



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
"ARAGON"

"ANALISIS DEL ROCK EN ESPAÑOL COMO PRODUCTO DE LA MERCADOTECNIA Y SU CORRELACION EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO: 1987 - 1991"

## TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA  
P R E S E N T A  
LETICIA RAMOS CASTRO

ASESOR: LIC. CARLOS DAVID ZARRABAL ROBER.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

MEXICO, D. F.



## **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 está 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.

## I N D I C E

	Pág.
INTRODUCCION.....	4
CAPITULO	
I EL ROCK EN ESPAÑOL COMO MOVIMIENTO MUSICO-SOCIAL.....	7
1.1 El rock.....	14
1.2 El rock en español.....	21
1.3 La integración del rock en español a la sociedad mexicana.....	25
1.4 El rock mexicano.....	29
1.5 Surgimiento del rock en España.....	46
CAPITULO	
II EL ROCK EN ESPAÑOL COMO PRODUCTO DE LA MERCADOTECNIA.....	50
2.1 La industria cultural del entretenimiento.....	51
2.2 Los mecanismos de comunicación organizadores de grupos de rock en español.....	64
2.2.1 La empresa discográfica.....	65
2.2.2 Divisiones de la empresa discográfica.....	74
2.2.2.1 Fabricante de discos.....	75
2.2.2.2 Productor de fonogramas.....	75
2.2.2.3 Manager.....	79
2.2.2.4 Departamento de mercadotecnia.....	83
2.2.3 Otras empresas.....	87
CAPITULO	
III LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL IMPULSORES DEL ROCK EN ESPAÑOL.....	99
3.1 Radio.....	91
3.2 Televisión.....	101
3.3 Prensa.....	108
3.4 Cine.....	121
CAPITULO	
IV LA MANIFESTACION DE CONCERTACIONES MASIVAS.....	137
4.1 Discografía.....	140
4.2 Conciertos.....	171
4.3 Tianguis del Chopo.....	197
4.4 Encuestas para el rock.....	199
CONCLUSIONES.....	206
LISTA DE REFERENCIAS.....	218

## INTRODUCCION

El rock en español alcanzó gran popularidad a finales de la década de los ochentas gracias a las frecuentes organizaciones de conciertos y a la difusión de programas radiofónicos que lanzaron a la fama a cientos de jóvenes exponentes; la mezcla de estilos fue la tónica general de esta época alterada por la irrupción de una música capaz de movilizar a los adolescentes.

Hasta hace no mucho tiempo (no más de tres años) realizar una presentación masiva de rock en México era una aventura incierta. A la inexperiencia e improvisación de los organizadores se sumaba el temor y la intolerancia de los gobernantes en turno contra las expresiones juveniles que escapaban a su comprensión y control. Ahora la cosa se afloja, sin que deba tomarse como una concesión, sino como el tardío respeto a un derecho.

Este trabajo tiene como propósitos centrales: testimoniar y reflexionar sobre el devenir rockero en varias vertientes, culturalmente accidentadas, trascendentes y conmovedoras, así como rastrear sus mecanismos de ingreso en la industria cultural del entretenimiento que les proyectó a las masas.

Como todo producto comercial, resulta difícil, por no decir imposible, que una organización sea cual fuere su participación en el proceso de la producción, no pueda conciliar los intereses económicos con los artísticos que convierten al rock en mercancía.

Algo digno de aclarar es que el presente análisis no trata de denigrar la integridad y sensibilidad del rock al expresarlo como producto (vil mercancía que por un puñado de monedas se vende al mejor postor), es una situación contraria, al descubrir sus posibilidades, limitaciones, aciertos y errores, además de confirmar los ciertos de personas que trabajan con pasión, coraje y persistencia en su realización y logros, crea la admiración y dignifica la enorme labor que enfrentan día con día las bandas de rock en su gran batalla.

A lo largo del primer capítulo se manifiesta la lucha y aceptación social que el rock castellano tuvo en su camino hacia la masificación. Antes de Radio Futura, Caifanes, Soda Stereo, Mecano, Maliciosa Vecindad y los Hijos del Quinto Patio hubo cientos de grupos que no tuvieron acceso a los medios de comunicación, como tampoco la oportunidad de grabar, lejos de esa derrota y en contra de toda esa prohibición siguieron existiendo y peleando, ahora son ellos los nuevos empresarios de los tratos con los dueños de la industria y medios.

En el segundo apartado se desglosan algunas de las aportaciones creativas que el equipo de producción realiza en la fabricación del producto musical llamado disco.

El mercado rockero se expande gracias a la ayuda de los avances tecnológicos, así explora no sólo el campo sonoro con discos y cassettes, también en lo visual en la prensa y en programas televisivos,

de cine y con el nacimiento del video-rock, claro que para la industria lo importante es lo cuantitativo del consumo que define a las masas juveniles y no tanto la expresion del ser humano.

En el tercer capitulo se presenta de manera singular el seguimiento de programaciones radiales y televisivas, asi como de las publicaciones en los medios escritos donde el rock tiene un espacio.

Por ultimo, la cuarta seccion esta dedicada a los productos de rock que directamente pone a la venta la industria cultural del entretenimiento.

## CAPITULO I

### EL ROCK EN ESPAÑOL COMO MOVIMIENTO MÚSICO-SOCIAL

*" Pero el rock no tiene la culpa de lo que pasa aquí son las rentas de su crisis, de su civilización. Pero el rock no tiene la culpa de su reputación."*

*Miguel Ríos.*

La música forma parte de una necesidad existencial humana que no es fácil describir, pero que está presente desde hace mucho tiempo atrás -imposible determinar cuantitativamente-.

La música es indudablemente, la más abstracta de las artes: su misma materia prima no existe espontáneamente en la naturaleza, sino que es una creación absoluta del hombre "... la partitura musical, sólo es una "guía" para la reproducción de una obra, que nadamás se presenta en la realidad mientras es ejecutada." (1).

Si un artista con talento expresa esa idea a través de una obra, o un poeta la canta en sus versos, o un músico trata de transmitirla con sus sonidos, no será la música en sí la que nos conmueva principalmente, sino lo que alrededor de ella puso el artista, las implicaciones que encontró, la forma que le dio a su expresión, ese cuerpo que no podemos analizar ni demostrar totalmente con la lógica absoluta, porque hay en ella algo que escapa inexorablemente a la razón, ya que la supera.

De acuerdo con Cristián Caballero existen tres características musicales primordiales del mensaje artístico: originalidad, espontaneidad y desinterés. "Si el artista siente el deseo de decirnos algo



es porque evidentemente posee una cosa nueva y original que comunicarnos, ya que de otra manera el mensaje disminuiría en interés, el mensaje habrá nacido de un deseo de comunicación, de una necesidad de compartirlo, el interés del autor se centrará en el mismo mensaje, sin implicaciones que lo desvirtúen de su esencia, entonces tenemos que le será desinteresado." (2)

Desde el punto de vista de Caballero, podemos clasificar las obras musicales en tres grandes divisiones:

a) música folklórica, que es la expresión espontánea y auténtica de un grupo humano, sea racial, histórico o cultural.

b) música alta o música culta, indebidamente llamada con cierta frecuencia "música clásica", que haciendo sus raíces remotamente en el folklore, constituye un mensaje de individualidad y por lo tanto de originalidad plena, alcanzando una elevación que incluye en mayor o menor grado las tres cualidades antes mencionadas.

c) música comercial en la cual la originalidad decae, pues busca algo tan bien conocido que puede ser inmediatamente comprendido y gustado sin dificultad por el público, y que probablemente obedece no a una espontaneidad, ni a un desinterés, sino a un propósito económico, sea como promoción directamente comercial -música publicitaria- ó como fuente de provecho personal en dinero o en popularidad. Esta música es por esencia pasajera: depende mucho más de la moda que de

cualquier otra circunstancia para su éxito. Su cualidad artística, por lo tanto, es escasa por regla general. (3)

Pero tampoco podemos perder de vista que el género no da la calidad, y que proporcionalmente pueden existir trozos folklóricos y aún comerciales que tengan más valor que una sinfonía o una ópera deficiente por alguna causa. Y también que una cosa es el gusto personal y otra muy distinta la calidad artística: cualquiera puede entusiasmarse -y está en su derecho- con un trozo intrascendente, y en cambio puede quedarse frío ante una obra maestra que no comprenda. Pero precisamente por eso resulta importante e interesante tratar de encontrar el camino de comprender, aunque ello resulte arduo, las obras maestras.

