podemos hacer el mejor disco que pueden hacer, con mucho respeto y admiración por la idea que traen. Primero que nada hay que organizar las ideas, trabajar en la selección de los temas, ponerlos a escribir. Para hacer un álbum reviso más de cincuenta demos para llegar luego a doce canciones".

"No sé si me gusta eso de tener el título de gurú del rock en español. Hay que tener cuidado con esas cosas. A mí me resultan gratificantes desde el punto de vista personal, es sano eso del reconocimiento al trabajo que uno hace. Pero hay que tomarlo como eso, nada más. El problema es que luego ese tipo de caracterizaciones convierten a la persona en personaje y es lo que me desagrada, no me interesa ser un personaje. Lo único que espero es que al final de todo, pueda poner los discos en los que he trabajado sobre una mesa y decir ¡viste? Mira lo que lograste. Eso es lo que me importa, lo demás es una mezcla de satisfacción y gracia".¹⁷

La intervención de estos señores es importante porque el rock se ha convertido en un género repetitivo en esquemas y esto es inevitable, todos traen batería, bajo, dos guitarras y un vocalista. ¿Cómo evitar que todos suenen igual? ¿Cómo sacar la personalidad del grupo? ¿Cómo impedir que suenen a la copia de todos sus grupos favoritos? Esa es la tarea del productor, evitar que cualquier grupo con un cantante güero, con problemas de drogas y una actitud depresiva se parezca a Nirvana.

¹⁷ Carlos Jesús González, "Gustavo Santaolalla, arquitecto del rock en español", *La Mosca*, N° 62, p.15.

Camilo Lara¹⁸ general manager de Virgin México subraya la necesidad de los buenos productores para crear una buena alternativa musical frente a los grupos extranjeros y entrar más fácilmente a la radio. "Estamos viviendo el reinado del pop, pero el futuro de la industria son los artistas reales. El público ya no es tonto, ya no ve Siempre en Domingo y al ir a la tienda puede comprar el disco de Smashing Pumpkins o el de Molotov, así que (los mexicanos) tienen que estar al nivel".

Para él, la época donde se prefería al talento mexicano sobre el extranjero está en peligro: "Ya le dimos entrada de nuevo a los extranjeros, si compran un extranjero dejan de comprar un nacional y eso es catastrófico". No obstante, el ejecutivo de Virgin es optimista: "En la medida en que saquemos artistas competitivos, con talento, tendremos buenas ventas. Mi mejor ejemplo, por lo menos hablando de Virgin, es Aleks Syntek, que con un buen disco y con algo sólido llevamos ya doble disco de platino".¹⁹

La importancia de los productores se podría resumir en palabras de Pierre Bourdieu: "Los productores culturales tienen un poder específico, el poder propiamente simbólico de hacer ver y hacer creer".²⁰ Estos trabajadores de la industria son al mismo tiempo un aliado de los músicos, son esa visión ajena no viciada por la convivencia diaria y por las relaciones personales y que puede entenderlos sólo por la música en sí. Son un agente entre la industria y los músicos. Velan por los intereses de la disquera pero también toman en cuenta los anhelos de los músicos y sus propios anhelos como productor y auditorio a la vez.

PUBLICO

Cualquier cosa que uno haga, hasta llorar, se hace para un público.

Pablo Fernández Christlieb²¹

El rock es un género musical ideal para los jóvenes. Su fuerza, su vivacidad, su tendencia a perturbar las concepciones de los adultos y la magia que envuelve a sus máximos exponentes, lo colocan dentro del gusto favorito de los adolescentes. Algunos especialistas afirman que el rock generó un tipo de industria cultural muy característica dirigida exclusivamente a satisfacer las

¹⁸ Alberto Castillo, "Bajan el volumen", *Reforma*, 30 de septiembre de 2000.
<http://busquedas.gruporeforma.com/utilenar/imservicios3W.DLL?SearchformatS&file=MEX\REFORM00\00071\00071363.htm&palabra=camilo%20lara&sitereforma>, consultada el 18 de noviembre de 2002.

¹⁹ *Ibidem*

²⁰ Citado por Adrián de Garay, *op.cit.*, p.41.

²¹ De Garay, *Simpatía por el rock*, p.113.

necesidades de la juventud. De ahí la importancia de analizar la naturaleza de este auditorio joven pues a partir de ellos se decide lo que se debe producir.

Tomar en cuenta las tendencias del mercado obliga a la industria a conocer y sentir las necesidades de los grupos sociales a quienes se dirige el producto, en este caso los jóvenes. En este sentido es importante repasar cuales son los mecanismos de la industria discográfica para apropiarse y reciclar las demandas del público. Primero, el auditorio es persuadido para identificar a cierto estilo, género, artista o cierta imagen como la respuesta a sus necesidades y como la solución a muchos de sus problemas, es así como se logra asegurar la compra de los discos. La disquera logra convertir a los elementos desafiantes del rock en propuestas musicales perfectamente establecidas y diseñadas para la masa.

Ya no sólo es tocar por el desmadre, ya se toma una actitud más seria y profesional ante un público cada vez más exigente y cautivo, el movimiento ya no sólo es de culto o de incultos, se ha creado a la par de las necesidades de un mercado mayor.

Las Víctimas del Doctor Cerebro²²

*

México es el único país donde todos sus jóvenes saben, hablan, conocen, critican, comentan y escriben de rock, aunque curiosamente carezcan de grupos representativos en su localidad.

Víctor Roura²³

Los jóvenes viven la música en relación a sus semejantes más que como un simple espectáculo. Para ellos representa un factor de unanimidad y de exclusión del mundo de los adultos. El rock y toda su mitología le permite a los chavos soñar con una vida donde están libres de las responsabilidades del mundo real, se sienten en una sociedad aparte, adulada, concernida en su propia cultura, sus propios héroes y sus propias batallas. En México, los jóvenes que asisten a un concierto de rock o de ska, bailan slam y surfean sobre las cabezas de la multitud, se ven representados en las bandas y reivindican el uso libre de los espacios públicos.

La mayoría de ellos viene de barrios marginados, con poco dinero en el bolsillo y generalmente cooperan entre todos para comprar alcohol, se acompañan en grupos, algunos simpatizan abiertamente con el EZLN pero no sienten interés por formas más organizadas de participación política. Su máxima manifestación es la fiesta y el baile -de ahí el éxito de los conciertos apoyados por el Gobierno del Distrito Federal en el Zócalo- y en otros espacios de expresión de las mas

²² "¿Quieren que les cuente un cuento? Las víctimas del doctor cerebro", *Complex*, abril 1997, p.29.

²³ Víctor Roura, "El rock del nuevo siglo", *El Financiero*, 21 de mayo de 2002, p.56.

diversas causas. Este fenómeno ayuda a disimular las distancias generadas por la desigualdad de oportunidades y expectativas entre ellos mismos.

Pero como bien apunta Maritza Urteaga²⁴ en la tocada los jóvenes viven por unas horas cierta inversión simbólica de las jerarquías sociales. Es decir, el concierto representa un espacio para experimentar su comunidad en oposición a la sociedad, los convierte en uno solo frente a los "otros" (la sociedad, los chavos no rockeros). En su grupo de amigos o en "la banda" la sobriedad, la ambición o conformidad que dicta el mundo externo son reemplazados por sus contrarios: el hedonismo, el desafío a la autoridad y búsqueda del retroceso.²⁵

La unidad se manifiesta mediante el atuendo, la actitud y los gestos. El romper la barrera de seguridad entre músicos y banda, el slam, los movimientos sensuales, las groserías, las letras que denuncian la corrupción y el abuso de autoridad ayudan a construir estas pequeñas comunidades a las que Maffessoli²⁶ califica como neotribalismo o redes de micro grupos empáticos como las sectas religiosas, las bandas juveniles, las comunidades de base, los círculos espirituales, étnicos, las solidaridades de barrio, etc. Las cuales necesitan aglutinarse y reconocerse en torno a determinados emblemas, en el caso del rock: sus estrellas y su vestimenta.

Los muchachos ven en los cantantes de moda, la expresión de sus rebeldías, de sus sueños, de sus carencias y anhelan su estilo de vida aparentemente individualista. De ahí que se consume para parecerse a ellos. A esto se le denomina socialización por la identidad del consumo²⁷, fenómeno que desborda el marco de la música. El consumo de rock provoca una socialización y circulación entre los sujetos de discos, canciones, conciertos, grupos, revistas, look, estilo, libros, lugares, etc. Estas actividades son parte fundamental de la construcción de una identidad imaginaria, de un "nosotros los roqueros" por decirlo de alguna manera.

Todas estas prácticas de tipo meramente cultural se empalman con las de carácter económico ya que el joven necesita adquirir una serie de productos para pertenecer a ese grupo de rockeros. Comprar el disco, la playera, la gorra, su boleto de entrada al concierto, las revistas, los posters, las calcomanías, etc. La industria musical es una de las primeras experiencias donde el muchacho

²⁴ Maritza Urteaga, *Por los territorios del rock.*, p.50.

²⁵ *Ibidem*

²⁶ *Ibid.*, p.65.

²⁷ Jacques Attali, *Ruidos: ensayos sobre la economía política de la música*, p.164.

asume sin problemas su papel de consumidor pues la selección y compra de discos es una de sus actividades favoritas.

Esta practica consumista no depende de la condición económica del auditorio, si bien es cierto que un amplio público rockero viene de estratos bajos esto no quiere decir que no tengan una actividad cultural intensa, la mayoría de los consumidores de rock asiste a otro tipo de eventos como el cine, los museos o algunas exposiciones fotográficas. Es uno de esos géneros musicales que se mezcla con otras ramas del arte y va jalando poco a poco a sus seguidores a estas áreas.

Desafortunadamente la tendencia parece apuntar hacia una industria del entretenimiento cada día más interesada en conseguir enormes ventas de discos en lugar de diversificarse a estas otras áreas donde el rock también tiene cabida. Mientras la industria siga grabando a artistas de baja calidad y sin complicaciones para asegurar un buen número de ventas y no apueste por una evolución en los gustos y por la disposición a nuevas propuestas, el panorama musical no mejorará demasiado y no se ampliará a otras áreas diversificando la cultura.

Para el público joven la situación se pone más difícil pues aquellos que no cuenten con la historia musical de sus padres o hermanos tendrán serias dificultades para acceder a música de calidad, el alto costo de los discos, la radio enfocada a la difusión de grupos con poca trayectoria musical, la televisión poco preocupada por fomentar la cultura y los espectáculos cada día más caros los orillarán a conformarse con producciones de baja calidad y terminarán tragándose todo lo de la industria porque no podrán oír otra cosa.

Al público mexicano le falta conciencia crítica y por eso acepta todo lo que le pongan enfrente. Pero creo que se trata de un proceso y que poco a poco iremos aprendiendo a ser más selectivos. Por ejemplo, en los conciertos de Santa Sabina ya hay mucha gente que sabe distinguir que hay canciones que son para escuchar y otras que son para bailar o para hacer slam.

Antes no era así pero nos hemos negado a decir: "Ay pues si a la gente les gustan, toquemos nada más las piezas prendidas" No, nosotros nunca hemos hecho esa selección de canciones. Decimos: esto es Santa Sabina, lo movido, lo más tranquilo, lo más introspectivo: todo. Es una forma de educar al público y no dejarte llevar por él concediéndole cuanto pida.

Rita Guerrero, Santa Sabina²⁸

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

²⁸ Hugo García Michel, "Rita Guerrero: la reina de las sabinas, lovely Rita", fragmento del libro *Rock bajo palabra*. www.rockeros.com/santasabina/entrevistas/lovely.htm, 18 de noviembre de 2002.

LA MODA

El significado de la vestimenta en los grupos contraculturales o las subculturas tienen secretos ocultos para el resto de la sociedad, significados que representan de alguna manera una resistencia al orden establecido al que están subordinados.

Dick Hebdige²⁹

Maritza Urtega³⁰ considera a la estética como un medio de experimentar o de sentir en común, un medio para reconocerse. Es así como la vestimenta lo puede definir a uno como rockero, rastafari, skato, hippie o dark. Para los chavos es muy importante andar vestidos o peinados como se les antoje pero siempre en contraposición a como la familia, la televisión o la sociedad indiquen en ese momento. El vestido y el comportamiento (agarrarse los genitales, desnudarse, pintarse exageradamente, perforarse o tatuarse) es una manera de insubordinarse frente al mundo de los adultos. La apariencia le ayuda al joven a diferenciarse, le da identidad de grupo y lo ayuda a apropiarse de su propio cuerpo.

La vestimenta puede señalar, marcar, conservar, implicar, disminuir, ocultar, disimular, profundizar, renovar o interpretar nuevas divisiones del hombre. De esta manera no importa el idioma de las canciones ya que la comunicación e identificación se da en el lenguaje no verbal, se da en las imágenes, gestos y actitudes a interpretar por quien los ve. El rock es uno de los géneros musicales por excelencia para crear nuevos estilos desde The Who con su cultura mod, los Sex Pistols con los punks, el rock pesado con los heavy metaleros o Alex Lora con las bandas juveniles.

El vestirse como sus ídolos es el primer paso para delimitar su espacio, demarca la frontera con el resto de la sociedad. La industria del vestido se insertó desde el inicio y sin mayor dificultad a las nuevas tendencias musicales y es que tanto los medios de comunicación como la industria de la moda están siempre al tanto de las innovaciones estéticas. De esta manera se aseguran la mejor de las clientelas: la juvenil. A lo largo de la historia del rock hemos visto pasar la moda rock and roll, la ye-ye, la beat, la hippie, la psicodélica, la disco, la pop, la dark, la grunge, etc. Todas integradas al circuito comercial basado en la novedad y la decadencia del ritmo anterior. En Inglaterra, por ejemplo, toda la parafernalia Beatle goza de una prosperidad extraordinaria aún en nuestros días.

²⁹ Dick Hebdige, *The meaning of style*, p.18.

³⁰ Urtega, *op.cit.*, p.58.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Cuando llegó el rock a México los jóvenes de clase media adoptaron la chamarra de cuero negra, los pantalones de mezclilla, el cabello con cola de pato y el gusto por la motocicleta, aunque esta imagen representaba a la clase obrera de Estados Unidos. En un país como el nuestro parecerse a las clases más bajas de los países del primer mundo ya implica un paso hacia arriba en la escala social. Madonna lleva años imponiendo el estilo que meses después adoptarán todas las cantantes pop del tercer mundo. Y no importa si el artista tiene el suficiente dinero para vestir con las mejores marcas, ninguno de ellos olvida el fascinante poder de ir en contra de lo establecido.

La clave del éxito de esta industria radica en el deseo irrefrenable de los fans por parecerse a sus ídolos a como de lugar. Y en el hecho de transmitir un mensaje de una sociedad no unificada y cohesionada como tratan de vender los medios de comunicación. Los estilos estrafalarios o vanguardistas, no importa si vienen del pueblo o de los artistas ya consolidados derrumban el mito del consenso en las sociedades democráticas.³¹

El poder de la imagen y el impacto de los cantantes propicia que las mejores marcas se peleen por vestirlos, no importa lo local del grupo, la influencia que ejercerá sobre su comunidad será determinante. Ahora muchos artistas aceptan el patrocinio de importantes marcas o deciden sacar su propia línea de ropa o de calzado como Thalia y su línea de corsetería, Kabah puso de moda el pelo de mil colores y ahora anuncia celulares, los enormes blusones o mayas invadieron los ochenta gracias a Flans, la ropa holgada llegó con el estilo grunge, los lentes de mosca estilo Bono se han vendido como nunca.