La música ha sabido expresar la capacidad de movimiento histórico en la mayoría de sus facetas, ha sido una manifestación dimensional para lo que no es posible encontrar paralelo alguno. La evolución humana se ha materializado en términos generales en las pautas musicales derivadas de ella misma: un arte que conlleva el sello de nuestro propio desarrollo. La funcionalidad de la música, es preciso afirmar, ha plasmado la determinación del movimiento social época tras época. Esto es "La función de la música, a la larga determina su forma y estilo, cuando la función cambia, nuevas formas y nuevos estilos nacen y los viejos tienden a modificarse y/o desaparecer." (4)

El sentido de las composiciones varió socialmente de una clase a otra, el auditorio también y los instrumentos que se utilizaron no se

escaparon tampoco a la determinación enunciada. Por lo mismo la música se convirtió en una expectativa artística fomentada contextualmente y acogió en esta medida la forma de los requerimientos sociales que la conformaron. Su uso determinó consecuentemente la estructura que históricamente asumió.

En todas las comunidades es posible observar un interés por la producción y el consumo del arte; el tipo y contenido de la actividad artística, elaborada y difundida cambia según las características sociales, culturales y económicas de la congregación a la que se refiere.

Los críticos de la música piensan que "... no hay un acuerdo general sobre la naturaleza y la función de la música, su lugar en la sociedad y en los problemas contemporáneos." (5)

Entre tanto, si la materia prima que constituye toda obra es producto de factores tales como: el dibujo, color y relieve sonoros; es pertinente afirmar que corresponde por lo mismo a prerrogativas de cada tiempo de gestación, es como se mencionó, un producto histórico. Cada músico de cada época utiliza los recursos que tiene a la mano, así responde a los requerimientos expresivos que sitúan su creación. De esta forma es posible distinguir a un músico de determinada época de un lugar a otro en función de los elementos utilizados.

Los factores socioeconómicos permiten también diferenciar a un creador, en relación de la instrumentación musical al que se tiene

acceso, aunque esté sometido a la multitud de influencias internas o externas a la sociedad que le da origen. Conforme a esto, la música sinfónica, resultado de una notación precisa producida para el gusto del público selecto, debemos ubicarla en el contexto de la sociedad clasicista que creaba música para le solaz de la clase en el poder. Por el contrario, a la música popular, la base del folklore actual, podemos reencontrarla en el ámbito del pueblo dominado, sin mayores recursos técnicos, pero con una enorme capacidad sentimental de expresión. El blues, por ejemplo, emana de un ritmo laboral que utilizaban los negros en las plantaciones sureñas de los EUA en los tiempos del esclavismo.

Las necesidades sociales de los estratos que configuraban a la sociedad en turno determinó la producción de todo tipo de bienes y servicios en sus diversas formas, así la música tuvo un carácter mercantil, llegó entonces el tiempo en que el parámetro conductual de la producción musical vino a sumarse en una economía de mercado, tan manifiesta como generalizada. La música se convirtió en mercancía y comenzó por ende a compenetrarse en los patrones del móvil de las relaciones sociales de producción.

La circulación de la información artística se encuentra socialmente determinada a medida que la creación de ésta se transforma en mercancía, puesto que su realización está sujeta a las leyes generales de producción.

En este sentido, la publicidad interviene entre la producción y el consumo, "... se trata de un gran engrane importante en el mecanismo de la economía de mercado, en la adaptación de la oferta a la demanda y de ésta a la oferta." (6)

Sin embargo, "No se puede registrar y entender de manera efectiva la música de cualquier grupo, si no se comprende el contexto cultural dentro del cual vive ésta, sus actitudes hacia ella, así como tampoco se puede estudiar los usos que la cultura hace con la música y cómo ésta refleja los valores de la sociedad sin entender la música en sí misma." (7)

Numerosas formas de expresión musical surgen al mismo tiempo que otras desaparecen prácticamente al no contar con el debido patrocinio para su supervivencia.

Todos los sectores sociales pueden hoy en día elegir su propio ritmo y lenguaje en relación a sus necesidades existenciales, por lo tanto, la diversidad de mensajes inherentes a la productividad es enorme.

La música condicionada por elementos diversos que la conforman quedó a disposición de la evolución de los intereses, pero en especial, de la calidad de trabajo que era socialmente necesario para producirla. El comercio, por lo mismo, se manifestó cada vez y en mayor medida determinadamente esencial de un proceso que la converti-

ría en una mercancía susceptible de adquisición en términos monetarios.

La música pasó a ser así una mercancía que nutre el inmenso arsenal de las naciones más desarrolladas dentro de las formaciones capitalistas. Se convirtió en un artículo de consumo, muchas de sus manifestaciones se separaron del arte propiamente dicho.

Mientras tanto, los intérpretes se adaptaron a estas prerrogativas del avance tecnológico, y el rock es el que mejor supo aprovechar la coyuntura contemporánea.

A finales del Siglo XX, la moda es decisiva en la aceptación del público en su forma de consumidor, para que sobreviva un ritmo musical hay que entrar en las nuevas corrientes.

### 1.1 El Rock

Desde hace más de treinta años, una poderosa revolución tomó forma sin partido político, sin discurso electoral e incluso sin manifestaciones ideológicas -propiamente dichas- para enunciar los fines y caminos de los numerosos revolucionarios.

Por primera vez en la historia de la humanidad una profunda revolución social, económica, moral y cultural eligió proclamar su radicalismo a través de la música, las canciones y los grupos estrerias de rock.

Al principio no se tomó en serio, pues se imaginaban que era una moda pasajera, algo más que acabaría por pasar como lo había hecho el charleston o el swing.

En la gestación del rock intervienen de una manera decisiva múltiples corrientes musicales como el country, el blues, el rhythm and blues, el jazz y el swing. Roberto Muggiati afirma que "... la conjugación explosiva de esas ... corrientes ... forman el estilo denominado rock and roll." (8)

Al principio, esta fusión se limitó a ser difundida entre la comunidad negra del sur de los EUA, sin embargo, paulatinamente varios cantantes blancos comenzaron a adoptar el repertorio de los negros y grabaron sus propias versiones.

El rock and roll fue el punto de partida con sus características musicales y de baile. Por lo que respecta al aspecto lírico debe su razón de ser a su entorno social, hace treinta años el mundo se encontraba finalizando una guerra mundial, vemos así que las canciones hablan sobre los problemas de integración familiar, la brecha generacional, la resistencia a la escuela, la resistencia al principio de autoridad representado por la escuela y las exigencias paternas, los conflictos de comunicación con la pareja y otros que se atrevieron a incitar a la práctica del sexo; políticos o literarios los líricos son importantes, los autores se preocupan por darle a la música un texto responsable.

De lo que se desprende que el rock también es comunicación colectiva, como parte de la cultura siempre busca lo comunitario, la solidaridad como elemento central de la estructura social, es decir, el rock como asunto de la mayoría de los jóvenes, elimina entre ellos la propiedad privada para estimular la convivencia y compartir lo propio a las multitudes.

Por lo que toca al aspecto musical, la estructura simple de sus canciones permite que cualquier muchacho que sepa tocar en guitarra las notas básicas pueda acompañarse al cantar su canción favorita de rock. De ahí se deriva también otro nombre que se le atribuye a este movimiento: la música 4X4, puesto que la mayoría de sus canciones pueden armonizarse con un "... círculo, o sea, que con saber tocar cuatro acordes, que eran cuatro notas musicales eslabonadas ..." el grupo interpretaba rock. (9)

Esto quiere decir que no hay que ser músico, en el sentido formal de la palabra, con estudios en conservatorios para poder tocar rock, sus intérpretes son auténticos alumnos de la calle; el tiempo y la competencia exige la perfección, es por esto que se está poniendo de moda tocar bien.

Lo esencial para formar un grupo de rock es una batería, guitarra y bajo, estos llevaron a la fama a The Beatles, Rolling Stones y Beach Boys, conforme la historia avanzó se añadieron otros instrumentos tales como el saxofón, trompetas, flauta, violines, violas,



violonchelos, piano, etc.; por lo que respecta a la tecnología pasada de la consola de 16 canales a las computadoras y a la utilización de los sintetizadores que facilitan el modo de grabar, todo según lo requiera la expresión y el ritmo de banda.

El investigador francés David Buxton aclara que hay dos tipos de rock:

- a) el de arte elevado y
- b) el de arte de masas, es decir, el rock comercial.

El primero lo tocan los grupos para los cuales no es prioridad el componer para su compañía grabadora y esperar que su producto venda miles de discos, por estas características se dice que son las bandas del "underground", los que componen y tocan por placer y necesidad de expresión.

Para los segundos su ilusión es grabar y vender, su labor no es tampoco artesanal, es el rock guiado por la necesidad industrial, no deja de pertenecer a la cultura, es parte, pero sus fines son económicos.

Muchos de los grupos actuales son comerciales puestos que graban en empresas multinacionales de la plastificación y aparecen en la radio y televisión. Ellos defienden su posición argumentando que "Mientras no cedas en ninguno de tus conceptos o raíz por estar en los me-

dios y por ello cambies lo que quieras expresar no eres un producto netamente comercial." (10) afirmó Humberto Calderón ex-integrante de Neón, ahora director artístico del sello Culebra Records en BMG/Ariola, opinión compartida por la mayoría de los grupos exponentes del mencionado género.

El rock es una expresión cultural compuesta por diversos elementos, pero su punto de arranque consiste en poseer un mensaje en última instancia musical. El rock es y será música, es su lenguaje constitutivo y reproductivo a partir del cual ha ido generando y articulando formas culturales y de vida diversos.

Con The Beatles el rock perdió el roll, éste ya no fue "... indispensable... ya los temas tienen vida propia y no necesariamente son bailables..." (11)

El rock se convirtió en un gran motor de la música en los últimos años con una fuente constante de intérpretes y compositores que supieron conjugar el gusto del público con el requerimiento de las compañías grabadoras. Un fenómeno que sabe cambiarle la presentación al ritmo cada vez que parece acabarsele todas sus posibilidades.

Sería muy extenso enumerar la amplia gama de sólidos exponentes, pero el concepto de estrella se amplificó enormemente en el mundo musical.

Las estrellas de rock, muchas veces intérpretes y compositores como el caso de The Beatles (mundial e inolvidablemente), más recientemente y también en un plano internacional: Radio Futura o Mecano en España; Soda Stereo o Charly García en Argentina; y por qué no Caifanes o Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio por parte de México, "... fijan un estilo o combinación de estilos que se extienden a través de una cadena de significados casi infinitamente dentro del conjunto de mercancías." (12)

En este género es donde se puede apreciar con mayor profundidad la correspondencia de autor-intérprete, mismo que, a pesar de ser terriblemente crítico de un sistema supo adecuarse a las necesidades del capitalismo en el renglón musical: el capitalismo requería un incremento de consumidores y el rock se lo proporcionó.

Mientras tanto, en el ritmo mencionado, el público se manifestó como nunca. En gustos se rompen géneros, reza un refrán, sin embargo, aunque siempre hubieron oyentes para las manifestaciones musicales, nunca hubieron tantos.

Los conciertos de sinfónicas, filarmónicas, cuartetos de cuerdas cautivan al público selecto, el jazz y el blues lo hacen de la misma manera, sin embargo, el rock atrae a todo tipo de gente. Enrique Bátiz llena auditorios, pero Nacha Pop abarrota estadios y plazas madrileñas.

En este sentido podemos decir que el público es un elemento determinante en el proceso de la creación musical, por ello en buena parte el músico se debe a su auditorio y se alimenta de éste, no sólo en el sentido figurado, sino estricto.

Lo que ocurre es que la cultura contemporánea es de masas, no de una manera peyorativa, la cultura de la imagen es una cultura fácil de digerir, el rock particularmente es una expresión de lo que antes era en México el bolero o la canción ranchera.

Un triunfo de la cultura de masas es que a pesar de existir manipulación, la gente consume lo que realmente le agrada, claro dentro de un mercado que contempla esa sociedad; escuchar discos y desecharlos es una inmensa novedad porque es el logro del estado de consumismo que se veía lejano en 1950 y que ahora es cotidiano.

La historia continúa y el rock sigue su proceso evolutivo, no sólo se habla de Elvis Presley, Rolling Stones o The Beatles, todos estos en un concepto anglosajón, ahora también se conoce el rock y a la gente hispanoparlante como Miguel Ríos, Nacha Pop, Radio Futura, Alaska, Olé Olé y Mecano en España; Latinoamérica sigue la misma corriente y presenta a Charly García, Soda Stereo, Miguel Mateos y Fito Páez por parte de Argentina; en el caso de México: Caifanes, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Kerigma, Maná, Café Tacúba, Piro entre otros.

Esta corriente musical tiene gran influencia sobre el quehacer cultural y artístico de diversas generaciones, el rock o música de la calle es una de las expresiones de mayor proyección de este fin de siglo, pues no sólo viene a llenar un espacio vacío existentes en el público de habla hispana, sino a consolidar el poderío de las grandes compañías trasnacionales del entretenimiento.

En los años ochentas la competencia entre las empresas del disco se avivó de tal forma que surgieron muchas caras nuevas en el ambiente, nuevos bailes y modos de vestir. El impacto económico convirtió al rock en una apuesta rentable.

Aparecen cientos de revistas musicales dirigidas a los adolescentes, cuyos contenidos son supuestos "chismes", luego se hicieron eco en los periódicos, las emisoras de radio y televisión, ya después todo siguió con maquetas, grabaciones caseras o en pequeños estudios, enseguida llegaron los discos y los contratos, managers, campañas de promoción, giras y el éxito.

### 1.2 El rock en español

El rock de más actualidad, no sólo se aproxima a la búsqueda de inspiración del ritmo negro, sino que bucea en todos los folklores y tradiciones musicales para apoyar innovaciones, que, claro está, tienen grandes repercusiones.

Lo que da como resultado un rock prismático que se descompone, pero que parte de la misma base, el rock and roll. Quizá para muchos Radio Futura, Angeles del Infierno, Fobia, Mecano, Caifanes, Isis, Ultimo de la Fila, Haragán y Compañía y Soda Stereo pertenecen a un mismo género musical: rock o música moderna. La realidad es otra, la música se cataloga por distintas características que pueden ser desde sus ritmos y las armonías que involucra hasta el lugar de donde proviene o los instrumentos que se utilizan.

Hoy en día en los anales del rock es casi imposible delimitar fronteras de su sonido, algo que hay que aclarar es que existen grupos muy versátiles que no pueden encasillarse en un género preciso, por lo que aceptando el riesgo de error se tiene como rock a:

a) rock progresivo que se esencializa también en la instrumentación y se reduce a cuerdas y batería; en México conocemos a Iconoclasta.

b) heavy metal un ritmo duro, fuerte, lleno de vibraciones violentas y ruido como el que realizan Angeles del Infierno u Obús.

c) hard rock es una división del heavy metal, sus melodías son más ligeras y los coros son armoniosos se inscriben dentro de este género Isis, Cristal y Acero, Carne Lunar y Pabellón 5.

d) dark que se distingue por su ritmo lento y las atmósferas depresivas que provocan.

e) ska es la mezcla de rock tradicional fusionado con ritmos caribeños, podríamos situar a Maná.

f) patchanka es un género que combina música punk, ritmos tropicales y el rock clásico. El grupo que lo inventó y que oficialmente es el único que lo toca es Mano Negra, aunque después de escuchar a Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio sería una barbaridad no colocarlos en esta categoría.

g) pop o música ligera "... fue la expresión musical surgida de la cultura hippie ... que engloba todas las corrientes musicales juveniles ... y que en sus inicios se convirtió ... en el manifiesto político..." (13) es el sonido suave con letras fáciles y repetitivas que lo hacen el más digerible.