Y sin duda alguna el ska es uno de los géneros que más se diversificó en artículos de consumo: las patinetas, los tintes, los tirantes, las corbatas, los sacos, los monitos de peluche, las playeras, los botones, las perforaciones, los tenis, las chamarras, la ropa interior fuera del pantalón, la ropa deportiva, las calcomanías, etc. Es toda una moda. La búsqueda de identidad de grupo, de reconocimiento y delimitación de territorio también termina relacionándose profundamente con el sistema económico y desafortunadamente esta proliferación de artículos relativos a los movimientos culturales underground contribuye a su desaparición.

Difundir masivamente los símbolos de una cultura o de una generación les quita todo significado, los vuelve huecos o vacíos al insertarlos en contextos donde no tienen nada que hacer, los vuelve neutros, simples adornos. Curiosidades o recuerdos de un pensamiento olvidado.

³¹ Hebdige, *op.cit.*, p.18.

LOS LUGARES DE REUNIÓN

Según el antropólogo Carles Feixa³² los muchachos carecen de un espacio privado propio y al estar la mayoría del tiempo reclusos en las instituciones educativas o en sus hogares, con un exceso de tiempo libre por falta de empleo, deciden apropiarse de los espacios públicos de la ciudad para construir su identidad social. Es así como la ciudad se convierte en un punto de referencia simbólica que necesita ser transformado de espacio público a territorio privado. A partir de esto podemos crear una especie de mapa mental rockero elaborado con base en los lugares de ocio favoritos de los rockeros mexicanos, como por ejemplo: El Chopo, el Multiforo Alicia, Rockotitlán, la Magdalena Mixhuca, las explanadas delegacionales, el Bull Dog o el Hard Rock Café.

Los espacios también incluyen a las casas de cultura, centros culturales, discotecas, bares, centros de espectáculos o el Zócalo de la Ciudad de México. La difusión de música genera una derrama económica importante en todos estos espacios desde la simple venta de boletos hasta al comida, la bebida y toda la parafernalia rockera. Desde las fiestas en los barrios más pobres –los sonideros son un buen medio para conocer a los grupos favoritos de la gente- hasta las discotecas más caras y exclusivas del país o los festivales provinciales, los palenques, las ferias, la música le pone la sal a cualquier evento y representa un espacio vital para la convivencia.

Pero en el caso de la Ciudad de México –supongo que en el resto de la república es similar- andar de concierto en concierto o de antro por las noches requiere de una buena cantidad de recursos económicos así como de un enorme esfuerzo por lucir de acuerdo al lugar. El público rockero no repara en gastos cuando se trata de ver a su grupo favorito. Lo importante es estar ahí, asistir. De hecho, el boleto adquiere un alto valor sentimental sobre todo si se trata de la primera visita del artista a México o si nos costó la venta de la bici para poder asistir. Guardar esos detalles forma parte de la magia de asistir a un concierto de rock.

En el caso de los lugares más “fresas” es decir, los famosísimos antros, en realidad sólo se vende la ilusión. La ilusión de la buena música y la buena compañía, de estar en el lugar de moda donde las personas son seleccionadas en la puerta de acuerdo a su apariencia o a la frecuencia con la que asisten al lugar. Estos lugares juegan con la idea de lo prendido, con el sueño de pasarla super bien aunque en realidad el volumen de la música no permita ni siquiera sostener una buena conversación.

³² Carles Feixa citado por M. Urteaga en *op.cit.*, p.60.

De la música ni hablar, la mayoría se vende como el más moderno, vanguardista o rocker aunque termine poniendo las de Shakira o Fey a la media noche, de las rancheras ni hablar. Sin embargo, siguen siendo un buen lugar para analizar el comportamiento de la juventud, su lenguaje, vestimenta, actitud, incluso algo tan frívolo como las bebidas que injieren o el modo de bailar indican algo.

En cuanto a los lugares más abiertos e incluyentes, la mecánica es un poco diferente y se nota en las características del público. Al ser lugares más amplios –las explanadas, arenas o auditorios– pueden asistir familias completas, niños o personas solas, como la intención es admirar al grupo más que convivir con los asistentes o delimitar el territorio, la constitución del auditorio es más heterogénea.

La importancia de los lugares de reunión o de los foros radica, además del espacio para la convivencia, en la derrama económica que generan. Tanto los conciertos multitudinarios como la venta de discos son los principales generadores de dinero dentro de la industria del rock. Nuevamente la economía está relacionada con las prácticas culturales y es triste reconocer que a pesar de la clara afición de los jóvenes por los conciertos aún no existan foros adecuados para conciertos masivos.

El Foro Sol no es precisamente un buen lugar para un concierto masivo es una cancha de béisbol y el audio de pronto se pierde y de la visibilidad ni hablar si uno no está en las primeras 20 filas ya no vio gran cosa. El Palacio de los Deportes no tiene buena acústica, el Estadio Azteca es para juegos de fútbol no para conciertos y fuera de ahí sólo quedan espacios pequeños, en su mayoría teatros o cines que son reciclados como auditorios. Falta interés por construir foros exclusivamente diseñados para conciertos y a la altura de la capacidad de convocatoria del rock.

Con buena calidad sólo existe el Auditorio Nacional pero lo manejan como un espacio sagrado donde esa multitud de adolescentes energéticos no tienen cabida ante el temor de que terminen destruyéndolo, así que sólo se presentan grupos cuyo auditorio garantice un buen comportamiento. A pesar de la gran cantidad de dinero que mueve la industria del disco seguimos sin espacios adecuados para disfrutar de nuestros grupos favoritos.

CRÍTICOS MUSICALES

¿Quién no odia a quien le recuerda sus errores? Bueno, pues este es el papel del crítico. Muchos lo consideran como un músico frustrado que se desquita siendo cruel con los discos y el artista. Sin embargo, son una parte muy importante de toda esta red de agentes relacionados con la música. El crítico es espectador y su gran afición por el tema le da una visión más allá de cualquier persona común y corriente, se fija en detalles que incluso los músicos pasaron por alto, le profesan un gran amor a la música independientemente de si saben ejecutarla o no. Nos hacen entender con palabras aquellas cosas imposibles de explicar cuando se trata de definir una canción, un estilo o el concepto de un grupo.

Ellos configuran y desfiguran el mundo de la música con su buen oído. Los hay desde los pequeños fans amateurs hasta verdaderos gurús como Timothy Leary. En México, si bien muchos músicos se sienten ofendidos por la crítica debemos reconocer que gracias a personas como Óscar Sarquiz, José Agustín, Juan Villoro, Jordi Soler, Sergio Monsalvo, José Xavier Nívar, Ricardo Bravo, Víctor Roura o Gülli Damage hemos comprendido, evaluado y equilibrado nuestra percepción musical de la escena roquera en los últimos años.

La importancia de estos personajes y de la prensa especializada en rock es importante para no perdernos entre tanta oferta y tantos géneros derivados. En México, el 17% de la población adulta lee revistas de música y entre la población juvenil el 53% afirma ser asiduo lector de este tipo de publicaciones, esto nos demuestra el interés del público por conocer más y profundizar en el análisis de la música. Esta afición por leer revistas especializadas se explica por lo que Mary Douglas define como el gusto de compartir nombres.³³

El aficionado registra en su cabeza una serie de nombres y en su interior se desatan juicios apasionados acerca de la naturaleza de tal o cual disco o grupo. Es la recompensa a una larga inversión de tiempo y dinero en la música. En realidad, el aficionado sólo comprueba —como lo hace cuando escucha sus temas favoritos en la radio— si efectivamente va a la vanguardia o si otras personas le dan la misma importancia y reconocimiento a su grupo favorito. Este conocimiento le permite convivir y adaptarse mejor a su círculo de amistades, si alguien no conoce a tal grupo o no tiene tal disco no podrá juzgar si las opiniones al respecto son atinadas o no. Eso es cultura.

³³ Mary Douglas, *El mundo de los bienes*, p.91.

Los críticos musicales pueden hacer cambiar de opinión al auditorio, pueden minimizar la calidad de un grupo o engrandecer una obra que en realidad no es tan trascendente. Ante la amplia gama de discos en el mercado el papel de los escritores se vuelve cada día más importante. Las revistas o publicaciones musicales son un buen medio para enterarse de detalles desconocidos de la industria y además de dar noticia de los hechos, critican. Pero su trabajo como verdaderos defensores de la calidad y mediadores entre la industria y el público también está afectado por los intereses económicos y a veces ideológicos al interior de la prensa misma.

He ahí otra área de conflicto entre los músicos y la industria: los críticos. Los grupos se molestan si se les hace una mala reseña del material discográfico aunque se la merezcan y por otro lado, hay articulistas que atacan la producción o trayectoria de ciertos grupos por cuestiones totalmente ajenas a la música en sí. Si bien no hay como juzgar la calidad de un grupo por uno mismo y ante su propio aparato de sonido la influencia de los críticos puede ser de gran ayuda o de gran peligro, porque pueden influir de manera un poco preenjuiciada.

(la critica actual) Es muy superficial, hay que hablar mucho y no se puede profundizar. En prensa la dificultad que tenemos es que no podemos hacer escuchar aquello de lo que estamos escribiendo. Antes, los que escribían sabían de rock pero no sabían escribir. A partir de los noventas es evidente que el que escriba le tiene que gustar, ahora es más frívolo, ya no es cualquier fuente, es una fuente para quedarte toda la vida.

David Cortés³⁴

*

Antes de que yo escribiera, leía las reseñas de gente que daba la pña que sabía mucho de música. A estas alturas puedo decir que siguiendo las fórmulas cualquiera puede escribir de música, es la gran diferencia, antes parecía que el que escribía dominaba, independientemente de que supiera o no supiera, parecía que sí sabía.

Guili Damage³⁵

*

Se dice que el rock and roll tiene las puertas abiertas de los medios de comunicación y así aparenta serlo, pero creo que el rock está siendo manipulado por la industria nuevamente en México, es decir, ese león que era el rock and roll, esa bestia que nosotros conocimos que era rebeldía, contracultura, etc. esa bestia indomable la metieron en una jaula. La industria musical, la industria del disco en México ha domesticado al rock.

Arturo Saucedo³⁶

*

En el tránsito de la música de una forma de expresión artística a un producto de consumo, se le ha ido dando más peso a las bondades que se pueden expresar publicitariamente y esas se parecen mucho a las de los detergentes y a las de los coches y están más bien vinculadas a una serie de símbolos que son

³⁴ "Escritores de rock" programa especial de Radioactivo 98.5 FM.

³⁵ *Ibidem*

³⁶ *Ibidem*

ajenos y entonces, caemos en el cliché que ya todos abominamos del rock entendido como banda sonora de un comercial de chicles.

Oscar Sarquiz³⁷

Pero la culpa no la tienen los músicos sino en el mito que los medios de comunicación construyen de ellos y también la misma autocomplacencia de los propios. Además, mucha gente no los critica como debería por el temor a dañar los intereses comerciales de los involucrados en la industria y esto provoca en los músicos una falta de humildad y de interés por su propia profesionalización. Algunos viven en una burbuja llena de buenos comentarios a sus creaciones.

Hasta el momento hemos descrito las relaciones más importantes en las cuales se detecta algún tipo de conflicto, contradicción o simple relación dependiente entre los agentes más importantes en la producción y difusión del rock. Estos conflictos no son tan obvios para sus seguidores quienes más bien sólo se preocupan lo que la música les haga sentir o por lo que les comunique. Y eso es justo lo que vamos a analizar ahora ¿Qué fue lo que comunicaron los grupos de rock de los noventas?, ¿Qué clase de conflictos están presentes en sus letras?. Si el músico tiene la capacidad de reflejar lo que la sociedad siente y piensa, veremos a través de sus letras el sentir de la juventud de los noventa.

A. LAS CANCIONES DEL ROCK MEXICANO

Lo que el artista tiene que decir lo dice en las canciones. Aparte de las canciones lo que puede uno decir después de ellas no vale gran cosa. No vale nada.

Joaquín Sabina³⁸

En cualquier momento una canción puede tomarnos por sorpresa y nos puede alegrar o nos puede deprimir, el poder de la música para transportarnos a lugares ajenos a la realidad es tan fuerte que en cuestión de segundos sentimos como una corriente eléctrica recorre nuestro cuerpo o como la fuerza de los sentimientos pesa en nuestro estómago cuando recordamos una tonada conocida. Es la fuerza del sentimiento. Hay canciones que oprimen el corazón y otras que levantan el ánimo o simplemente nos ponen a bailar.

Oír una canción donde se narra una historia parecida a algo que nos ocurrió es como descubrirse a uno mismo, es encontrar la manera de expresarnos. Un buen rock puede describir la realidad, la intensidad del sufrimiento, la opresión, la lucha, la esperanza o la alegría. Puede incitar a la

³⁷ *Ibidem*

³⁸ Victor Roura, "Joaquín Sabina en el Auditorio Nacional", *El Financiero*, 24 de abril de 1997, p.52.

rebelión o puede cuestionar las causas del sufrimiento como ocurrió con el blues de los negros o las canciones de John Lennon y la revolución pacifista en los años sesenta. El público fiel a la música le da una gran importancia a cierto grupo o a cierta canción porque es ella quien remueve esos sentimientos difíciles de expresar.

Las canciones pueden llegar a asumirse como banderas o himnos de toda una generación como *Imagine* de John Lennon en los sesenta, *Smells like teen spirit* a principios de los noventa, *Anarchy in the UK* para la generación punk o *Square rooms* para los pop ochenteros. Pero no necesariamente la letra marca a la generación, Elvis Presley no necesitó un contenido violento o profundo para romper con los esquemas y causar sensación, con la fuerza del ritmo y su peculiar manera de bailar bastó para que la sociedad conservadora de aquellos años considerara su estilo ofensivo. De ahí la importancia de analizar las canciones en determinado momento.

En cuanto al idioma, no es necesario entenderlo pues la música es ante todo sentimiento y vibración. Cuando no se entiende el mensaje, la melodía, la fuerza o el sentimiento de la voz nos hace comprender. Las palabras son sonidos que se pueden sentir antes de que se puedan entender de ahí que varios especialistas sostienen que muchos discos de rock en México lograron su fuerte impacto no gracias a la letra sino a la fuerza de la música. Pero esto no significa que nadie le preste atención al mensaje, desde el surgimiento de la música folk en Estados Unidos la letra adquirió un papel importante.

En los primeros años de la historia del rock las letras no iban a la par con la fuerte rebelión que era la música misma. Fue a partir de los años sesentas que las letras adquirieron una importancia mayor y tuvieron una aproximación a la realidad social, ya no entendida únicamente como el horizonte de los adolescentes de los cincuentas, sino con toda una perspectiva que apuntaba a plantear los problemas de la sociedad en su conjunto.

Adrián de Garay³⁹

*

Esta perspectiva tuerta, manca y coja que hemos tenido durante años del rock-en-inglés, ha permitido que desarrollemos la percepción musical a niveles insospechados y que dejemos las letras un poco relegadas: nos ha pasado lo que al ciego: como no puede ver desarrolla un oído extraordinario. Una cosa por la otra.