Es una línea decididamente contestataria porque desde un principio la música pop pretendió una subversión con su enfrentamiento a lo convencional, a lo constituido.

A la música pop, raíz del rock pop se le conoce también como canción de masas, porque desde su origen llegó a las multitudes, recordemos que su primer escenario fue Woodstock. El joven periodista Ricardo Homs hace una pequeña aclaración: "El rock no es lo mismo que la canción de masas, sin embargo, el rock engendró las características que conformaron a la canción de masas." (14)

En contraste con lo antes citado y desde el punto de vista de José María Cano, bajista y compositor de Mecano, la diferencia entre rock y pop es muy clara: "El rock tiene letras socialmente de protesta, es como una música elemental, más agresiva. Mientras que el pop es una producción mucho más estética, que pretende agradar sin ser el mesiánico y querer cambiar al mundo." (15) Por su parte Nacho Cano, compositor y tecladista del mismo grupo español agregaría simplemente "... el pop es un fenómeno de la clase media." (16)

Sin embargo, ellos mismos incluyen en sus temas musicales problemas sociales y protestas que ponen de manifiesto su inconformidad ante lo establecido ("El blues del esclavo", "Japón", "No pintamos nada" o "Dalai Lama"), que aunado a un ritmo pegajoso y con frases repetitivas hacen de las melodías unas más del movimiento rock pop. Esta confusión se debe a lo polifono del rock actual.

En medio de esta gama florecen, pululan y perecen cientos de grupos cuyas clasificaciones desafían cualquier clase de etiquetas, si bien empezaron tocando punk, dark rock, hard core, thrash, heavy metal o speed metal, ahora tocan todo eso pero junto y bien revuelto; a veces se arriesgan a hacer versiones impensables de cumbias: "La negra Tomasa" con Caifanes, "Reinalda" con Fobia; baladas como "Querida" con Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio; o versiones de tangos: "Giros" de Fito Páez, "El blues del esclavo" de Mecano; o una pieza de música clásica como "A dónde el país de las hadas?", "1917" y "Por la cara" del trío español Mecano; o cha cha chá: "La culpa fue del cha cha chá" de Gabinete Caligari.



De igual forma llegan a atribuirle al rock nombres, como "guacarock", mezcla de música ranchera con rock, invento que por supuesto es muy mexicano y se le atribuye a Botellita de Jerez; "etno-rock" que son sonidos de instrumentos prehispánicos aunados a la guitarra eléctrica, el liderazgo de este género lo posee Jorge Reyes, y así muchos más descubrimientos.

Es obvio que no es necesario incluir en el rock mexicano un bolero o ponerte un sombrero de charro para sonar a mexicano, ni el rock español tener matices de flamenco para ser español, lo necesario para el rock en español actual es la capacidad de asimilar la realidad y transformarla de lo poético a lo musical, de donde venga, lo que aporten de su nacionalidad es cuestión de talento, no de obsesión etnológica.

### 1.3 La integración del rock en español a la sociedad mexicana

El rock en inglés es una excelente música, inolvidable,..., pero ¿por qué no se siente como propia?; algo pasó, quizá la incomprensión de las letras, lo difícil de la traducción, lo cierto es que la joven generación de habla hispana necesitó de otra cosa, algo distinto, más cercano, más suyo, con su idioma y vocabulario. Estaban cansados de escuchar las historias y los dramas de otros que no correspondían a sus interrogantes por tratarse de otro lenguaje y lugar. Buscaron que alguien cantara para convertir en sonido sus propios pensamien-

tos, la forma misma de mirar la vida. Querían sentir que compartían un sentimiento y oír una expresión que les afectara directamente.

En México, Enrique Guzmán, César Costa, después el TRI, Ritmo Peligroso, Kenny y los Eléctricos, además de otros; en España Miguel Ríos, Joaquín Sabina, Mecano, Nacha Pop y más empezaron a darse cuenta de la posibilidad de formar una canción actual que combinada con sintetizadores polifonos y toda la técnica electrónica de hoy, el rock basado en su tecnología instrumental, sí, pero lo más importante, rock en español para el público de habla hispana.

Al principio para muchos la idea de colocar a un nuevo estilo al español en el gusto de la gente era más que un simple sueño absurdo, motivo de risa. No obstante, para otros era el inicio, la oportunidad de convertir un proyecto en marcha, de escribir un sencillo mensaje trivial de un día común en un papel para hacerlo canción, y nace el rock en español.

Paulatinamente los grupos que sobrevivieron empezaron a demostrar la calidad de rock en español conquistado, así tenemos a gente como Gabinete Caligari, Mecano, La Unión, Duncan Dhu, Joaquín Sabina, Angeles del Infierno, Miguel Ríos, TRI, La Lupita, Caifanes, Café Tacuba, Fobia, Botellita de Jerez, Maldita Vecindad y los Hijos del Quito Patio, Maná, Soda Stereo, Charly García, Miguel Mateos, Patricia Sosa, Enanitos Verdes quienes atravesaron fronteras para hacerse presentes con su estilo muy peculiar y dignificando al rock en español.

El buen comportamiento de la audiencia a los conciertos masivos demostraron que el rock no tiene nada que ver con la violencia, las autoridades comprendieron que la degeneración existe, pero no depende del rock.

El problema más fuerte al cual los grupos se enfrentan es el mal concepto en que se tiene al rock. La simple pronunciación de estas cuatro letras horroriza a la mayoría de las familias y a los críticos que se afearon censurando música. Así que cuando el rock comenzó a dar señales de vida, los adultos se propusieron acabar con él, pero no fueron ellos quienes decidieron qué era lo que tenía que pasar, pues el público joven, y no se entienda por años, sino por mente y espíritu, porque también existe gente ya entrada en años que apoya y gusta del rock, puesto que se iniciaron junto con éste, logró que todo el movimiento no quedara en proyecto.

La raíz de este asunto se remonta muchos años atrás, cuando los primeros grupos de rock and roll ocasionaban algunos "accidentes", analizar esta situación ahora no tiene caso, lo importante es que desde entonces fue identificado con la violencia y la degeneración; como consecuencia el rock se vio reprimido. Actualmente el rock en español se encargó de desmentir tales injurias y demostró que a pesar que el movimiento nació entre la opresión y la falta de identidad, eso está en el olvido.

Los grupos no solo son muchachos con instrumentos en las manos que quieren rebelarse sin conciencia, sino son personas maduras en cuanto a conocimientos, inteligentes y cultas que toman a la música como una forma de vivir libremente, el primer paso es no recordar los malos conceptos y eso ya está dado.

Eran tan pocos los conciertos de calidad en México que cuando los jóvenes asistían, querían sacar todo de una buena vez, porque pensaban que en mucho tiempo no tendrían otra oportunidad, esto obviamente provocó problemas fuertes, como los famosos "portazos", donde un contingente aproximado de 50 asiduos al rock comienzan a empujar hasta derribar la puerta de acceso y entrar sin pagar sus boletos. Mientras esto sucedía, surgió el cambio en el ambiente roquero, los empresarios de Coca Cola y Pepsi, principalmente, y las compañías discográficas comenzaron a organizar conciertos con mayor frecuencia, de gran calidad, a nivel internacional, bien planeados donde la gente disfruta sin estralimitarse.

De acuerdo con la información publicada por Jorge R. Soto en El Financiero, el Palacio de los Deportes, arrendado y operado por OCE-SA, recibió durante 1991 a un millón 300 mil personas en espectáculos diversos, por lo que está considerado a nivel mundial entre los diez más importantes centros de su tipo.

Es preciso resaltar que al igual que el Palacio de los Deportes, el Auditorio Nacional, el Teatro de la Ciudad y otros recintos de es-

te tipo habían sido olvidados y que el rock, grupos extranjeros, principalmente y nacionales volvieron a darle vida.

#### 1.4 El rock mexicano

La historia del rock nacional está marcada en los tres periodos que Víctor Roura presenta, en los cuales se percibe claramente grandes diferencias:

- a) fin de los cincuentas y principios de los sesentas.
- b) fin de los sesentas y los setentas.
- c) fin de los setentas y en adelante.