Jordi Soler⁴⁰

Grupos como U2 o Los Rollings Stones tan arraigados en el gusto de los mexicanos le deben su éxito al sentimiento transmitido a través de su música, no al contenido de sus letras. Sin embargo, la letra posee un significado fuerte ya que son las verbalizaciones del mundo vivido por la juventud

³⁹ Adrián de Garay, *El rock también es cultura*, p.26.

⁴⁰ Carlos Chimal, *Cinnes: otras lecturas de rock*, p.42.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

de cada época. Como bien señala Jaques Attali es una forma esencial de circulación de información, desde los juglares utilizados como instrumento de propaganda y divulgación política hasta nuestros días, la canción siempre surge de las experiencias de la vida real.⁴¹

Randy, voz y batería de Molotov dice que la aparición de su disco en países que no entienden el idioma, es la prueba de que no son producto del mercantilismo.

"Es muy importante para nosotros. La especulación de que Molotov era un grupo de mercadotecnia, de pura grosería y que por eso tuvimos éxito fue falsa"

-¿Por qué crees que Molotov gusta en Europa?

-Por que aunque no entienden lo que estamos diciendo, si pueden sentir la energía.⁴²

En México, las condiciones económicas sobre la producción musical propiciaron el surgimiento de la canción comercial, prefabricada y diseñada para el alto consumo y para obtener grandes ganancias pero también los problemas económicos generaron un cambio en el nivel de composición de los rockeros de los noventa. Con todo y la avalancha de música comercial, las tentaciones del dinero, la fama y el poder seductor de los medios de comunicación aún existe en los grupos esta necesidad de hablar sobre las verdaderas tensiones y problemas de su auditorio y denunciar los abusos de los que son objeto.

Esta necesidad viene de la tradición subversiva del rock, de ser ese grito de auxilio cuando algo va mal para cierto sector de la sociedad. En México, el origen de la combatividad o de la frustración expresada en las canciones del rock no necesariamente tiene que ver con el origen de los músicos ya que la mayoría de ellos viene de familias de clase media. Más viene de esta tradición de que el rock es protesta, es denuncia, es un ritmo musical que nos habla de lo que está mal en la sociedad.

A los chavos no les interesa el rock con conciencia. La mayoría de los chavos asiste a un concierto a bailar ¿Qué hay con esto?

Liber Terán (Los de abajo): Pues sí, es un fenómeno que se da. Sin embargo, últimamente la gente se ha preocupado más por las letras. Si hay un grupo que nada más hace slam y no habla de nada, finalmente tiene limitantes. La gente quiere escuchar letras con las cuales se sienta identificada. Nosotros seguimos tocando temas políticos, pero no de manera directa sino con un sentido más vivencial. Eso por un lado; por el otro también hablamos de amor, del vacío existencial de la falta de valores. Para eso sirve esta música. El rock es más que un discurso, es una actitud; más que un estilo de música, es una actitud.

⁴¹ Attali, *op.cit.*, p.27.

⁴² Rosario Reyes, "Molotov y la Remigio", *El Financiero*, 12 de diciembre de 1998, p.53.

¿Te parece que hoy la música es más importante que la letra?

Rafael Herrera (Los de Abajo): Para mí el problema es que en este país han enseñado a la gente a oír por los ojos. Y ése es el gran error. Por eso, cuando la gente cierre los ojos y abra los oídos, entonces va a escuchar muchas cosas. Ahora, yo no veo mal que los grupos hagan música para que la gente brinque, baile y se divierta; además, es otra manera de expresar lo que piensas.⁴³

Alejandro Rosso de Plastilina Mosh podría ser un buen ejemplo de que no son los chavos de la calle los que están definiendo el rumbo de la escena roquera en el país. A él le gusta la música clásica, el jazz, la composición de todos los géneros, la pintura, la escultura vieja y contemporánea. Jugar Nintendo, ver *movies*, y ver fútbol.⁴⁴ Entonces, no es lo mismo una canción con el tema de la pobreza interpretado por El Trí que por Santa Sabina. Los músicos mexicanos no pueden ser insensibles a la frustración juvenil y al contexto pobre de la mayoría así que asumen como propios los problemas de éstos pero cada quien a su manera.

Los primeros muchachos que dejaron crecer su cabellera abjuraron de su clase social burguesa para proletarizarse. ¿Fue legítima esa proletarización? Ser verdaderamente pobre no es tanto carecer de bienes, sino asumir los verdaderos intereses de la clase proletaria ¿Bastaría con vivir en ruptura con los valores de la ideología dominante, al menos en grupos disidentes, para realizar la revolución cultural deseada? Los hippies así lo pensaron.⁴⁵

*

¿En qué momento un grupo deja de retratar la realidad y empieza a explotarla?

Cotardo (Sekta Core): No nos sentamos a pensar: "Ahora vamos a sentarnos a escribir una de esto porque es urbano" Nunca pensamos en la urbanidad....

Yorch (Sekta Core): Ni en los buenos modales

Wiwi (Sekta Core): Somos así, las letras de las canciones son cosas que nos han pasado. No nos gustaría que nos catalogaran dentro de rock urbano. Hablamos de la ciudad.⁴⁶

*

Yorck (Sekta Core): A mí me encantaría hacer un disco con un corazón en la portada, pero no lo veo. Prendo la televisión y son puros plomazos y no sé a quien le cortaron las orejas y que encontraron un cadáver enterrado en un cerro...¡Es lo que vemos, es lo que vivimos!

Wiwi (Sekta Core): Ricky Martin canta "Ale, Ale, Ale" nosotros podríamos cantar "Me cayó un petardo en la cara cuando fui al Ángel".⁴⁷

⁴³ José D.Cano, "El underground contra el malestar político, social y cultural del país", *El Financiero*, 9 de enero de 2001, p.47.

⁴⁴ Xavier Velasco, "Tiempo de mosharse", *Switch*, enero de 1999, p.39.

⁴⁵ José Marroquín, *La contracultura como protesta*, p.61.

⁴⁶ Carlos Celis, "Morbo, gore y la Sekta Core", *Switch*, junio 1998, p.31.

⁴⁷ Alfredo Fernández, "Sekta Core", *Complot*, agosto 1998, p.27.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Antes, la canción de protesta pretendía abrir a la verdad, suscitar la lucha en pro de los valores de justicia, solidaridad y de liberación. El gobierno perseguía y encarcelaba a los cantantes pero ahora permite su existencia y promueve su producción porque está convencido de que la canción de protesta, por subversiva que sea, está destinada a ser asimilada por el universo de la estandarización de la industria cultural.

El cantante chileno Víctor Jara decía: "Hay músicos que sólo aman su música y músicos que aman al pueblo". En 1973 apoyó a Salvador Allende durante su campaña por la presidencia realizando conciertos en favor de la Unidad Popular, cuando Augusto Pinochet dio el golpe de estado Víctor Jara fue secuestrado y después de varios días de tortura lo asesinaron. La única arma de Víctor era su guitarra. Para muchos chavos de hoy la única referencia o recuerdo de Víctor Jara es la canción *Matador* de Los Fabulosos Cadillacs pero muy pocos se toman la molestia de investigar quién fue y cómo murió.

A pesar de que los grupos mexicanos han decidido tomarse en serio su papel, han evolucionado musicalmente y sus letras son más consistentes, más cercanas a la realidad y muchas de ellas con denuncias a la corrupción, la pobreza y la decadencia del mundo el público rockero mexicano se acerca cada día más a esa imagen posmoderna de chavos indiferentes, individualistas, altamente influenciados por los medios de comunicación. Sin historia, sin futuro y sin interés por las causas sociales a menos que sean transmitidas por la televisión o convoquen a un concierto de rock.

Los he visto llevar playeras del Ché Guevara, cantar canciones con referencias a Sandino, a Lucio Cabañas, al sub-comandante Marcos (que está apunto de convertirse en cliché del rock mexicano) y ¿Cuántos de ellos saben de quiénes están hablando? Recuerdo la imagen de Canal 40 de una muchacha que asistió al concierto por los estudiantes detenidos después de la entrada de la Policía Federal Preventiva a la UNAM. Tocaban varios grupos y el más esperado era Panteón Rococó, la reportera le preguntó sus motivos para estar ahí y ella contestó -con toda tranquilidad- que no sabía qué onda que ella sólo iba a divertirse.

Es triste comprobarlo pero a la mayoría los mueve las ganas de brincar y bailar no los motivos altruistas o sociales de los conciertos. Pero esto no es culpa de los grupos sino de las condiciones culturales. Los jóvenes se encuentran ante condiciones -querámslo o no- mejores que las generaciones anteriores. En la primera etapa del rock se peleaba por una mayor libertad de expresión, más espacios, flexibilización de reglas en la sociedad, por traer el pelo largo o poder

consumir drogas. Hoy la sociedad es más abierta, hay mayor libertad de expresión, las reglas de comportamiento en la escuela y la familia están cambiando, las concepciones mismas de familia, Iglesia y educación están pasando por procesos de reforma.

Muchos jóvenes de hoy nacieron gozando de los privilegios por los cuales pelearon las generaciones anteriores. Esta época tiene más medios para expresarse pero es menos política, se preocupa poco por la sociedad y tiene serios problemas para encontrar una justificación para vivir. La abundancia de opciones los confunde y para muchos es difícil elegir, esto provoca un vacío y un sin sentido en ellos y en todas sus actividades. Triste, cuando los grupos tienen más ganas de denunciar, de hacer conciencia y generar propuestas de mayor calidad el público está en una de sus etapas más flojas y poco comprometidas.

¿Ustedes creen que niño bomba es una canción activista con alto contenido político?

Jonás (Plastilina Mosh): es más bien un rollo activista pasivo, la idea del niño bomba me pegó una madrugada que estaba de couch potato viendo un noticiero de Eco y en el surrealismo de la madrugada vi al presidente saludando niños, entonces se me ocurrió la macabra idea de un niño Kamikaze que se vistiera de bomba y a la hora de que el presidente lo abrazara ¡Milagro!⁴⁸

En cuanto a la África de dónde obtienen la información?

Jonás (Plastilina Mosh): Casi siempre los temas salen de la televisión, de estar viendo la tele, temas chistosos, historias fantásticas, son cosas que no vas a ver aquí en tu colonia ni en tu ciudad y posiblemente ni en tu país, por ejemplo, hace como medio año me tocó ver una noticia referente a un piloto gabacho que se cayó en Croacia y los soldados locales lo andaban taloneando para quebrarlo o para arrestarlo, y el bato se la pasó como diez días en el bosque, comiendo raíces, son historias que no vas a ver aquí.⁴⁹

Ustedes tienen unas letras muy contestatarias, incluso han sido acusados de ser incoherentes porque eso de "Emiliano Zapata, el gobierno mata" no es algo que les ataña mucho a chavos como ustedes.

Cotardo (Sekta Core): Si nos atañe y te atañe a ti también porque vives en el México de ésta época.

Rizzo (Sekta Core): Además, la letra de esa rola ("Insurgentes") la pudo haber escrito cualquiera, no dice cosas ocultas ni nada que no se sepa.

Yo creo que la nueva generación musical está más a la expectativa de los problemas que pasan en el país. Pero nuestra posición es musical. No queremos estar involucrados en una ideología política porque puedes hablar de ello musicalmente y no ser totalmente rojo, directo a nivel político.⁵⁰

⁴⁸ Uriel Wizel, "Plastilina Mosh, niños bomba y otros game boys", *Switch*, noviembre de 1997, p.12.

⁴⁹ Andrés Tapia, "Un tal Mr. P.Mosh", *Círculo Mixup*, marzo de 1998, p.32.

⁵⁰ Alfredo Fernández, "Sekta Core", *Complot*, agosto de 1998, p.27.

¿Crees que toda la gente que te escucha realmente entiende tu mensaje o también lo hacen por desmadre, pose o moda?

Alex Lora (El Tri): Si lo entienden por que se identifican...sí lo entienden porque las canciones hablan de cosas que tiene que ver con la vida de todos, independientemente de si vives en las Lomas o vives en la guerrero, Tepito o la Merced. Todos pertenecemos a la sociedad y todos conocemos sus defectos.⁵¹

Los conflictos presentes

Para Benjamín Anaya 1997 fue el año de la consigna política, misma que se convirtió en estrategia de venta con grupos como Control Machete y su mexicano hip-hop creado y cocinado como producto de apariencia contracultural desde la imaginación de la industria misma para llegarle al pueblo subyugado⁵². Mientras que en los ochenta las letras eran pegajosas, repetitivas y simpáticas: amor, amistad, fiesta, cotreero, ropa, viajes, etc. México vivía uno de los peores sexenios, inflación desmedida, baja del petróleo, concentración de la riqueza y endeudamiento pero eso no se veía en las letras de las canciones.

No estoy por descalificar los contenidos de aquella época yo me divertí mucho en aquel tiempo, la música cumplió uno de sus principales objetivos: divertir. Pero faltaba ese acercamiento a la realidad cotidiana. Salvo contados casos, la mayoría nos daba la sensación de estar en un mundo muy distinto al de todos los días. No había conflictos políticos presentes, no había deuda, no alza de precios. ¿Será que aún aguantábamos el alza de los productos, el salario gozaba de mayor poder adquisitivo y el desempleo no era tan dramático?

Todo lo contrario a los últimos 10 años donde un alza de 50 centavos en el transporte ya hace sudar a medio país. Me remonté hasta esa época para resaltar la diferencia entre los grupos de entonces y los de ahora. En tan solo 10 años ¿cuánto puede cambiar la visión de los jóvenes, de los músicos? las costumbres, el modo de emitir mensajes, las propuestas estéticas. Café Tacuba, Maldita Vecindad, Santa Sabina, La Lupita y La Castañeda, entre muchos otros, inauguraron la escena musical de los noventa con ideas frescas y letras más acordes a nuestra situación. Incluso hoy Café Tacuba y Santa Sabina son las propuestas de mayor calidad y originalidad que quedaron de aquellos años.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

⁵¹ "El Tri, hierba mala nunca muere", *Complot*, abril 1997, p.10.

⁵² Benjamín Anaya, "El rock como espectáculo político", *Generación*, diciembre de 1997, p.5.

Grupos Maldita Vecindad marcaron la pauta para las nuevas generaciones hablando de los pachucos, cholos, niños de la calle, inmigrantes, comerciantes o choferes con un ritmo más cercano al ska que al rock. Ellos son los abuelos de toda esta ola de grupos subterráneos que llenan casi cada quince días las plazas y auditorios del área metropolitana de la ciudad. Maldita Vecindad retomó a la ciudad como escenario de encuentros y desencuentros. Después Café Tacuba, Los Estrambóticos, Control Machete, Molotov, Sekta Core y muchos más retomarían el ritmo o el sentido de la letra.

Migración

México se ha convertido en una tierra de migrantes, las ciudades fronterizas se llenan de campesinos desilusionados del poco apoyo al campo y de la falta de oportunidades de desarrollo en su tierra, se llenan de jóvenes para quienes la oferta laboral no les es suficiente, se llenan de mujeres de las zonas más pobres del país para quienes las largas y pesadas jornadas en la industria maquiladora resultan más atractivas que quedarse en sus lugares de orígenes a ver como se les va la vida sin progresar. El estancamiento de la economía, la amplia oferta de mano de obra barata, la poca educación y los bajos sueldos obligan a los mexicanos a abandonar sus hogares, su tierra y su familia para salir en búsqueda de un trabajo en Estados Unidos.

Ciudades como Tijuana, Ciudad Juárez y Monterrey empiezan a llenarse de mexicanos necesitados de empleo, vivienda y comida. La oferta laboral no es mejor que en otras ciudades pues los empleadores saben que el objetivo de la mayoría es pasar a Estados Unidos y renunciar en cualquier momento. Asimismo, las zonas marginadas se incrementan año con año pues al no contar con recursos suficientes los migrantes improvisan cualquier lugar para vivir. Se incrementan los problemas de vivienda, agua, servicios de salud y educación.

Por otro lado, ciudades como Zacatecas, Saltillo, Ensenada o incluso algunas pequeñas localidades de Puebla, Michoacán y Oaxaca se van quedando vacías o llenas de mujeres, ancianos y niños. Los padres de familia y los hombres jóvenes son los primeros en emigrar, algunos regresaran por sus familias pero otros no volverán nunca. Esto también genera problemas asociados al abandono, la falta de dinero, de comunicación y la falta de la fuerza laboral masculina. En los noventa, la migración se volvió un tema recurrente no sólo en los grupos del norte del país sino también en los grupos de las ciudades del centro.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Mojado de Maldita Vecindad fue tal vez la primer canción del boom del rock en español que hizo evidente esta problemática, en grupos como Tijuana No (*Seguimos andando, La migra, En la esquina del mundo*), Control Machete (*Humanos mexicanos*) o Molotov (*Frijolero*) la temática está más presente por su situación geográfica pero poco a poco es un tema que también se toca en grupos de ciudades del centro como Café Tacuba (*La negrita*) o Los de abajo (*El emigrado*).

Y bueno el cuento de la negrita sigue así..
Después de haber viajado tanto por todo el país
Regresa a su costa amada pa' seguir en el malecón gritando
Vendo pescado frito con limón
Y si supieran las cosas que pudo ver
Que no se parece a nada a los sueños de su niñez
La negrita no comprende de donde fue que salió el cuento ese
que en otro lugar vives mejor
Porque es muy fácil pensar que hay que viajar para triunfar
Que aquí no hay oportunidad
Que en otro lado sí la habrá...
La negrita, CAFÉ TACVBA

Yo sabía que te ibas a ir
Hoy por fin te vi partir
Yo tenía que te ibas a ir
Hoy tu voz la oír decir

"Yo me voy de aquí
Me voy de aquí
No tengo nada
Que darte a ti.

El otro lado es la solución
Por todas partes
Se oye el rumor
Yo me voy de aquí"

Mojado, MALDITA VECINDAD

Si recuerdas yo desciendo y tengo sangre Pancho Villa,
y a caballo o en la troca tengo mi puntería,
cuando quieras echarme un fonazo
tu sabes compadre que si nos vemos en algún lado
es para agarrarnos a chingazos.
Ja! Ja! que vas a poner un muro, sabemos taladrar,
y por seguro le damos duro.
Za! Za! Golpe! Za! Za! Golpe!
no pienses que con eso tu me vas a detener.
Ni de bromani en serio tu podrás tener
los huevos, que tenemos pa' madrearlos
y recuerda pinche güero: Que tus leyes
no me rigen ni en tu casa, (pinche güero) ni en la mia,
voy a estar sentado como quiera en tu cocina,
fumándome un cigarro y tomándome el tequila,
viendo tu tele y comiendo tu comida.
Humanos mexicanos, CONTROL MACHETE

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Niños de la calle

Los niños de la calle se han convertido en parte del paisaje urbano no sólo de la ciudad de México sino de ciudades como Tijuana, Monterrey, Guadalajara y Acapulco o Veracruz. Este fenómeno social pone en evidencia el mal funcionamiento de la economía y de la sociedad pues cuando el sector infantil presenta abandono, maltrato físico y psicológico, desnutrición, miseria, falta de educación y se ve obligado a vivir en la calle, es un síntoma de que algo anda mal en la sociedad.

La mayoría de los niños que viven en las calles abandonaron su hogar ante el maltrato físico y verbal del que eran objeto por parte de sus propios padres de familia, el gobierno y las instituciones encargadas de velar por el bienestar de la infancia aún no han encontrado un método para frenar esta situación y los programas para reinsertarlos a sus hogares o al sistema educativo se enfrentan a problemas de financiamiento y de voluntad de la sociedad misma para atacar el problema.

La ciudad es cruel e indiferente ante estos niños, incluso muchos les temen, los cuerpos policíacos los extorsionan, abusan de ellos, las bandas de narcotraficantes o delincuentes los reclutan en sus filas prometiéndoles dinero o un hogar. Este es un ejemplo de cómo la desintegración familiar ocasiona problemas más allá de la familia, genera toda una serie de problemas asociados cuya solución no está en manos de una sola persona. Los gobernantes se acercan a ellos en época electoral prometiéndoles programas educativos, de salud y de integración pero después del evento de campaña siguen en el abandono.

Mientras no se implementen buenos programas para rescatar a estos niños, para apoyar a las madres en situación de pobreza extrema y mientras no se apliquen penas más severas para el maltrato físico y psicológico a las mujeres y a los niños seguiremos viendo nuestras calles llenas de pequeños seres humanos deambulando sin rumbo, sin proyecto y sin esperanza. La tendencia indica que el problema irá en aumento debido al alto índice de concentración en las ciudades, 70 de 99 millones de mexicanos viven en ciudades y si a este factor le agregamos el aumento de la pobreza y la falta de buenos controles natales todo apunta a paisajes ciudadanos cada día más llenos de indigentes.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El nacio que se yo
porque quiso el destino
porque quiso dios
yo no se, porque fue
solo dios que es tan grande
podiera explicarnos porque
ese niño, nunca ha tenido padres
ni ha tenido hogar
ese niño no conoce el amor
mendigo, suplico, vendió globos y chicles
limpio parabrisas, aprendió,
a vivir entre mules de gente
que siempre trae prisa
entendió que la vida
es un juego es que es muy difícil jugar
ese niño no conoce el amor
NIÑO SIN AMOR, EL TRI

Poco de sangre roja
Sobre un gran auto nuevo
Poco de sangre roja
Sobre un gran auto blanco
Nada más bello ni más lujoso
Tan poderoso como un gran auto nuevo...

Jose trabaja en una esquina,
con otros niños, limpiando parabrisas.
Corre a un carro, corre a otro,
jabon y trapo y muy pocas monedas.
Y el se siente como en un juego
que no divierte,
corriendo entre autos nuevos

Ahi esta en la calle brilla como el sol.
En su auto nuevo que orgulloso va.
Vuela por la calle a gran velocidad.
Todas las personas lo miran pasar.
Limpiaparabrisas cruza sin mirar
un niño no puede el auto esquivar
solo se oye un grito golpe y nada mas
demasiada sangre en esta ciudad
Un poco de sangre, **MALDITA VECINDAD**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Porque...Porque anda este niño sin rumbo
Cuando...Cuando debían darle la mano
donde...Donde la fantasía no existe
Como...Como te han engañado tus padres
Hay que rescatarlo
Hay que ayudarlo
Hay que respetarlo
Ya lo pensé, Esto no debe suceder
La solución no esta en darles de comer
La salvación...del niño esta en tu corazón
Niños de la calle, TIJUANA NO

A los nuevos grupos de rock se les siente demasiada violencia tanto en el ritmo como en sus letras muchos hablan de asaltos, robos, golpizas, balazos, asesinatos, accidentes y en ellos es evidente el malestar como ciudadanos ante esta situación. En ellos es evidente el estrés que genera vivir en grandes ciudades y la vulnerabilidad que representa ser joven en un medio hostil. La vida en la ciudad es rápida y ruda, la enorme cantidad de habitantes hace que el número de delitos también sea enorme -todo es proporcional-. El desempleo, la pobreza, el encarecimiento de los servicios, la contaminación, el ruido, le tráfico, la falta de espacio o de privacidad vuelve a los ciudadanos violentos.

Cuando se les pregunta a estos grupos por qué tanta violencia en sus videos, en su actitud y en sus letras responden que eso es lo que ven todos los días en la calle. Y no sólo en la calle. La violencia abunda en la televisión, los videojuegos, el cine y en las nuevas caricaturas. Esto ha contribuido a que se le vea como parte de la vida cotidiana en las grandes ciudades. Los ciudadanos se quejan de la corrupción en la policía, de las cifras manipuladas por los funcionarios y del deterioro de la calidad de vida en general. Por lo menos en el Distrito Federal, aquellos tiempos del simple carterazo o del robo del estéreo mientras uno entraba al cine quedaron atrás ahora hablamos de secuestros express, robo a mano armada, homicidios por resistirse al asalto, ejecuciones, violaciones y asaltos colectivos.

Conceptualmente, el disco refleja la violencia que se vive en la ciudad pero ¿hacia dónde está orientada? Porque de entrada podría parecer que es una exaltación de la violencia.

Rizzo (Sekta Core): No porque nuestra idea no es generar violencia

Panda (Sekta Core): Más bien es una forma de decir "Miren, esto es lo que está pasando"

Rizzo (Sekta Core): Y hay que recalcar que no nos gustaría que nos pusieran esa etiqueta (la de violentos). En este disco hablamos de esto, pero aún hay infinidad de temas de los que podríamos hablar. Como que el rock siempre es contestatario y contra el gobierno y yo creo que eso no se debe convertir en una fórmula.⁵³

*

Control Machete habla mucho de madrizas y cosas así...que un tipo me hizo una jalada y yo se la regreso...

Cano (El Gran Silencio): Sí, el rollo de hago una fiesta y mi vecino me viene a reclamar y yo lo mato...

Tony(El Gran Silencio): Ellos son amigos de nosotros y por lo mismo, nos sacamos de onda, porque ellos no son así. Creo que fue un inicio, que se dejaron llevar por la influencia de los gabachos, porque esos sí se matan y están mucho más pesados.⁵⁴

⁵³ Alfredo Fernández, "Sekta Core", *Complot*, agosto de 1998, p.27.

⁵⁴ Pedro Guzmán, "El Gran Silencio ¡arriba Nuevo León!", *Pulse! labno*, noviembre de 1998, p.21.

Lo encontré en el camino a Delfino el asesino
Enterrando su cuchillo sin tener algún motivo
Su placer era el de la sangre, le encantaba ver morir
matando así a su madre no tuvo a dónde huir

Se sentaba en la esquina con machete en la mano
esperando a la vecina, pa'enterrarla con su hermano
los mataba muy despacio para ver así sus muertes
los picaba hasta el cansancio hasta obtener unos filetes.

Delfino sigue libre haciendo de las suyas
matando muy horrible ensuciándose las uñas.
Lleva cientos enterrados en el fondo del jardín
varios cuerpos mutilados y a los vivos darles fin
Él usaba arma de filo pa' matar a los humanos
se creía el muy fino ensuciándose las manos.

Delfino, SEKTA CORE

Con un poco de desmadre y todos bien armados,
despertando al vecino y a todo el vecindario,
hasta ver que amanece y ya no haya cheve,
hasta que dejes de oír zumbando al machete.
Andamos armados...

Somos lo que somos, aunque no comprendes,
unos mexicanos que controlan el machete,
mira como sube más,

esta pinche fiesta es pa' todo el personal.

La Raza, sigue uniendo vecindarios,
venimos armados, mirando a todos lados,
siempre que querramos, haremos a un lado,
a cualquier mamila que pretenda apañarnos.

Como algunos hombres, nado en mi mente,
zumba el machete, sale el demente,
mira como sube más,

duro para arriba que no vaya a bajar.

Andamos armados, **CONTROL MACHETE**

La Lola, paciente mendigaba,

sufría, su jefe la obligaba

con ella, sacaba buena lana

La pobre era jorbada

Su madre, le metía al talón,

era perversa, y de mal corazón

Su hermano, vivía en el reventón

el era el filo, amante de un panzón

Ese día, pasaba normalmente,

cuando su padre, atracola de repente,

Violola, con un deseo demente,

y ella quiso, morir en ese instante,

mato a su padre, cuando este la seguía

Mientras su madre, con su hermano le ponía,

pensó que ayuda, jamás encontraría,

hasta que al fin, halló un policía

Alarma, Alármala de tos,

uno, dos, tres,

patada y cos,

Alármala de tos, CAFÉ TACUBA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Alcoholismo y drogadicción

El alcoholismo, tabaquismo y abuso de drogas no legales constituye un verdadero problema de salud pública cuyas consecuencias se resienten tanto en la salud individual como en la integración familiar, en el área laboral, en el buen desarrollo de la economía y la estabilidad social. Sería completamente injusto culpar a las drogas de la descomposición social, de la violencia y de las muertes por consumirlas puesto que su consumo radica en problemas más de fondo y menos evidentes como la depresión, la desintegración familiar, la pobreza, la falta de valores o de un proyecto de vida sano y en ocasiones de una falta de entendimiento del uso lúdico o de otras formas de experimentación con el cuerpo vía las drogas.

Lo cierto es que tanto el alcoholismo, el tabaquismo y la drogadicción son problemas que van en aumento cada año y las referencias a esta problemática comienzan a aparecer en las letras del rock mexicano, aunque curiosamente no asociadas a los problemas que están asociados a su consumo – como los accidentes automovilísticos en el caso del alcohol, por ejemplo- más bien el tema es tratado como un medio de diversión o como una experiencia ocasional en determinado contexto.

La mayor referencia es al alcohol pero poco a poco empiezan a aparecer otras drogas como la marihuana, incluso temas como *Clandestino* de Manu Chao, *Here comes de the mayo* o *Parásito* de Molotov fueron transmitidas en la radio comercial sin censura alguna a pesar de hacer referencia explícitamente a la marihuana. Cosa que antes no sucedía. En el caso del alcohol, la música mexicana tiene muy presente esa escena tan clásica de echarse unos tequilas y llorar por el amor perdido con una buena canción de fondo así que es constantemente mencionado sin mayor problema.

No dejes que y Quisiera ser alcohol de Caifanes; *Crueldad* y *El teporocho* de Maldita Vecindad; *Noche oscura* y *Bar Tacuba* de Café Tacuba; *Borracho* de Panteón Rococó; *Alicia en el país de las maravillas* de la Tremenda Korte o *Gravitania* de Los Estrabóticos, son buenos ejemplos.