El primer periodo se caracterizó por ser en su mayoría una copia exacta del rock elaborado en los Estados Unidos, con sus respectivas traducciones al español, como lo hicieron los Black Jeans, Rebeldes del Rock, Teen Tops, Locos del Ritmo, entre otros.

En esta etapa Alberto Isordia, el "Pájaro" de Love Army, comentaría: "... es más fácil remendar que crear." (17), por su parte Julissa argumentaría: " Me convencieron hace poco de que volviera a grabar ... Son baladas, sí. Es lo mejor que puedo cantar. Creo que también puedo cantar rock, pero en inglés. En español suena distinto. El rock en español nunca llega a sonar realmente como rock." (18)

Claro que los grupos mexicanos tuvieron el merito de haber sido los primeros en vocalizar en castellano, pero también fueron, lamentablemente, los primeros en guardar silencio cuando era necesario continuar con el grito.

Esta fase llega a su fin con la sustitución de los estorbosos conjuntos, por los jóvenes solistas: Enrique Guzmán se separa de los Teen Tops y Cesar Costa de Black Jeans.

Y se acabarían los sesentas y con ello surgiría el segundo periodo rocanrolero mexicano. En medio del movimiento estudiantil de 1968, el país va descubriendo a músicos llegados del norte de la república, receptores y entusiastas difusores del "american way of life".

Esta etapa se caracteriza porque los rocanroleros se dedican a componer piezas propias, sólo que lo hacen en el idioma inglés. He aquí una pequeña lista que según Federico Arana son "... los grupos entregados con ilusión y empeño a la producción de rolas en inglés más o menos macarrónicos: La Quinta Visión, La Revolución de Emiliano Zapata, Peace and Love, Tinta Blanca, La Tribu, Three Souls in my Mind, Javier Bátiz, ..." (19)

Es por estas fechas cuando se celebra el Festival de Avándaro, y luego de esa noche en que ciertamente los jóvenes (se dice que llegaron a reunirse 500 mil personas) vivieron otro México, sin embargo,

por los problemas que se suscitaron aquel día, el rock volvió a guardar silencio.

Los pocos espacios ganados en los medios de comunicación fueron cerrándose. Fue entonces cuando los rocanroleros se refugiaron en los llamados "hoyos fonquis", es decir, bodegas, cines abandonados, canchas de frontón e inclusive en sus propias calles.

La música disco y su misma invasión en los Estados Unidos e Inglaterra llegó a nuestro país para ensombrear aún más al rock nacional.

Otro factor que influyó a la casi desaparición del rock fue el auge de la música folklórica latinoamericana, considerada como puntualizadora de la definición nacional.

A partir del fin de los años setentas y de nuevo gracias a la resurrección del rock extranjero, renace el rock nacional, dando lugar, según Roura "... al surgimiento y consolidación de tres corrientes definitivas, en las cuales pueden ubicarse todos los grupos mexicanos: la de la onda, la progresista y la esnobista. La primera incluye dos ramas: la contestataria que refleja el sentir cotidiano, que descubre que algo anda mal ... impugnador de argumentos; y el retardatorio que es lo contrario del anterior, es el rock retrógrado con el mismo rock sencillo, de tres compases, de cuatro tiempos, pero con otras cosas en la cabeza. En la progresista pueden considerarse tres vertientes: buena música y letra desubicada, letra interesante

perc música relegada y por último un ejemplar equilibrio entre letra y música." (20)

En la corriente de la moda se busca seguir los lineamientos exitosos del exterior, como el punk, la new wave en los EUA y demás países anglosajones, la nueva ola en España, y así el reggae, el tecno pop, tecno rock y demás.

Hasta antes de los años ochentas, sólo el Three Souls in my Mind realizó canciones con giros políticos, diciendo lo que pensaba sin temor a represalias. Sin embargo, la agrupación terminó por repetir fórmulas y a raíz de algunos problemas ocurridos en 1984 entre Alejandro Lora y Carlos Hautvogel (baterista), emanan de esta manera dos conjuntos distintos: Three Souls in my Mind comandado por Carlos y el TRI bajo la dirección de Alex Lora. Hoy en día el TRI es un grupo previsible, no perdió espontaneidad, pero sí se convirtió en una banda única y exclusivamente de la onda. Al respecto Roura enfatiza: "El TRI evidencia el inmovilismo de sus integrantes y la añoranza de un pasado irrecuperable. El TRI es porque fue." (21)

Esta tercera etapa es la de mayor afluencia de grupos, de oportunidades en los medios de comunicación hacia el "nuevo" movimiento musical, es aquí cuando se impulsan "estrellas" del género rock y pop, la música ligera de temas y letras divertidas y en donde otra vez se ven relegados aquellos que tenían años en la lucha por sobresalir y ser escuchados, que son los que quieren darle un lugar digno al rock nacional. Claro está que de aquí salieron al gusto del públi-



co, persistieron y existen grupos de magnífica calidad: Caifanes, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Fobia, La Lupita, La Castañeda, Santa Sabina, La Cuca, Café Tacuba, Maná, Juguete Rabioso, Botellita de Jerez, por sólo mencionar los más sobresalientes.

Las compañías disqueras desarrollaron un papel importante en esta etapa de la historia del rock mexicano; por ejemplo en 1985 se crea Comrock, un sello independiente, su principal objetivo fue darle movimiento al rock y así lograron promoción varios grupos mexicanos como Dangerous Rhythm, Kenny and the Electrics, TNT, Punto y Aparte, Clips, TRI, WAG y otros, organizaron tocadas e inclusive consiguieron programar a sus agremiados en la radio y la televisión.

La idea de este sello discográfico fue buena, desafortunadamente impulsó a grupos que no eran del todo agrado de los medios de comunicación y público, y por qué no decirlo, de la propia industria cultural del entretenimiento, por ello en menos de tres años desaparece con todo y sus buenas intenciones, esto como resultado de problemas económicos y por su incompetencia con respecto a las grandes compañías disqueras que habían absorbido a los también grandes del rock en español, como CBS que tenía firmados a Miguel Ríos, Miguel Mateos, Charly García, Soda Stereo, Hombres G y en un principio a Mecano, quienes posteriormente se convierte en artista exclusivo de Ariola, otra gran empresa del disco.

Al igual que Comrock nacen nuevas marcas independientes que se lanzan a la aventura de la plastificación de grupos no tan estéticos

y rechazados por el exigente gusto del público: Grabaciones Lejos del Paraíso con sus cuatro líneas: exilio, óxido, nuclear y paraíso; Discos Pentagrama; Discos Pueblo; Discos Gas; Discos Denver; Avanzada Metálica; Discos Rockotitlán; Discos Gente México; Culebra Records; y sellos más pequeños: Fox; IM; Magia Records; Cantora; Sono Mar; Dark Side; y varios que esperan su consolidación a todo vapor.

En México sólo una empresa trasnacional se aventuró a grabar bandas mexicanas, Ariola, quien hasta 1992 tenía producidos a Cai-fanes con 4 ejemplares; Los Amantes de Lola, Fobia, Neón y Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio con 2 álbumes cada quien; y Alquimia con un disco y su absoluta desaparición en las listas de los artistas exclusivos. Además de una fila enorme de roqueros españoles y argentinos que vieron a México como el gran mercado para su difusión y éxito.

Las compañías discográficas no fueron las únicas que fijaron su mirada en el movimiento roquero, las instituciones estatales también prestaron su atención, y en mayo de 1985 el CREA organiza una gira con motivo del Año Internacional de la Juventud, las bandas que entonces fueron al recorrido eran Taxi, Kerigma, Mask, Botellita de Jerez y Punto y Aparte, éstos se intercalaron de tres en tres en distintos puntos de la república.

Asimismo y como resultado de esto, a finales de 1990 surge el Programa Cultural para los Jóvenes (PCJ) del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), de ahí nace "La caravana de rock", un

proyecto para difundir al rock nacional mediante la presentación de diferentes grupos en varios estados de la república, así esta institución impulsa la manifestación artística más popular entre la juventud mexicana, el rock. La estrategia también consistió en integrar a los grupos de provincia a los escenarios del Distrito Federal.

Respecto al apoyo que las instituciones culturales brindan al rock nacional, Arturo Saucedo, quien fuera asesor de dicho programa opina "... ha habido un cambio de perspectiva por parte de los organismos culturales, ya que se está dando al rock el lugar que merece ... En términos concretos las acciones del Programa Cultural que para los Jóvenes llevará a cabo para difundir al rock son producto de los reclamos que los jóvenes ... Aparte se debe considerar que la demanda real de rock en nuestro país provoca que todo proyecto encaminado a su difusión y apoyo sea autofinanciable; pero lo más significativo es que efectivamente hay una transformación en la óptica de las instituciones gubernamentales hacia el rock." (22)

Evidentemente con la amplia proliferación de grupos de rock en México existe un considerable consenso sobre la necesidad de producir rock en español y la gran mayoría de las agrupaciones amateurs y profesionales lo comienzan a hacer, sobre todo a financiar.

La crisis por la que atravieza nuestro país más que cerrar respuestas, produce en efecto una búsqueda de las alternativas propias, nacionales. Incluso, a los mismos empresarios les resulta menos cos-

tosé traer a México a Miguel Mateos o Radio Futura, por ejemplo, que a Sting o Cindy Lauper.

Sin embargo, y en una situación contraria a la española, el rock ve truncado su camino a consecuencia de las constantes represiones (físicas inclusive) de autoridades públicas y granaderos que no respetan los permisos previos y legales que los grupos y cantantes consiguen aún a pesar de las miles de trabas que éstos encuentran en el largo proceso burocrático para alcanzarlo.

La falta de respeto hacia el gusto de los jóvenes seguidores del rock ya es costumbre, la represión y las múltiples vejaciones se miran, los rockeros sabían que carecían del más mínimo derecho a juntarse, la historia se los restregó irrepetiblemente en sus rostros, las cosas cambiaron para beneplácito de éstos, aunque todavía se presenta alguno que otro caso que atropete el honor del rock.

Como sucediera el 25 de mayo de 1986 cuando Francisco Ostegui como empresario se lanzó a presentar en el Palacio de los Deportes a Blue Oyster Cult, Luzbel y Ritmo Peligroso, dicho concierto no llegó a realizarse a consecuencia de la "... no existencia de garantías de seguridad para el público asistente." (23)

Las autoridades correspondiente, en este caso la Delegación Izta-talco, extendieron sus "disculpas" con diez horas de anticipación y no permitieron que los jóvenes se acercaran al mencionado recinto.

Los lugares son muchos, la gran mayoría se localiza en la ciudad, los "hoyos fonquis" no dejan de existir, claro que se encuentran en el anonimato, de igual manera se hallan discoteques o sitios especiales para presentaciones de grupos variados, donde se mezcla la banda con los roquero-escuchas.

Salen al servicio de quienes gustan del rock: Rock Stock, Lucc, Rockotitlán, El Altillio, El Juglar, otros ya desaparecidos como Un Mundo Feliz; asimismo se les presenta la oportunidad de incursionar en teatros como el Blanquita, Wilberto Cantón, Independencia, Angela Peralta y muchos más; teatros bares como el Cuervo; museos: el Chopo (siempre), de Antropología, del Carmen, Carrillo Gil y otros; auditorios como el Nacional o los universitarios; foros culturales: Gandhi, El Tecolote, Agora; y conciertos al aire libre en delegaciones políticas, parques, kioskos populares y muchos más recintos; para el rock cualquier lugar es bueno para sacar a flote sus represiones.

En 1987 Ariola organiza un concurso de rock llamado "Rock en tu idioma", donde participaron 500 grupos de toda la república, del cual salieron como ganadores Los Amantes de Lola, su premio fue la posibilidad de grabar su primer Lp para ellos solos.

Un festival similar al anterior se llevó a cabo en Rockotitlán, donde se generó mucho entusiasmo por parte de grupos y público. Fue tal el ánimo propiciado que se inscribieron para concursar un porcentaje de bandas capitalinas y de provincia, dando un total de 300, se prolongó el certamen debido a que día a día se recibían cintas con



El músico Daniel Tuchman dando su voto, afrentes el director de ROCK EN ESPAÑOL Carlos Agustina (no confundirlo con el cartógrafo del mismo nombre), Luis Navarro y Norma Pennoch.



LOS AMANILS DE LOJA no creían un hecho y todo mundo apostaba que ellos serían los triunfadores... y sí, así fue

### FINAL



TRAFOS en casa a la final y al día siguiente de ser el primer, se llevaron una gran paliza y apoyo, sus canciones mostraron, acaparamiento a ideas, quedaron en tercer y último lugar. ¿Hubo una duda un buen puesto



Gracias al cariño de ARMAGEDON y al pesado y pesado guitarrero de HAZAR lograron colarse entre los tres primeros lugares



OPCION CLARO también estuvo ahí, casi lo lograron pero no, era difícil elegir a tres, ya que los seis finalistas tocaban realmente bien.



HAZAR también estaba ahí, listo y decidido a quedarse con el primer lugar. Ellos estaban muy bien apoyados por gran parte del público.

nueve temas y roqueros, gracias a esto se duplicaron las entradas al recinto, el cual tuvo la oportunidad de ver y sobre todo escuchar nueve grupos, géneros y propuestas musicales.

Los premios fueron otorgados por Antonio Méndez, propietario del lugar y consistieron en dos discos que grabarían los seis semifinalistas: un Lp para el ganador y el segundo un acoplamiento de los cinco restantes con dos rolas para cada uno.

Para Oscar Sarquíz, crítico de rock y miembro del jurado calificador, el concurso representó "... una oportunidad para vigorizar una panorámica de nuevos grupos dentro de las posibilidades del rock mexicano. Para algunos ... es la de figurar, pero para el rock nacional podría ser el punto de lanzamiento de propuestas, donde, seguramente, habrá mayor creatividad." (25)

Aunque en México el rock es todo un estado de vida, no es lo suficiente capaz de solventar a sus expositores, es por ello que los roqueros mexicanos se ven en la penosa necesidad de acompañar a baladistas, principalmente, que requieren de un baterista, compositor o arreglista, y así cada vez numerosos cantantes hacen del rock toda una forma de ganar presencia en el mundo de la música mercantil. A pesar de que algunos, como en el caso de Emmanuel no les fuera tan fructífero hacerlo, pues según él con su disco "En la soledad", donde se hizo producir y arreglar por Piro, vocalista del entonces Ritmo Peligroso, "... fue el producto discográfico menos vendido en mi carrera como cantante. " (26)

Los artistas baladistas, rancheros y poperos se apoyan en el rock y cantan sus temas que convierten en covers; los roqueros mexicanos no han despertado el apetito de los baladistas "rockófagos" y no son honrados con la práctica de este método sencillo de hacerse famosos a costa de otros, por ejemplo: tanto Laureano Brizuela, como Menudo sonaron bastante con canciones de Miguel Mateos; Pandora interpretó piezas de León Gieco y Ramoncín; Vitorino de Virus y Soda Stereo; Microchips de Miguel Ríos; Lolita Cortés se apoyó en la Orquesta Mondragón; Sasha en Charly García y en Nacha Pop; y Guadalupe Pineda en Joaquín Sabina.

Una interpretación a esta tendencia de los baladistas a grabar covers de los músicos de rock, sean éstos de habla inglesa o castellana, es que la balada comercial ha sufrido un lento desgaste, el cual subsana apoyándose en el rock.

Ricky Martín, ex-integrante de Menudo, está convencido que para sobrevivir hay que entrar a las nuevas corrientes musicales: "Menudo tiene que cantar rock en español, porque es ahora lo que está interpretando y con ello espera tener y recuperar el terreno que tenía en su época de oro." (27)

"Independientemente del agotamiento que pueda darse, creo que al igual se debe a que el lenguaje del rock adquiere tal nivel de internacionalización que incluso, quienes hasta hace poco despotricaban contra él, ahora lo usan porque es garantía de sonar actuales a cos-



tilias del rock, y es así que lo reconocen como una potencia musical de primera magnitud." (28) acotó José Iglesias, reportero de El Financiero.