Toda la vida me parece abundante
Más cerveza para la cabeza
Más cerveza para la cabeza y el dolor
Más cerveza para la cabeza
Más cerveza para la cabeza y el dolor

¿Cómo voy a darle rabeta
¿Cómo voy a darle que oculte de cualquier forma
¿Cómo voy a darle forma en la tumba estas
¿Cómo voy a darle que he perdido yo algo que algo gana
¿Cómo voy a darle a darle que quite de la pared

Toda la vida me parece abundante
Más cerveza para la cabeza
Más cerveza para la cabeza y el dolor

¿Depende de la vida, patando, reprimiendo y sobornando
¿Depende usted, ¿Depende usted no volver a suceder
¿Depende el tiempo, haciendo rontenas
¿Depende prestado el futuro a la vida
¿Depende ya, Basta ya
¿Depende cuando comienzas
Toda la vida me parece abundante
La cerveza y el dolor, LOS ESTRAMBOTICOS

Domingo en la mañana:

Este dolor de cabeza yo no lo traía,
todo me da vueltas, ¿Pero qué tal el tequila ?
Anoche estuvimos con toda la Raza,
cerveza, tequila, volteando algunas jarras.
Empezamos buscando una pinche buda.
¿Quién se casaba ? sepa la madre, niemus bula,
la cheve era gratis, la misica pinche,
no voy a reclamar, era de grapa está comadre.
Desmadre, hasta que nos corrieron,
no más por que empezaste a gntarle al mesero,
patas pa' que las quiera, comiendo, volando,
y este cabrón el carro de budas estaba miando.
Yo ya estaba ligando a la pinche novia,
si me hubieran dado esquina me conseguía una muvída,
salimos directo al depu de la esquina, yo
ya traía las botellas en la truca, pero vacías.
Cheve...Cheve...Cheve...Cheve...
Cheve Cheve, CONTROL MACHETE

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Todas las canciones que yo escuché, para recordarte
Me dijeron que esta noche yo, voy a llorar
No me importa la cruda que voy, a experimentar
Si es que al otro día entre tus piernas, me la puedo curar
Estoy perdiendo la razón, entre vasos de alcohol
¡que borracho estoy!
Tomo para ver si es que puedo ser, al que tu vas a querer
Tomo para ver, lo que quiero ver, y si piensas en volver
¡Borracho, Borracho!
Hasta la madre, la madre de borracho, hasta la madre de borracho
Borracho, PANTEÓN ROCOCO

Democracia

Durante los noventa la sociedad mexicana se enfrentó al desafío de ejercer su voto e impulsar la alternancia en el poder a través de una verdadera democracia. Después de 70 años de ser gobernados por el mismo partido político y después de tantos fraudes electorales, la sociedad tuvo por fin la oportunidad de participar en unos comicios presidenciales transparentes -el Instituto Federal electoral estaba en manos de ciudadanos-. El 6 de julio de 1997 los ciudadanos del distrito Federal eligieron a Cuauhtémoc Cárdenas como su primer y nuevo gobernador en la ciudad, el PRI perdió la mayoría en el Congreso y los principales estados del país como Nuevo León y Querétaro.

La ciudadanía equilibró el panorama político y por primera vez en la historia un presidente priísta tuvo que gobernar sin la mayoría en el Congreso, con un gobernador de izquierda en la capital del país y con una fuerte demanda de cambio de partido en el poder para el año 2000. Todo murido apostaba al fin de la historia de presidentes priístas. El candidato panista Vicente Fox lo consiguió el 2 de julio del año 2000, sacó al PRI de Los Pinos como prometió cinco años atrás cuando aún era gobernador de Guanajuato. Después de años de intentarlo México pudo por fin terminar con la dictadura de estado, sin violencia, sin desastres políticos o económicos y con un alto índice de confianza en el nuevo presidente.

La democratización aparece como elemento distintivo en la era de la globalización y se impulsa desde cualquier frente. Los medios de comunicación, las escuelas, los centros de trabajo, los grupos financieros y culturales e incluso la familia. Todos empiezan a darle mayor valor a la opinión, a los consensos y a la libertad de expresión. Cabe señalar que aún seguimos en proceso de conseguir unas campañas más equitativas y menos costosas, además de consolidar la práctica del voto -los índices de abstencionismo en elecciones no presidenciales siguen siendo preocupantes- pero lo finalmente la sociedad entendió el poder de su voto y ahora demanda con mayor energía sus derechos y libertades.

Grupos de rock como El Tri (*Dónde quedó la bolita, Nuestros impuestos, Que regrese Salinas, El rey o Caseta de cobro*, por ejemplo), Molotov (*Voto Latino, Gime tha power*) y Tijuana No (*Borregos Kamikases, Alí Baba y los 40 ladrones*) ejercieron la crítica al partido en el poder sin censura alguna, Molotov convirtió ese famoso coro...*Ellos tienen el poder y lo van a perder, tienen el poder y lo van a perder...* en una verdadera profecía de lo que sucedió.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La policia te está extorsionando (dinero)
pero ellos viven de lo que tu estas pagando
y si te tratan como un delincuente. (ladrón)

no es tu culpa dale gracias al regente.
Hay que arrancar el problema de raiz
y cambiar al gobierno de nuestro pais.
A la gente que está en la burocracia,
a esa gente que le gustan las migajas.

Yo por eso me quejo y me quejo
porque aqui es donde vivo y yo ya no soy pendejo,
que no watchas los puestos del gobierno
hay personas que se están enriqueciendo.

Gente que vive en la pobreza
y nadie hace nada porque a nadie le interesas.
La gente de arriba te detesta
y hay más gente que quiere que caigan sus cabezas.

Si le das más poder al poder,
más duro te van a venir a coger,
porque fuimos potencia mundial
somos pobres nos manejan mal.
Dame, dame, dame todo el power
para que te demos en la madre,
give me, give me todo el poder
so I can come around to joder.
Gimme tha power, MOLOTOV

La familia de Gortari a un gran viaje se piró
Doña Ceci y su pelón se fueron a dar un rol
Y es que nuestros impuestos están trabajando
es que nuestros impuestos están trabajando
y cada día hay que pagar más

La tira ya tiene lujosas patrullas que cuestan un díneral
Los sardos tienen armas nuevas pa'apañar al personal
Me suben la renta me suben la luz
Me suben el agua la leche también
Subieron la mota también el alcohol
Y Ernesto Zedillo va a ser el ganón
Nuestros impuestos, EL TRI

You start to run yeah
that figures out I pulled my triggers on you
brothekilla man,
I'll kick your ass yo mismo por supporting el racismo,
blow your head hasta la vista
por ser un voto racista.
Que sentirías si muere en tus brazos
a brother who got beaten up by macanazos
asesinos yeah es lo que son
es la única raza que odia de corazón.

Voto Latino de entre las masas
voto latino
para la igualdad de razas.

Pinta tu madre patria de colores
so you can't tell the difference entre los others
Aquí en la banda estoy yo el americano
Los tres mexicanos me tratan como un hermano.
Que sentirías si cae junto a ti
una hermana que canto una "Rebel Melody"
Voto Latino, MOLOTOV

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Misoginia

El temor, la violencia y la incomprensión hacia las mujeres ha ido en aumento no sólo en México sino en el resto del mundo. A pesar de que en la mayoría de las democracias se presume del respeto a los derechos humanos y un trato más justo hacia las mujeres, los niños y los ancianos, la realidad demuestra lo contrario. La pretendida modernidad de México no concuerda con la evidente violencia hacia estos sectores vulnerables y otros como los homosexuales y discapacitados. Los ejemplos de esta violencia llenan las planas de los periódicos amarillistas y algunos programas morbosos de la televisión.

Es para ponerse a pensar el contenido abiertamente ofensivo e irresponsable de algunas canciones del rock de los noventa como *Chinga tu madre*, *Rastamandita*, *¿Por qué no te haces para allá? al más allá*, *Quítate que masturbas* (*Perra arrabalera*) o *Puto* de Molotov llenas de frases insultantes hacia la mujer. Acerca de sus canciones Paco de Molotov aclara:

"Puto"

"Puto es una canción que habla sobre la cobardía y que ha sido un gran malentendido. La canción va dedicada a toda la gente que se ve reprimida en algún momento para expresarse a nivel gráfico, nivel musical, a nivel visual...La gente que no tiene el valor de hacer lo que siente y no puede expresarlo por temor para nosotros es un puto"

¿Por qué no te haces para allá?...al más allá

"Nuestra única canción de amor ¡no! (muchas risas) Es una historia personal, de la vida real pero enfocada como algo satírico, como cambiar una sola letra a una cosa que dice algo. Podría ser más amable decir: ¿Por qué no te haces para allá, más allá. Si le pones 'al' es como irte al demonio, mandar al demonio a alguien. Generalmente es a una niña"

Quítate que masturbas

"Es la otra carta que no se le mandó al más allá a la niña. Pasa algo chistoso. Es como reivindicar ese tipo de personas que se pasan de lance"⁵⁵

Si bien la música tiene un uso principalmente lúdico, los grupos deberían poner más atención al contenido de sus letras, el artista generalmente tiene una idea de lo que pretende comunicar pero si lo hace en broma y la gente no lo entiende, el mensaje se distorsiona. La mayoría de los jóvenes que escuchan rock son en su mayoría adolescentes cuyo carácter aún no se define bien y podrían tomar más que en serio estas canciones.

⁵⁵ Tony Limongi, *Molotov*, pp. 22-24.

Pinche Lupita, te tuiste con Juanita,
 nomás te gusta andar atrás de puras señoritas,
 Marimacha tras las muchachas,
 la mueven los colores rojos de unas buenas nachas.
 Labios pintados de color morado,
 le gusta que la besen unos de color rosado,
 el palo no la mueve, le gusta mejor el cero,
 y si está tapado mejor el agujero.
 Flaca, cabrona, pero nada la detiene,
 sabe hacer una conquista cuando se lo propone,
 hartóle, toda la raza está extranada,
 porque ahora ella se cree marilupemacha.
 Pinche Lupita, si que me madreaste,
 madreaste con madre que me chantajeaste,
 ahora si que vienes no-más cuando te conviene,
 por lana, comida, ni machete no te detiene..
 Pinche Lupita, pinche culera,
 pinche Lupita, puta ramera.
 Pinche Lupita, pinche liviana,
 pinche Lupita, pinche marimacha.
La Lupita, CONTROL MACHETE.

Pensaste que yo quería contigo
 buscando el anillo que se le perdió a un amigo
 no sabes ni cuanto me divierte
 que me quieras tanto por checarte el aceite
 and now you only want to mess with Tito
 pero él solo quiere que le chupen el pito
 y lo dejas con la pinga bien parada
 y a la hora de la hora ya no le chupaste nada.
 Por eso te dejo mojada
 un poco vestida y muy alborotada
 contigo yo no siento nada
 perra hija de la chingada
 porque antes estabas delgada
 con los pechos firmes y las nalgas bien paradas
 pero ahora ya estas muy aguada
 ya no hay quien te quiera y estas amargada
 contigo ya no siento nada
 golfa, golfa interesda
 Perra arrabalera, **MOLOTOV**

**TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN**

Caminando por la vida, me tope con una perversita
 que pa' todo me decía que me quería, me decía,
 me decía que me quería, pero yo no le creía
 porque todo era mentira, mentira.
 Y si te duele lo que digo,
 te sugiero que te avientes a un pozo con tu novio,
 el mariposo, el escuincle caguengue y baboso
 que a mi vieja me bajó,
 me bajo por los checos y luego me abandonó,
 que primero me pedía que me viniera
 y ahora quiere que me vaya, vaya, vaya.
 Que cosas tiene la vida, mi vida,
 porque no te suicidas, que si sigues coge y coge
 te vas a morir de SIDA.
 porque no te haces para allá, al más allá
 porque no te haces para allá, al más allá
 porque no te haces para allá, al más allá
 ¿a dónde? Al más allá.
¿Por qué no te haces para allá? al más allá, MOLOTOV

Zapatismo

El EZLN llegó para mostrarnos las carencias, la concentración de la riqueza en muy pocas manos, el atraso educativo, la desnutrición, el racismo hacia nuestros paisanos, el saqueo de recursos naturales, la corrupción descarada y una parte de la iglesia harta de la injusticia que decidió optar por las armas en lugar de prometer el paraíso a los pobres. Muchos músicos aprovecharon su poder de convocatoria para organizar jornadas de ayuda, recopilación de víveres y ropa para las comunidades indígenas. Promovieron la circulación de videos, folletos y fotografías que dieron cuenta de la injusticia y la violencia en aquel estado sureño.

Sin embargo, no todo el público comprendió el objetivo de los conciertos. A la mayoría de los chicos sólo les interesa asistir a los conciertos para cantar, bailar y echar relajo y no hacen mucho caso a los discursos de grupos como Santa Sabina o Los de Abajo, chiflan cuando el volumen se baja para invitarlos al orden y la reflexión. Los desmanes ocurridos al término de muchos de estos conciertos demuestran que la gente no hace conciencia fácilmente y que toda esa frustración ocasionada por la carencia económica y por una incomprensión del mundo (hacia ellos y viceversa) estalla a la menor provocación.

Antes de esperar una respuesta política más conciente por parte de los jóvenes y del resto de la sociedad hace falta reflexionar sobre las verdaderas necesidades de la población, sobre su situación económica y sobretodo educativa. Como ya vimos, la mayoría de los integrantes de los grupos son gente con educación universitaria pero en México sólo el 10% de la población llega a la Universidad, el interés por la política del público en general ha decaído en los últimos años y el sentimiento de vacío y decadencia comienza a invadir muchos estratos sociales.

El zapatismo adquirió mucha popularidad entre la juventud crítica, de tendencia izquierdista y universitaria y se convirtió en uno de los movimientos más populares de la era moderna en todo el mundo, supo canalizar su atractivo mediático y se convirtió en el ideal revolucionario de un amplio sector juvenil inconforme, insatisfecho y desilusionado del modelo neoliberal. *Pecho tierra*, *Marco's hall* de Panteón Rococó; *Son de la liberación*, *Tiempos muertos* y *La ironía se acabó* de Los de abajo; *Insurgentes* de Sekta Core; *Nos queremos morir* y *Olvido* de Santa Sabina; *Transgresores de la ley*, *Sin tierra* y *Somos más* de Tijuana No son buenos ejemplos de este sentimiento de solidaridad con los chiapanecos en armas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

...techo, tierra, pan, educación,
 salud, libertad, democracia
 Independencia y paz...
 La piel del jaguar que adornaba el suelo
 hoy es noble armadura de mi pueblo
 como un feroz guerrero defendiendo la tierra
 Zapata vive y sigue en pie de guerra
 sólo un puñado de hombres dispuestos a morir
 A defender la dignidad
 gritando fuerte:
TIERRA Y LIBERTAD
 NO pasarán de este lugar
 la resistencia...
NI UN PASO ATRAS!!
 Las manos de este pueblo es sangre de mi raza
 campesina que nunca descansa
 esperando en la selva como rebelde trinchera
 el indio sigue laborando la tierra
 como un feroz guerrero defendiendo la sierra
 Zapata vive y sigue en pie de guerra
 solo un puñado de hombres dispuestos a morir
 por continuar la Revolución
Transgresores de la ley, TIJUANA NO

**TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN**

Zapata vive, la lucha sigue,
 A Zapata nadie lo para
 Marcos pelea, defiende la tierra y
 Al gobierno declara la guerra
 En la batalla pinta tu rayo
 Contra el gobierno que es un infierno
 Viva la Revolución, viva la Revolución
 Que muera la Constitución
 Emiliano Zapata, el gobierno mata
 Emiliano Zapata, el gobierno mata
 Por eso siempre está cazando ratas
 "Ché" Guevara sacando la casta
 Él nos cubre con su manta
 Comandante Marcos, Comandante Marcos
 Matando sardos en los campos
 César Sandino, restando gangos
 Nos enseña el camino
 Insurgentes, SEKTA CORE

En la lejanía de la selva se avista un caballo blanco
 Entre plantas y neblinas con un hombre encapuchado
 Viene con el puño arriba como lo ha hecho Genaro
 Como lo hizo Cabañas y también el Ché Guevara
 Para gritarle al gobierno estamos hartos de miseria
 De violencia y malos ratos y que se gasten nuestra feria
 Nadie sabe a ciencia cierta cual es su nombre de abutizo
 Pero aquí se puso Marcos entre puro indio mestizo
 Y la mente en nuestra tierra siempre nos está observando
 Desde allá desde la sierra
 Para abrirle el ojo al pueblo y gritarle a los esquivos
 Que basta de injusticias y de pasarse de vivos.
Marco's hall, Panteón Rococó.

B. EL NUEVO ROCK MEXICANO

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

¿Por qué se supone que el rock por definición es honesto? O sea, que yo incursiono en el rock por que ahí somos chidos y netos. En todos los géneros hay gente honesta y deshonesta pero es curioso que sólo en el rock se atreven a decir: "mi propuesta es honesta" en otros géneros ni se ocupan en decirlo y basta mirar hacia dentro y decir "esto es lo que hago y ojalá guste" ¿cuánta gente que está en el rock desea vender millones de discos? El propio McCartney lo dice: "Cuando éramos adolescentes queríamos estar en las listas de popularidad y vender un chingo de discos" ¿son menos honestos por querer fama, dinero y chicas?

Alejandro Marcovich⁵⁶

En resumen, el rock mexicano se encuentra en una tierra de nadie entre el mercado y la frustración musical, económica y cultural. El solo hecho de decidirse por este estilo musical en lugar de escoger el pop o la balada romántica marca la diferencia entre el músico y la clase de auditorio al que irá dirigida su música. En México hemos logrado conformar un grupo bien definido de seguidores del rock nacional, afortunadamente superamos la etapa en donde el rock estadounidense o inglés nos parecía mejor por el simple hecho de ser extranjero, ahora consumimos más rock en español y si bien todavía no alcanza un nivel de ventas como la música popular (gruperá, ranchera, norteña, etc) el mercado es estable.

Pero como público es necesario asumir nuevas actitudes ante el rock nacional. La acusación de ser "comerciales" o "vendidos" a grupos que rebasaron la frontera de lo marginal y comenzaron a sonar en varias estaciones, a salir en MTV o participar en Festivales como el Acapulco Fest, resulta injusta. Siendo objetivos, cualquier grupo con un disco se convierte en comercial por el simple hecho de venderlo. Salir en los medios de comunicación no es tan grave siempre mientras no caigan en la trampa de cambiar su estilo para rellenar el molde. En tanto un grupo sea fiel a sus convicciones acerca de la justicia, la guerra, la paz, la nación, la ciudadanía, etc. No tiene porque ser juzgado mal si decide abrirle las puertas a todos los medios.

Incluso aparecer en medios poco aceptados por el público rockero ayudaría a otros públicos a acercarse al rock y a formarse una idea más apegada a la realidad de los músicos. De anda sirve tener un buen mensaje si nadie lo va a recibir. El rock no es el mismo de hace veinte o treinta años, las condiciones económicas le brindan la posibilidad de grabar con una gran compañía o irse grabar con una pequeña e independiente y vender su disco en conciertos o en Internet. Cada

⁵⁶ Juan Alberto Vázquez, "¿De qué privilegios goza Saúl?", *La Mosca*, noviembre de 1999, p.16.

grupo decidirá si se lanza a la gran aventura del *mainstream* o se queda con su pequeño grupo de fieles seguidores.

A últimas fechas, varios grupos han preferido mantenerse fieles a su estilo de música en lugar de tocar canciones más movidas, fáciles de digerir y con un formato exclusivo para la radio. Santa Sabina está haciendo cosas buenas y decidió alejarse de las compañías discográficas; Café Tacuba regresó con una compañía pero insiste en componer canciones diferentes y no deja de evolucionar así pierda fans en el camino.

En cuanto a solidaridad con las causas sociales o políticas muchos rockeros siguen participando en ellas de manera pública o privada. Por ejemplo, Maná está muy metido en proyectos ecológicos en las playas de Jalisco; Santa Sabina y Panteón Rococó siguen apoyando a los indígenas chiapanecos destinándole parte de su tiempo a los municipios independientes y Café Tacuba decidió donar parte de sus ganancias a la lucha contra el Sida. La misma combatividad rockera y social se está definiendo en nuevos términos.

Ahora cualquier grupo puede escribir sobre cualquier tema sin temor a ser censurado en la radio, la libertad de expresión avanza a pasos agigantados y a veces no es necesariamente con una canción agresiva con la que se crea más conciencia, tal vez un gesto, un comentario en la televisión o un chiste provoca más reflexión. Algunos grupos entendieron que la mejor manera de solidarizarse es sin tantos reflectores a su alrededor.

Por otra parte, la diversificación del auditorio es un botón de muestra de la heterogeneidad de la sociedad. Antes el público rockero era clasificado con ciertas características comunes a todos, hoy ya no es así, el mito del rock como género que atraviesa todas las clases se derrumba. Las clases más bajas se sienten más a gusto con el estilo de Alex Lora, El Haragán, Heavy Nopal y todo el rock urbano y los conciertos sin demasiada infraestructura.

La clase media opta por grupos como Plastilina Mosh, Kinky o lo nuevo de Café Tacuba con sonidos electrónicos, lounge y piezas minimalistas. Los más jovencitos prefieren estilos musicales más festivos y con sonidos no tan elaborados, asimilan muy bien la mezcla del rock con el ballenato, la cumbia o reggae como Panteón Rococó y El Gran Silencio. Muy pocos siguen fieles a Santa Sabina y su estilo difícil de asimilar; algunos aferrados siguen creyendo en Jaguares y otros se quedaron atrapados en Botellita de Jerez, El Personal y Real de Catorce.

Las mujeres comienzan a elevar la voz con grupos como Las Ultrasónicas, Las Lobas o con algo mucho más tranquilo como Julieta Venegas o Ely Guerra. También por ahí anda una gran banda siguiendo a grupos divertidos, buenos y sin tantas pretensiones como Los Esquizitos, Berenice, Yucatán a go go y ni hablar de los de ska, Salón Victoria, La Tremenda Korte, Los Estrambóticos, La Matatena o los excelentísimos Los de Abajo. Otros como Control Machete, Cartel de Santa, Punto Rojo y esa nueva ola hip hopera se acercan más al estilo de vida fronterizo y altamente influenciado por el estilo de barrio negro estadounidense.

Por fin llegamos al punto híbrido de García Canclini donde todo está revuelto y convive sin mayor problema. Estilos mezclados, público heterogéneo, festivales donde todos caben, medios de comunicación que alternan las entrevistas con unos y con otros, algunos con disquera otros sin ella, unos con video en MTV otros sin él, algunos con vestuario a la moda otros con las mismas fachas de siempre, pero así es México: heterogéneo. Así es el rock. Esta variedad nos llevó finalmente al origen, donde lo rockero se define por la actitud no por el estilo de música.

¿Ustedes sienten que tiene una actitud rocker?

Anónimo (Café Tacuba): Sí, siempre lo hemos pensado, siempre hemos pensado que el rock no es forma. Es el concepto, el alma y tal vez nuestra música de forma no es rock, pero de alma sí. Es en verdad cuestionar qué es lo que tienes que hacer para el momento en el que te estás desarrollando y en el lugar donde te estás moviendo

El alma del rock es resolver y la palabra rock tal vez se haya ido demasiado hacia la música y hay música que no resuelve nada.⁵⁷

*

Tony (El Gran Silencio): Hay que demostrar que podemos tocar música nacional con tintes de rock, porque el rock es una actitud. La actitud del carpintero que vive atrás de mi casa es muy rockera. Si el rock es una filosofía de vida y libertad sin prejuicios, por qué vamos a empezar nosotros con esos prejuicios. También es roquera la actitud del panadero y de todos lo que se la fletan siendo honestos. Eso es lo que nos dijeron los primeros, como Hendrix, los Stones...Ojalá la actitud de la gente cambie para que podamos bailar cumbia con ska y ballenato. En las tocadas de nosotros ya sucede y eso nos da mucho gusto.⁵⁸

Cano (El Gran Silencio): La neta no era nuestro sueño grabar con una disquera, nuestra meta en un principio era tocar nada más. En principio queríamos un trabajo y tener tiempo para tocar. Ahora que es nuestra profesión, tratamos de hacerlo bien; no sabemos lo que va a pasar en un futuro.

¿Se consideran roqueros?

Cano (El Gran Silencio): La verdad, si nos consideramos una banda rockera, porque el rock es rebeldía y está en contra de los establecido. Para mí y para toda la banda no hay nada más rockero que ir a un festival de rock y tocar una cumbia.⁵⁹

⁵⁷ Rebeca Fernández, "La avalancha de la nostalgia", *Círculo Mixup*, diciembre de 1996, p.25.

⁵⁸ Pedro Guzmán, "El Gran Silencio iarnba Nuevo León!", *Pulse! latino*, noviembre de 1998, p.18.

⁵⁹ Marco Antonio Rueda, "El chúntaros style de El Gran Silencio", *Círculo Mixup*, octubre de 2000, p.40.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CONCLUSIONES

Al dividir a la sociedad en las diferentes estructuras que hacen posible su funcionamiento tenemos: la estructura económica, la política, la social y la cultural. Todas se encuentran interconectadas desde la base hasta el nivel más alto de la estructura y cada individuo dentro de ella asume un rol para que la sociedad pueda funcionar en conjunto. Estas estructuras se encuentran tan bien integradas que de pronto resulta difícil delimitarlas o separarlas. Lo económico se relaciona con lo político, lo político con lo social, lo social con lo cultural pero la economía afecta a todos.

Si tomamos a la economía como base de la sociedad encontramos que su principal objetivo es administrar los bienes públicos para que los ciudadanos cuenten con los recursos mínimos para satisfacer sus necesidades materiales y mantener su bienestar individual. Y como el bienestar del sistema capitalista se basa en el consumo masivo de mercancías, el sistema económico se vale del sistema cultural para dictar las pautas de comportamiento ideales para consumir un mayor número de mercancías. Los medios de comunicación como la radio, la televisión y el cine ayudan a incrementar el deseo por adquirir nuevos productos con lo que se reduce el tiempo de vida de las mercancías (incluidas las obras de arte y el conocimiento).

Esta situación afecta directamente a la música ya que la velocidad de la información hace pasar de moda a cualquier ritmo o propuesta musical nueva. El tiempo de vida de un disco o de una canción en la radio es muy breve debido a la gran cantidad de nuevas producciones musicales al año, situación que tiene su origen en mantener aceitado el engranaje del sistema económico. Entre más se consume más se produce, es un círculo.

A nivel individuo, esta competencia por el estatus a través del consumo, la obsesión por el dinero y la atención ha modificado el comportamiento de los seres humanos volviéndolos más egoístas, narcisistas, competitivos, consumistas, desperdiciadores y los impulsa a participar en la carrera loca por alcanzar el futuro, situación que genera grandes conflictos cuando la mayoría comprueba que el beneficio económico no alcanza para llenar la complejidad del ser humano. Es aquí donde entra la cultura con toda su capacidad para expresar a través de sus símbolos y obras el sentir del ser humano.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La esfera cultural se caracteriza por manifestar las relaciones sociales, refleja el bienestar, la modernidad o el atraso, las esperanzas, los sueños, los mitos, las obsesiones, las carencias, los conflictos o las demandas de un pueblo, todo cabe en ella y también en ella encontramos las afectaciones del sistema económico sobre la sociedad. El rock como representación cultural refleja estas situaciones ya que desde tiempos antiguos los seres humanos han comunicado a través de la música su sentir sobre aspectos tan sencillos como la vida diaria, caminar, comer y bailar hasta la muerte, la guerra y la tragedia.

Así que la música es un buen referente para comprender las complicadas relaciones de los individuos con su entorno. A través de ella la cultura puede funcionar como una vía de demanda de los reclamos sociales cuando la vía política carece de credibilidad, cuando la heterogeneidad misma de la sociedad dispersa a los individuos y estos no encuentran la forma de organizarse para reclamar cuestiones de interés común. El rock adquirió justamente toda su fama por hablar de los problemas sociales que enfrentaban las clases oprimidas y por expresar las frustraciones de la juventud de la post guerra. Hoy en día el rock sigue siendo pieza clave para entender y manifestar los conflictos con el área económica, política, social o cultural de una época.

Es precisamente esta característica de rebelde y contestatario la que le ha generado mayor cantidad de críticas pues al mismo tiempo que adquirió fama por estar orientado a los problemas sociales, de haber sido censurado por los medios de comunicación y de convertirse en bandera de la rebelión juvenil, terminó por integrarse a la industria del entretenimiento convirtiéndose en un gran negocio. El rock se encuentra en medio del aparato económico que le permite existir y la cultura que lo arraiga con la participación social.

El surgimiento del rock propició el auge de toda una industria enfocada hacia los jóvenes ya que los empresarios se dieron cuenta de que el público estaba ansioso por consumir todo lo relacionado a sus ídolos. En México, el rock se convirtió en un medio para alcanzar la modernidad, como no había muchas tiendas de discos y abundaban discos de bolero, cha cha chá o música ranchera, la mayoría de los discos de rock eran importados y sólo los jóvenes de clase media tenían acceso a ellos -por el costo y por el idioma- sólo las clases más educadas entendían el contenido de las letras.

A los jóvenes de aquella época el rock les permitió alejarse de las estrictas normas sociales y del estado nacionalista con todos sus símbolos revolucionarios referentes al poder patriarcal. El rock

arraigó primero en la clase media y después llegó a las clases bajas, cuando en Inglaterra y Estados Unidos sucedió al revés: surgió de las clases marginadas para después convertirse en un gusto de clases altas. Fue por esta razón que sólo hasta después de un largo proceso de evolución, el rock mexicano comenzó a hablar sobre temas más apegados a la realidad de un público que no fuera sólo de clase media.

Fue hasta los años setenta cuando la *onda chicana* propició un cambio en el contenido de las letras, situación que no se puede entender sin tomar en cuenta los cambios en la estructura económica y cultural de la nación. El Estado patriarcal comenzó a ser cuestionado, los jóvenes de clase media se dieron cuenta de que la política económica sólo generaría más pobreza y de que sus oportunidades de progreso no eran tan reales. El Estado vio en esta rebeldía una amenaza a su estabilidad política y optó por la represión.

Después del Festival de Avándaro los medios de comunicación le cerraron las puertas al rock, pocos grupos lograron firmar con una compañía discográfica y la mayoría se refugió en los *hoyas funki* para seguir adelante con su música. Fue aquí cuando los chavos banda y los punks tomaron al rock como su bandera pero la falta de apertura en los medios de comunicación retrasó la creación de una buena infraestructura para la creación y difusión del rock. A mediados de los ochenta, la caída del régimen de Franco en España provocó un cambio en el contenido de las letras del rock en español y México se contagio del entusiasmo, asimismo, el alza en los precios del petróleo generó inflación y creó una necesidad inigualable por consumir.

Durante estos años consumistas y frívolos las canciones del rock mexicano se enfocaron en temas como las fiestas, los amigos, la compra de un auto nuevo, la moda, la citas con los chicos y los problemas con los padres. En aquel tiempo no se vislumbraban los grandes conflictos bélicos de los noventa, la esperanza de vida aumentó, los avances en la ciencia y la tecnología incitaron a la gente a tener más hijos, a formar familias y por supuesto, a exigir trabajo y servicios. En un principio, México pudo satisfacer estas necesidades pero después de la caída de los precios del petróleo, la desaceleración económica y la integración de la economía al libre mercado las condiciones de vida cambiaron mucho.