Por su proyección e importancia dentro de la cultura en los últimos lustros, el rock es tema de análisis para críticos y universitarios, desde afós atrás se celebran mesas redondas, exposiciones y conferencias como El Tercer Ciclo de Literatura Viva: "Del rock a las palabras" dividido en "Cómics y canciones" con Manuel Ahumada y Sergio Arau; "Letra gruesa" con Rockdrigo González y Armando Vega Gil; "Música por dentro" que presidió Evodio Escalante y Eduardo Langagne; "Nuevos bernaes" con Víctor Roura y Rodrigo Farias; y "Rock (casi) en silencio" con José Agustín y Alberto Blanco. Todo esto se llevó a cabo en mayo y junio de 1985 en la ENEP Acatlán.

En noviembre y diciembre de 1991 se realizó el Primer Encuentro de Mujeres y Músicas Dedicadas al Rock: "Yo rockera" donde se virtió el muestrario de chicas que luchan y viven para el rock. La mesa redonda estuvo presidida por Teresa Estrada, cantante y compositora del grupo Esquina Baja, organizadora de esta serie de conciertos y mesas de discusión, le acompañó Nayeli Nesme, Alma Blues, Gabriela y Norma de Flor de Metal, Nina Galindo, Adriana Trejo de Mercurio Rock, Blanca Soria y Jenniffer de Nuevo México y Rocío Narvarte del grupo Okulta.

En las mesas redondas se expuso la situación de ellas en el medio roquero nacional, las ventajas y desventajas de ser mujeres invo-

lucradas en este ambiente, así como se mostró al público el trabajo de las compositoras, tendencias musicales y los problemas que atraviezan, principalmente aquellas que tienen la responsabilidad de una familia.

El apoyo que recibieron para la realización de este encuentro fue por parte de organismos institucionales como el Programa Cultural para los Jóvenes del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Museo del Chopo que abrió sus puertas a esta actividad y la Delegación Cuauhtémoc quien les ayudó en la difusión del evento.

Un ciclo similar al anterior fue el de "Féminas del rock" organizado por Socicultur, donde el programa y participantes fue extenso y profundo: "Del twist al tecno pop" con Ela Laboriel, Rita Guerrero, Marcela, Baby Bátiz, Kenny y Ultimatum; en "Mamás e hijas rockeras" estuvieron Betsi Pecannis, Marisa de Lile, Indira Sarabia (de Tisha), Fabiola (de Isis) y Silvia (de Sintoma); "El rock en la sangre" con Marusa (de Maldita Vecindad), Noemí Rubín (de Iconoclasta), Gabo García (de Flor de Metal) y Rocío Narvarte de (Okulta); "El rock como oficio y ciencia" con Mónica Farias de Radio Educación, Rocío Macías, Miriam de Rock Avant Garage, Carmen López de Estéreo Joven y Julia Palacios; "Como inspiración y respiración" donde debatieron Hebe Rosell, Nayeli Nesme, Teresa Estrada (de Esquina Bajan), Ma. Eva Avilés y Maruja Leñero. EL evento fue celebrado en mayo de 1992.

Un somero sondeo para ubicar y saber cuántos grupos de rock viven en el país arrojaría una cifra de varios cientos. Hace tres años

la revista Banda Rockera enumeraba poco más de 700, aunque la inmensa mayoría tiene sus bases en la ciudad de México y suburbios circunvecinos de Neza a Satélite.

No está de más anotar que en sus lugares de origen convocan públicos entusiastas y en ocasiones multitudinarios. Por otra parte, el espectro de géneros y estilos de lo que pueden definirse muy ampliamente como rock es también muy vasto: desde el más tradicional, apegado a los cartabones clásicos, sin mutaciones ni influencias hasta el más acabado ejemplo de fusión.

La de hoy es una cultura trivial, ya no subterránea. Le ha dado por invadir las superficies de la cultura reconocida (muralismo efímero, las revistas mimeográficas llamadas fanzines, tatuajes, dibujos, etc.). Moviéndose en el filo de la navaja, entre lograr calidad musical y ejercer el talón, reconociéndose bandas metropolitanas y multinacionales, generando que los grupos se multipliquen.

Las personas interesadas en conocer mejor a su juventud encontrarán en el rock una enorme riqueza, ya que sus principales aspiraciones están traducidas en su música.

Del rock mexicano existen cientos de grupos ensayando a diario, van detrás del éxito en una escena musical de expansión constante. Hay un largo camino por recorrer, las bandas tienen fe y creatividad para lograrlo.

Los últimos años no fueron suficientes para consolidar el movimiento rock mexicano, ahora, el requisito primordial en adelante es: la perseverancia.

#### 1.4 Surgimiento del rock en España

La canción moderna española alcanzó gran popularidad tanto en España como en América Latina, a comienzos de la década de los 70's y gracias a la frecuente organización de festivales, a la aparición de revistas musicales y a la difusión de programas radiofónicos que lanzaban a jóvenes a la fama.

Jesús Ordovás, músico y crítico de rock, describe y valora las distintas mezclas de estilos de música capaz de movilizar a los adolescentes al ritmo de guitarras eléctricas y baterías; así configura la historia del rock español y ofrece una amplia panorámica de la producción musical, además de una bibliografía temática y una relación de revistas que complementan una historia por demás excelente para el estudio del rock español, esto lo plasma en "Historia de la música pop española" (29), de la que surge parte de la historia que aquí se narra.

Todo comenzó cuando Madrid asumió sin complejos su papel de gran ciudad moderna, sucesivas y complementarias invasiones de andaluces, gallegos, castellanos y aragoneses que cambiaron a esta urbe, le dieron un aire cosmopolita, mundana y abierta a todo tipo de influencias. Los gitanos siempre atentos a lo que pasa por las calles y sen-

zibles a los cambios, aceptan enseguida las proposiciones de las multinacionales de disco y se lanzan a hacer "flamenco pop" y "gypsy rock".

No fue exactamente rock and roll, como menciona José Ma. Inigo, "... porque en realidad nadie sabía lo que era, y porque detrás de él ¿qué hubiéramos puesto? No teníamos ni blues, ni jazz, ni country & western ... Pero teníamos eso sí, flamenco para dar, tomar y exportar." (30)

Y de Sevilla viene a Madrid un cantante, un guitarrista y un baterista con un puño de canciones, que un buen productor se encarga de sacar adelante. Una serie de amigos, más o menos introducidos en la prensa, la radio o TVE (Televisión Española) preparan el ambiente y buscan oportunidades. Se les presenta una situación favorable de grabar un disco y de tocar en discotecas de moda. Son jóvenes duros que quieren hacerse famosos y ganar divirtiéndose, ponerse al parejo con los Rolling Stones, Sweet, Queen y demás bandas británicas del momento.

En los primeros días del movimiento rock -cuando todavía no se había comercializado el "invento"- los grupos tocaban por pura y simple diversión. Ahora se encuentran en la disyuntiva de entrar en el mercado con todas las implicaciones: presiones, consejos bienintencionados, palmaditas en la espalda, insinuaciones, contratos leoninos (donde todas las ventajas son para una de las partes) y otras peores cuando eres parte del negocio; o mantenerse en una casi imposible si-

tuación fronteriza entre la música rock bien entendida y el negocio musical tal como funciona hoy en día.

Los grandes cambios empezaron a ser realidad a finales de la década de los años setentas, la aparición de alternativas en escena del rock español demostró claramente que la revolución alcanzó grandes resultados. Las más diversas tendencias tuvieron lugar, los públicos se dispersaron y la oferta se enriqueció en medio del gran despiste de muchos.

No sin dejar de mencionar el gran apoyo que el rock recibió del político, del ayuntamiento y del candidato, puesto que utiliza al grupo o cantante de rock al abrirle las puertas de plazas y ofrecerle permisos para presentaciones masivas, todo con el firme propósito de atraer a los jóvenes adeptos a este ritmo y ganar simpatizantes o tener buenas relaciones con ellos. Como cualquier iniciativa era buena, el rock hispano de la década de los ochentas la aceptó.