Al llegar la nueva generación de grupos a mediados de los noventa el cambio en el contenido de las letras fue notorio. A raíz de las crisis económicas las protestas contra el sistema económico se hicieron más frecuentes, los individuos comenzaron a quejarse de la mala distribución del ingreso,

del endeudamiento, de la inflación, de la escasez y el desempleo. El Estado se concentró en el comercio exterior, lo que generó endeudamiento, falta de ahorro y la pérdida de poder adquisitivo debido a la caída de los salarios. Los servicios de seguridad y salud pasaron poco a poco a la iniciativa privada y la falta de desarrollo en el campo provocó una fuerte migración. Toda esta situación originó un enorme descontento social.

Asimismo, la cultura moderna comenzó a promover la importancia de la persona, concebía el arte como posible sólo en la medida en que se opusiera a las convenciones sociales -especialmente de la sociedad burguesa- de ahí el éxito de las corrientes contraculturales. De esta manera, los jóvenes empezaron a ver en los movimientos culturales anteriores una representación del *status quo* que no les favorecía y arremetieron contra ellos alegando una lucha contra la represión y el conservadurismo. Así es como surgieron nuevos estilos de vida no sólo con la intención de derribar movimientos culturales anteriores sino para protestar contra los cambios en la estructura social misma.

Hoy la mayoría de las manifestaciones culturales modernas apelan a un comportamiento basado en los instintos y en el pensamiento poco racional mientras que el área económica se orienta más a la racionalidad. Esta contradicción genera sentimientos encontrados en los individuos quienes necesitan ser hombres productivos y racionales por la mañana mientras que por la noche o los fines de semana se dedican a la experimentación de la libertad y la diversión. Asimismo, la cultura promueve un estilo de vida materialista, hedonista, frívolo, seductor, consumista, extrovertido y multimedia.

En este contexto, hoy nos encontramos con individuos con expectativas institucionalizadas de crecimiento económico, de un nivel de vida en ascenso, con sueños de éxito y fortuna. Hoy todos reclaman un buen nivel de vida, una mejora económica, se multiplican los sentimientos anti esclavistas, la libertad se exige para cada miembro de la sociedad, las mujeres, los niños, los ancianos, los homosexuales, los discapacitados, etc. Pero sólo cuando la economía sea capaz de brindarle a los sujetos un buen nivel de vida, la convivencia será más agradable, bajarán los índices de delincuencia, disminuirá la marginación y el consumo se nivelará gracias al poder adquisitivo.

Si a esto agregamos que la burguesía dejó de ser la clase social que impulsa el desarrollo y los cambios positivos y que la globalización y el neoliberalismo se viven hoy como una especie de invasión extraterrestre que amenaza la soberanía, los recursos, el empleo y hasta la dignidad de

una nación, la clase empresarial o burguesa se mira con un poco de desprecio incluso por parte de sus mismos miembros.

Incluso los sujetos provenientes de clases acomodadas empiezan a copiar los estilos de vida de la clase baja, tal vez por la enorme presión que pesa sobre ellos para seguir multiplicando el dinero de la familia o por moda nada más. Lo cierto es que el estilo de los marginados, lo contracultural e incluso lo "naco" está de moda. Así que no debe sorprendernos que la mayoría de los integrantes de los grupos de rock aún viniendo de la clase media terminen por hacer suyos los reclamos de clases o sectores más bajos y marginados.

En realidad hoy todo mundo exige más, lo exige como un derecho y como los recursos no son suficientes para satisfacer las necesidades de todos comienzan los problemas entre el orden político cuya obligación es velar por los intereses de los ciudadanos y el orden económico cuyas limitaciones no permiten darle lo mismo a todos. Surgen el descontento, la marginación, las contradicciones, la violencia, la inseguridad y la convivencia se torna más difícil.

Es aquí donde el rock encuentra su fuente de inspiración ya que los mismos músicos padecen estas contradicciones. Ellos también están en la disyuntiva de ser un hombre moderno, capitalista, consumista, productivo y enfocado al éxito, a la fama y a la fortuna o encabezar la lucha tradicional por las causas sociales, los derechos de los más débiles, crear conciencia a través de la música y al mismo tiempo fomentar el disfrute, la diversión, el amor y la paz.

Durante la segunda mitad de los noventas los grupos de rock comenzaron a hablar de las historias de vida en las grandes ciudades, la violencia, la migración, los niños de la calle, las drogas, el desempleo, la manipulación televisiva, la falta de oportunidades y en algunos casos fueron obvias las referencias a los malos gobernantes. Cambio de letras que se agradece ante la creciente apatía de las nuevas generaciones por las causas sociales propiciada tal vez por la misma crisis económica, la falta de oportunidades, la baja calidad de la educación y el aumento de las horas ante el televisor.

También fue gracias a la apertura de algunos medios de comunicación que los grupos pudieron hacer llegar mensajes más claros sobre la situación social y económica, pudieron expresar su inconformidad, denunciar abusos y exhortar a la población a hacer un poco de conciencia sobre ciertos temas. Los grupos de rock comenzaron a simpatizar con causas sociales como el zapatismo,

los grupos ecologistas, la lucha contra el sida o los chavos banda. De hecho fue justo a raíz del levantamiento zapatista en 1994 que los grupos de rock empezaron a participar en conciertos a favor de la paz en Chiapas.

El rock mexicano retomó en esta época su derecho a criticar y denunciar los problemas de la sociedad. Hubo temas de Molotov como *El carnal de las estrellas* o *Gimme the power* que incluso estuvieron prohibidos en la radio nacional sin embargo, el grupo tuvo un gran apoyo por parte del público para que no se censurara la portada de su disco, ni sus canciones y se vendiera en todos los establecimientos posibles. En situaciones así el rock deja de ser sólo diversión y se convierte en un arma que impulsa y fortalece las transformaciones en los medios de comunicación y en la cultura misma de un país.

Sin duda alguna la música y en especial el rock seguirán colaborando con el cambio de conciencia, incitando a la reflexión, ejerciendo la denuncia y el desbordamiento de alegría porque los músicos traen dentro de sí mismos la capacidad de interpretar el sentir de la gente, pueden expresar a través de sonidos y palabras lo que muchos de nosotros tratamos de decir. El rock no es la clave de todo pero su discurso ha sido determinante en los procesos sociales y culturales de las últimas cuatro décadas a pesar de estar integrado a la industria del entretenimiento.

Y es precisamente con la industria del entretenimiento con la que más se tendrá que enfrentar en los próximos años. Antes de que la industria reclutara al rock entre sus filas el escenario para los músicos era bastante difícil. No era un oficio rentable, había pocas tiendas de discos, no había disqueras interesadas en el género, no existía la figura del representante o manager, no había foros con la infraestructura necesaria para un concierto y las estaciones de radio sólo se interesaban por el rock en inglés. Vivir del rock resultaba complicado (y lo sigue siendo).

Al surgir de nuevo el interés por el rock nacional las compañías discográficas organizaron concursos de bandas, editaron e importaron varios discos y parecía que por fin se alcanzaba la profesionalización y establecimiento de un escenario propicio para producir y difundir al rock. Pero el problema es que cuando una disquera decide promocionarlo, generalmente lo hace bajo los mismos parámetros con los que promueve al pop o a la música grupera. Empieza a pagar dinero para tocar el tema en la radio —con lo que sobreexpone el material-, les consigue entrevistas en revistas no consumidas por el público rockanrolero —con lo que pierden simpatía- y los mete en festivales que no vienen al caso —con lo que pierden autenticidad-.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Con estas estrategias de promoción los grupos adquieren una proyección nacional importante pero pierden algo de la magia subterránea que lo caracteriza, de ahí el viejo lamento del auditorio al decir que un grupo "se vendió" porque salió en Televisa, en la portada de la revista Eres, participó en el Aca Sound Fest, tiene video en MTV y suena en Estereo 97.7. La promoción a estos niveles rompe con el mito del rockero auténtico: rebelde, agresivo, atormentado, no comercial y cuasi pobre.

El rock tendrá que enfrentarse siempre a la lógica empresarial de las compañías disqueras cuyo objetivo principal es vender discos, de ahí las presiones para que los músicos elaboren canciones fáciles de digerir por un amplio sector de la población. Las compañías se enfocan en la búsqueda de ritmos fáciles, de tonadas pegajosas, caras y cuerpos bonitos que despierten el deseo en el auditorio mientras la música pasa a segundo plano. Culturalmente es lo que conocemos como estandarización. La búsqueda de públicos homogéneos a quienes se les pueda vender toda suerte de artículos, la música por supuesto, es uno de ellos.

Cuando se trata de vender, se recurren a los temas universales: amor, amistad, fiesta, abandono o soledad. A un cierto tipo estereotipado de belleza: piel blanca, delgados, simpáticos, jóvenes. A un estilo de vida: el de clase media. Incluso a un tipo de nacionalidad: la estadounidense o europea. Y los músicos se enfrentan a esto, se ven en la encrucijada de crear música para vender o crear la música que a ellos les interesa. Afortunadamente muchos grupos de rock deciden correr el riesgo de elaborar la música que les interesa a pesar de lograr pocas ventas e incluso perder el contrato con la compañía.

Otros terminan por ceder un poquito a cambio de tener una mayor proyección nacional o internacional y gozar de los beneficios que implica estar en una compañía disquera como seguridad jurídica, buena distribución, acceso a los medios de comunicación, coordinación de giras y presentaciones, elaboración de videos, horas de estudio, etc. Entendamos que si bien crecer al margen de la industria significa crecer con recursos propios y de acuerdo al talento, no cualquiera decide arriesgarse.

A últimas fechas grupos como Santa Sabina, Panteón Rococó o Los de Abajo decidieron experimentar el proceso de ser independiente, vivir de sus presentaciones, buscar sus propias redes de distribución, sus propios ingenieros, productores y creativos. Y a los tres les fue muy bien. De hecho esa parece ser la tendencia en vista de la enorme monopolización de los medios, la baja

calidad de los productos para satisfacer a un público poco exigente y ante el grave problema de la piratería. El principal problema es pueden tardar años en grabar un disco.

Para el público puede ser místico y agradable pero para el roquero representa la frustración de no poder llegar a un auditorio más amplio y difundir su mensaje. Bajo este escenario pareciera que el roquero sólo tiene dos caminos: comercializarse disciplinándose bajo los criterios de la disquera o seguir en el underground padeciendo los bajos sueldos, la inseguridad laboral, la poca audiencia y el riesgo constante de desintegrarse en cualquier momento. Afortunadamente, los avances tecnológicos como el internet, el formato mp3 y los programas de edición le permiten hoy a un grupo grabar y mezclar su propio disco sin tantas complicaciones.

Con esto no quiero decir que el rock haya caído en el puro comercialismo y que sólo los grupos independientes tienen una propuesta congruente. Dentro de la industria del entretenimiento hay ejemplos de grupos congruentes con su estilo musical y su actitud fuera del escenario como Café Tacuba, El Gran Silencio e inclusive Molotov quienes son muestra clara de que también se puede hacer negocio con rock diferente sin que esto signifique no vender una gran cantidad de discos y se requiera la búsqueda de un auditorio distinto.

De hecho, la manera de hacer rock ha cambiado tanto que ahora el mismo público ya no quiere aceptar a grupos como El Gran Silencio o Plástilina Mosh como rockeros, esto es sólo un ejemplo de cómo la cultura se esta volviendo híbrida. A últimas fechas la mezcla de géneros resulta ser la propuesta más fresca, rescatable y lógica en vista del enorme intercambio cultural entre las naciones. El Gran Silencio está combinando cumbia con rock, polka con electrónico, punk con vallenato y a mi parecer este es los que más se acerca a la concepción original del rock: desconcertante, transgresor -por la mezcla de géneros-, alegre y sin embargo, con un buen mensaje en las letras.

Asimismo, grupos como Molotov o Café Tacuba comienzan a quejarse del abuso que se ha hecho de las causas sociales para impulsar las ventas de discos. Muchos ya no quieren ser asociados con los conciertos a favor de o con canciones de protesta justamente porque se confunden las cosas. Para ellos una cosa es un grupo con sensibilidad hacia los problemas de la nación y otra que se los quiera utilizar como pretexto para defender causas que no se solucionan con un concierto. En realidad la rebeldía, la contracultura y las manifestaciones contra el orden económico y cultural cambian dependiendo de cada país, del entorno político y del grado de radicalismo y

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

comercialización. Digamos que el elemento contestatario del rock se adapta a la realidad contemporánea en todo el mundo.

La actitud sencilla y despreocupada de Café Tacuba, la introspección de Santa Sabina o la mezcla de géneros populares con rock y hip hop de El Gran Silencio, o la frivolidad de Plastilina Mosh o el cotorreo de Molotov sirven para comunicar algo que va más allá de la simple música. Sus producciones musicales son ejemplo de cómo no importando el género sigue presente de alguna manera el malestar contra los abusos del sistema económico y los conflictos en el área cultural.

Hoy un rockero puede ser el rostro de una famosa marca de cosméticos, de un refresco o de una compañía de ropa deportiva sin que esto signifique que no pueda enviarle mensajes de descontento a los gobiernos para que modifiquen su política. Por lo tanto, urge crear nuevos modos de concebir el rock ya que este género musical es el único que ha sido criticado por haberse integrado a la industria del entretenimiento. Urge derribar el mito de que el rock está fuera del sistema.

En México, los problemas económicos, culturales y sociales que enfrentamos durante la última década nos llevó a un punto donde casi ninguna esfera de la actividad humana dejó de expresar su malestar contra estos conflictos y el rock no podía ser la excepción. Ningún mexicano dedicado a la actividad artística, a comunicar, a transmitir sentido o puntos de opinión, como todo músico directa o indirectamente lo hace, podían dejar de tratar los temas que centraron la atención durante los noventa.

El rock mexicano de los noventa es todo un rompecabezas que va desde los grupos de la vieja guardia, las nuevas propuestas cargadas de energía y estilos, la crisis de la industria discográfica a causa de la piratería, la corrupción en radio, el poder de la televisión, la falta de espacios adecuados y el propio contexto del país. En concreto problemas de tipo económico y cultural que transformaron al rock. Pero a pesar de estas dificultades y caminos que se cruzan, el rock sigue siendo el género donde se dibujan las vivencias, los sueños, las demandas, frustraciones y utopías de una juventud diversa, conflictiva y muchas veces apática.

Si el rock mexicano se diversificó tanto en los últimos años fue precisamente por esta polaridad de la juventud y de la sociedad entera porque el rock es como México: diverso, conflictivo y contradictorio. Así como muchas canciones manifestaron cierto tipo de malestar otras fueron el

claro ejemplo de la apatía y frivolidad de otro amplio sector de la población. Hace tres décadas el mito del rock como símbolo de rebeldía se sustentó por los movimientos contraculturales que lo utilizaron como bandera pero ahora es parte de la industria del espectáculo y asumirlo con todas sus variantes representa una oportunidad para entender de que manera se conjugan subjetividades, generaciones, tiempos, industrias y públicos en un mismo fenómeno cultural.

Hace falta entender que rockero no es sinónimo de sexo, drogas, violencia e incompreensión sino de personas que trabajan en el arte de hacer música y como cualquier otro trabajo merece un reconocimiento y un pago por ello. Sin bien el rock ha cambiado su manera de producirse, distribuirse y difundirse con lo que perdió la magia o la nostalgia de épocas pasadas, sigue siendo un método sutil de percibir el mundo. Probablemente la mayor crítica hacia el discursos del rock sea la de no poder cambiar nada a un nivel más masivo pero debemos reconocer que a nivel individual tiene el poder de transformar el espíritu y el entendimiento.

El rock podría parecer el pretexto ideal para que algunos jóvenes alcancen la gloria al mismo tiempo que propician la expansión de un amplio sector industrial pero eso no le robará nunca la capacidad de removernos el corazón y la razón. El rock ya no hace temblar a ningún gobierno o clase social pero sigue protestando aún cuando esté completamente integrado a la industria del entretenimiento y eso es de agradecerse.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 1

	Período 88-94 Carlos Salinas de Gortari	Período 96-2000 Ernesto Zedillo
PIB	3.9%	5%
DÉFICIT PÚBLICO	7% del PIB	1.25% del PIB
INFLACIÓN	51.6% en 1988 a 7 % en 1994	51.9% en 95 a 13% en 1999
SALARIO MÍNIMO	17.60 pesos en 1988 a 13.40 pesos en 1994	11.43 en 95 a 11.39 en 98
TIPO DE CAMBIO	2,285 pesos por dólar en 1988 a 3.43 pesos por dólar en 1994	11.08 en 1999

Fuente: *MUY Especial*, Dinero y Economía, 1998.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ANEXO 2

Tendencias de las ventas de grabaciones musicales (1986-96) y previsión para el 2001.

	1986	1991	1996	2001
Valor de las ventas mundiales (millones de dólares)	14 000	26 506	39 766	61 098
Volumen mundial de ventas (millones de unidades)	1 800	2 393	3 382	5 276
Porcentajes según formato (% del volumen de ventas)				
Sencillos	21.4	10.8	11.5	n.a.
Elepés	30.1	5.1	0.5	n.a.
Casetes	42.4	52.2	34.5	n.a.
Discos compactos	6.1	31.9	53.4	n.a.
NOTA: El cuadro sólo estima ventas legales; no incluye las ventas de productos piratas. *Estimación				

Fuente: International Federation of Phonographic Industries (IFPI).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 3

Hola:

Quisiera agradecer personalmente a toda la raza que ha escrito bien y ha escrito mal.

Algunos están listos para luchar por esto, otros nos están escupiendo en este momento.

Quisiera reafirmar que nuestra diferencia de ideas es lo que va a construir nuestro futuro.

Lo importante en todo esto no es quedar bien con nadie. No importa lo que se opine de Jaguares o de mí en lo personal.

Porque la búsqueda de una estabilidad nacional que nos conduzca al camino de la paz es mucho más importante que cualquier otra cosa.

Una vez mas reitero mi agradecimiento a toda la raza porque de los debates construiremos un nuevo camino.

Estamos viendo nacer en nuestro propio micro mundo la verdadera democracia, y la estás construyendo tu raza.

Su carnal que los admira y los respeta mucho,

Saúl

Fuente: www.imaginame.net

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 4

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Ventas Mundiales De Grabaciones Musicales en 1995

	Valor de las ventas (millones de dólares)	Valor de las ventas (millones de unidades)	Valor de ventas/persona (dólares por persona)	Volumen de ventas/persona (unidades por persona)
América del Norte	1 113,1	77	39,10	2,7
Canadá	12 102,0	1 035	46,00	3,9
Estados Unidos				
Subtotal	13 215,1	1 112	45,33	3,8
América Central y del Sur	1 053, 1	75	6,52	0,5
Brasil	299,0	61	3,30	0,7
México	697,6	57	3,68	0,3
Otros				
Subtotal	2 049,7	193	4,64	0,4
Europa	2 391,8	134	41,17	2,3
Francia	3 269,6	223	40,32	2,8
Alemania	716,5	39	46,53	2,5
Países Bajos	2 571,6	220	44,11	3,8
Reino Unido	4 447,2	385	10,68	0,9
Otros				
Subtotal	13 396,7	1 001	21,26	1,6
Asia	7,552,1	320	60,32	2,6
Japón	2 068,2	683	0,77	0,3
Otros				

Subtotal	9 620,3	1 001	3,43	0,4
Australia	790,8	52	36,44	2,4
África	270,9	40	1,21	0,2
Oriente Medio	345,9	92	2,39	0,6

Solo ventas legales; no incluye las ventas de productos piratas

Esta tabla muestra el crecimiento de la participación de América Latina en el mercado mundial de la música.

En especial México que ocupa el segundo lugar después de Brasil en cuanto a consumo musical.

Fuente: International Federation of Phonographic Industries (IFPI)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 5

Piratería

PAÍS	MILLONES DE DÓLARES	PORCENTAJE DEL MERCADO
CHINA	600	90%
RUSIA	240	65%
MÉXICO	220	65%
BRASIL	200	50%
ITALIA	180	25%
PARAGUAY	110	95%
TAIWAN	100	45%
INDONESIA	65	55%
MALASIA	40	65%
GRECIA	40	50%
CDs y KCTs originales vendidos en México hasta octubre del 2001: 50,153,278 unidades		
Ventas piratas: 74,487,451 unidades		
Estimado de discos piratas producidos en 2001: 119, 375, 890 unidades		
Porcentaje por idioma: 85 % español y 15% inglés		

Fuente: *Reforma*, 24 de diciembre de 2001.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

BIBLIOGRAFÍA

- Anaya, Benjamín. Neozapatismo y rock mexicano, México, Ediciones La cuadrilla de la langosta, 2000.
- Attali, Jacques. Ruidos: ensayos sobre la economía política de la música, México, Siglo XXI, 1995.
- Bartra, Roger. La jaula de la melancolía, México, Editorial Grijalbo, 1987.
- Bell, Daniel. Las contradicciones culturales del capitalismo, México, Editorial Alianza-CONACULTA, 1977.
- Biagi, Shirley. Impacto de los medios, México, International Thompson Editores, 1999.
- Bourdieu, Pierre. Sociología y Cultura, México, Editorial Grijalbo-CONACULTA, 1978.
- Chimal, Carlos (comp.). Crínes. otras lecturas de rock, México, Ediciones Era, 1994.
- De Garay, Adrián. El rock como práctica cultural, México, Umbral XXI # 4, Universidad Iberoamericana, 1990.
- De Garay, Adrián. (comp.) Simpatía por el rock, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1993.
- Dornbierer, Manú. El pino-saurio, la bestia política mexicana, México, Editorial Grijalbo, 1994.
- Douglas, Mary. El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo, México, CONACULTA, 1990.
- Eco, Umberto. Apocalípticos e Integrados, Barcelona, Editorial Lumen, 1988.
- Esteinou Madrid, Javier. Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía, México, Editorial Nueva Imagen, 1983.
- García Canclini, Néstor. Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad, México, Editorial Grijalbo, 1990.
- García Canclini, Néstor. (coord.) Cultura y comunicación en la Ciudad de México, México, Editorial Grijalbo, 1998.
- Gómez Pérez, Rafael. Rock, historia y análisis del movimiento cultural más importante del Siglo XX, Madrid, Editorial Drac, 1994.
- González, Jorge A. La cultura en México I Cifras Clave, México, CONACULTA, 1996.
- González, Jorge A. Más cultura, México, CONACULTA, 1994.
- Gutiérrez Vivó, José. El otro yo del mexicano, México, Editorial Océano, 1998.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Hebdige, Dick. Subculture: The meaning of style, London; New York, Editorial Routledge, 1991.
- Hernández, Julián. ¿Hay vida inteligente en el rock? España, Ediciones Temas de Hoy, Colección Pandemonium, 1999.
- Limongi, Toni. Molotov, México, Editorial La Máscara, 1999.
- Lipovetsky, Gilles. La era del vacío, Barcelona, Anagrama, 1986.
- López, Julio. La música de la posmodernidad: ensayo de hermenéutica cultural, Barcelona, Editorial Anthropos, 1988.
- Marroquín, Enrique. La contracultura como protesta, México, Joaquín Mortiz, 1975.
- Méndez Morales, José Silvestre. Pasado, presente y futuro de la economía mexicana, México, Panorama Editorial, 1995.
- Muggiati, Roberto. Rock and Roll, México, Siglo XXI, 1974.
- Roura, Víctor. El viejo vals de la casa: textos de periodismo musical, Puebla, Universidad Autónoma de Puebla, 1984.
- Thompson B., John. Ideología y cultura moderna, México, UAM Xochimilco, 1998.
- Urteaga, Maritza. Por los territorios del rock, México, Instituto Mexicano de la Juventud, 1998.
- Valenzuela Arce, José Manuel y González Fernández, Gloria. (coords) Oye como va: recuento del rock tijuaneño, México, Instituto Mexicano de la Juventud, 1999.
- Zermeño, Sergio. La sociedad derrotada: el desorden mexicano de fin de siglo, México, Siglo XXI, 1996.
- Zolov, Eric. Rebeldes con causa, la contracultura mexicana y la crisis del Estado patriarcal, México, Editorial Norma, 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

HEMEROGRAFÍA

- Acosta Córdova, Carlos. "Ernesto Zedillo no ha cumplido lo que prometió: va a ser doloroso y a nadie le va a gustar", *Proceso*, 28 de agosto de 1995.
- Adad, Oscar. "Salón Victoria y Panteón Rococó", *Encore*, julio 1998.
- Alcelay, Marisol. "MTV Latino", *Switch*, noviembre de 1998.
- Anaya, Benjamín. "El rock como espectáculo político", *Generación*, diciembre de 1997.
- . "¿Contracultura y rock mexicano?", *Generación*, febrero 1997.
- Arreola, Alonso. "¿Y dónde jugará Molotov?", *Pulse! latino*, octubre de 2001.
- Barajas, Abel. "México, tercero en venta de discos pirata", *Reforma*, 24 de diciembre de 2001.
- Blanc, Enrique. "Carrilla pura al estilo Molotov", *El Financiero*, 30 de abril de 1998.
- Bonasso, Federico. "Rock y sistema", *Generación*, diciembre de 1997.
- Cano, José David. "El underground contra el malestar político, social y cultural del país", *El Financiero*, 9 de enero de 2001.
- Castillo, Alberto. "Bajan el volumen", *Reforma*, 30 de septiembre de 2000.
- Celis Estrada, Carlos. "Morbo, gore y la Sekta Core", *Switch*, junio de 1998.
- Correa, Guillermo. "Cada quien sus cifras: INEGI, Zedillo, Ortiz, Oñate, Terrones, Larios y Oscar Espinosa se hacen bolas con el desempleo", *Proceso*, 28 de agosto de 1995.
- Corro, Salvador. "Lo que Zedillo olvidó: Chiapas, la pobreza, los indígenas, la violencia...", *Proceso*, 5 de septiembre de 1999.
- Cortés, David. "Molotov: subir al cielo para perder el detalle", *Pulse! Latino*, febrero de 2000.
- Cruz Bárcenas, Arturo. "Acapara la piratería el 63% del mercado nacional de fonogramas", *La Jornada*, 18 de mayo de 2001.
- Cue, Alberto. "Por una modernidad alternativa" entrevista con Bolívar Echeverría, *La Jornada Semanal*, 2 de junio de 1996.
- Damage, Güili. "Sekta Core, el baile y el slam", *Círculo Mixup*, octubre de 2000.
- Déciga, Zuelika. "La payola", *Generación*, diciembre de 1997.
- Fernández, Alfredo. "Sekta Core", *Complot*, agosto de 1998.
- Fernández Meza, Rebeca, "La avalancha de la nostalgia", *Círculo Mixup*, diciembre de 1996.

García Bermejo, Carmen. "Concierto para los hombres de maíz", *El Financiero*, 28 de febrero de 2001.

González, Carlos Jesús. "Discos piratas itodos al abordaje!", *La Mosca*, Año 2, N° 60.

-----"Gustavo Santaolalla, arquitecto del rock en español", *La Mosca*, Año 9, N° 62.

Grego, Rafael. "¡Tócala de nuevo, Sam! Los programadores de radio en el D.F.", *Círculo Mixup*, noviembre de 2000.

Guadarrama, José de Jesús. "El negocio de las estrellas", *El Financiero*, 7 de julio de 1997, p.26.

Guzmán, Pedro. "El Gran Silencio iarriba Nuevo León!", *Pulse! Latino*, noviembre de 1998.

Juárez, Norberta. "Con la música en las venas", *Reforma*, 20 de abril de 2001.

Márquez, Ana. "Una tipa en México y en el fin de milenio", *La Jornada Semanal*, mayo de 1998.

Monsalvo, Sergio. "El triste rock del radioescucha", *El Búho, Excélsior*, 23 de agosto de 1998.

Muñoz, Selene. "El rock se queda en lo indispensable para poderse vender", *El Financiero*, 1° agosto de 1997.

Paredes Pacho, José. "La otra modernidad", *Reforma*, 21 de abril de 2002.

Roura, Víctor. "¿El rock es un fenómeno aún?", *El Financiero*, 25 de septiembre de 1996.

-----"Los nuevos héroes del rock", *El Financiero*, 30 de septiembre de 1996.

-----"El arte dominado por los medios electrónicos", *El Financiero*, 23 de abril de 1997.

-----"Joaquín Sabina en el Auditorio Nacional", *El Financiero*, 24 de abril de 1997.

-----"Casa propia", *El Financiero*, 20 de octubre de 1997.

-----"Negocio de negociantes", *El Financiero*, 17 de noviembre de 1997.

-----"El éxito de la vulgaridad", *El Financiero*, 18 de febrero 1998.

-----"No logo", *El financiero*, 3 de septiembre de 2001.

-----"No logo II", *El Financiero*, 4 de septiembre de 2001.

-----"El rock del nuevo siglo", *El Financiero*, 21 de mayo de 2002.

Rueda, Marco A. "10 años de rock en español", *Círculo Mixup*, septiembre de 1997.

-----"El chúntaros style de El Gran Silencio", *Círculo Mixup*, octubre de 2000.

Reyes, Rosario. "Molotov y la Remigio", *El Financiero*, 12 de diciembre de 1998.

- Soler, Jordi. "El rock mexicano es un niño de 30 años", *Complot*, abril de 1997.
- Tapia, Andrés. "Un tal Mr. P. Mosh", *Circulo Mixup*, marzo de 1998.
- Torres, Deyanira. "La hostia psiquiátrica", *Complot*, diciembre de 2001.
- Vázquez, Juan Alberto. "¿De qué privilegios goza Saúl?", *La Mosca*, noviembre de 1999.
- Velasco, Xavier. "Tiempo de mosharse", *Switch*, enero de 1999.
- Viterbo, Felipe. "Plastilina Mosh: La venganza de Moctezuma", *Switch*, abril de 1998.
- Wizel, Uriel. "Plastilina Mosh, niños bomba y otros game boys", *Switch*, noviembre de 1997.
- s/a "El Tri, hierba mala nunca muere", *Complot*, abril de 1997.
- s/a "¿Quieren que les cuente un cuento? Las víctimas del doctor cerebro", *Complot*, abril de 1997.