"En España los primeros conciertos masivos que se llevaron a cabo ... fueron gracias al alcalde Enrique Tierno Galván, un hombre grande que subió al poder después del franquismo ... El comprendió las necesidades de los jóvenes en su país y le abrió las puertas al rock." (31) afirma José Ignacio Viseras, locutor del desaparecido "Chiringuito" en Rock 101 y periodista español.

Los años ochentas trajeron otro ritmo, otra filosofía, algo más ágil, era la chispa, la idea, la imagen y no tanto el músico virtuo-

so. Algunos nombres resultaron muy conocidos: Camilo Sesto, Rocio Dúrcal, Mocedades, José Luis Perales, etc., el mundo musical tuvo que refrescar la memoria del consumidor, tanto en España como en todo el extranjero, y algo salió muy natural, no premeditado, pero lo más importante es que funcionó.

En 1980 vuelven a celebrarse los carnavales en Madrid prohibidos desde la Guerra Civil, es así como en ese año se celebra el III Concurso de Villa de Madrid, también se origina el I Concurso de la Diputación de Madrid y se lleva a cabo la Fiesta de la Primavera en el Mundo Pcc.

El Diario Pop de Radio 3 FM (RNE) celebra la fiesta con las actuaciones de Aviador Dro, Siniestro Total, Décima Víctima, Alaska y Los Pegamcides, Derribos Arias y Radio Futura, el "huateque" con la entrega de premios incluida se transmite en directo a toda España.

Las instituciones fijan su atención en el estudio del fenómeno musical y la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo de Santander incluye una semana de actividades culturales en torno al "Pop español", el programa está dirigido por Jesús Ordoñas y participan: Carlos Tena, Diego A. Manrique, Ramón de España, Kiko Rivas, etc.

El panorama de la música pop en España ofrece un balance positivo; la total consagración de la "movida" a nivel nacional es un hecho incuestionable. Este es un término que se dio a un paquete de grupos: Nacha Pop, Los Secretos, Radio Futura, Alaska ... quienes eran los

pioneros del rock en la capital, este movimiento giró por todo el país y se transformó en un fenómeno sociocultural que involucró también a otros artistas: pintores, escritores, cineastas, escultores y a todas las ramas del arte, fue el mechero que encendió la creatividad y se originó tras un cambio político que correspondió vivir a los españoles.

Radio Futura graba un disco que fue determinante para el rock español: "Música moderna", el que se vuelve en todo el país un hit parade, principalmente el sencillo "Enamorado de la moda juvenil", que se hace escuchar en toda la península. Esto abre de nuevo las puertas al rock que casi por décadas no logró esa aceptación entre la sociedad.

La Sala Rockola en 1984 entrega premios a los mejores del año: mejor grupo nacional: Radio Futura; grupo revelación: Peor Imposible; personalidad del año: Alaska; sello nacional: DRD; sello multinacional: Ariola; programa de radio: "Esto no es Hawaii"/Diario Pop; concierto nacional: Gabinete Caligari; programa radial con actuaciones en vivo: "El Gran Musical"; agencia de management: El Roll; etc. Cabe mencionar que en 1985 se cierra Rockola, quien fuera considerada como el "templo de la movida", por propios y extraños.

Aún no funcionan bien las cosas, el público no digiere en su totalidad la oportunidad de los recitales en vivo, es por ello que la euforia, la mala educación o la no aún costumbre origina la muerte de una joven de 15 años, asfixiada en un concierto de Los Pecos; o tam-



bien que suspendan a los 20 minutos de iniciado el concierto de Ramón en el Teatro Martín a consecuencia de los desagradables incidentes que suceden en el mismo.

Aparecen grupos importantes, pero muchos tienen que pasar la periferia a Madrid, incluso barceloneces y vascos, para poder ser populares como Derrivos Arias (vascos), suenan nombres como Gabinete Caligari, Décima Víctima, Los Postpunk, Siniestro Total, Klamn, Los Escalarecidos, Sindicato Malone, Alphaville y muchos más.

A principios de la década de los ochentas el mercado fija su mirada en el mundo musical y son creadas agencias de contrataciones de los grupos punteros madrileños, como Gil Bros o Roll, que luego desembocarán en el "roll"; las compañías discográficas fichan a los nuevos grupos, la radio en lo suyo aumenta la audiencia y la programación, así como conceden licencias de FM a empresas privadas; por su parte la prensa dedica más espacio al rock y pop, ejemplo: el diario El País con la sección dedicada a estos géneros a cargo de José Manuel Costa.

Empieza el aluvión de actuaciones en diversos locales, se habla de Teatro Martín, Sala Rockola, El Sol, El Marquee, Carolina, El Escalón, El Meas, El Jardín, Salero, La Fiesta, y muchas más.

Existe ya una definitiva radicalización de los aficionados a la música pop y rock en España. Los heavies y los nuevaoleros luchan por el mayor número de seguidores y las salas de los conciertos se divi-

den el negocio como buenamente pueden. Los tecnos y rockeros sólo comparten los vaticos de potencia y un vehículo de comunicación llamado disco.

En el tercer año de la década muchos grupos desaparecen y otros tantos ya no están a la altura de la nueva ola.

Aparecen sellos independientes como respuesta al desinterés e incompetencia de las grandes compañías discográficas hacia los nuevos grupos nacionales: DRD (Discos Radiactivos Organizados) lanzan un manifiesto radical; Tres Cipreses; Twins; Snif; Grabaciones Accidentales; Lollipop; Spansuls Records; Goldstein; Victoria; Dos Rombos; El Fantasma del Paraíso y Nuevos Medios se lanzan a la aventura de la plastificación.

Las grandes compañías ante el éxito de algunas independientes, crean sus propios sellos "independientes" como MR en Ariola; y Flush en Hispavox.

Parálisis Permanente creó toda una historia negra, sus discos en Tres Cipreses (donde también en una faceta dark iniciaron Gabinete Caligari) son un culto. Esta banda tronó a la muerte de Eduardo (uno de sus integrantes). De una misma manera salen Seres Vacíos, proyecto de Ana Curra, al que después se unió Alaska, quienes más tarde crearon Negros S.A.

**DRD y sus artistas  
felicitan al "GRAN MUSICAL"  
por su veinte aniversario**



AEROLINEAS FEDERALES  
AL STEWART  
BAD MANNERS  
BB SIN SED  
BEN VALGHN COMBO  
BILLY BRAGG  
THE BRILLIANT CORNERS  
LA BUSQUEDA  
LOS CAFRES  
CARDIACOS  
LA COARTADA  
LOS COYOTES  
DEVO  
DOCTOR LIVINGSTONE, SUPONGO  
DON DIXON  
LOS E'ISAYOS  
LOS FLECHAZOS  
LA GRANIA  
JONATHAN RICHMAN  
MALEYAJE  
MESTIZOS  
MICHELLE SHOCKED  
NEURONIUM-MICHEL HUYGEN  
LOS NIKIS  
THE PANTANO BOAS  
UN PINGÜINO EN MI ASCENSOR  
EL PRIMER TERCIO  
REY DE COPAS  
REY LUI  
LAS RUEDAS  
SINIESTRO TOTAL  
THE SMITHEREENS  
STRYPER  
VOCODER



Mientras tanto Mecano alcanza un éxito de ventas insospechadas, se contabilizan más de 500 mil copias vendidas de su primer Lp, que para un país tan pequeño como España son ya grandes ventas, el disco: "¿Dónde el país de las hadas?".

Cada día la producción discográfica va en aumento y en 1983 los discos que se editaron son: "Rock & Ríos" de Miguel Ríos; "Volumen Erutal" de Barón Rojo; "Marea Negra" de Topo; "Poderosos como el trueno" de Obús; "Grandes éxitos" de Alaska y Los Pegamoides; "Atrapado en el amor" de Buring; "La estatua en el jardín botánico" de Radio Futura; "Este es mi tiempo" de Los Elegantes; "Todo sigue igual" de Los Secretos; "Buena disposición" de Nacha Pop; "Golpes" y "Autosuficiencias" de Gabinete Caligari y Parálisis Permanente; "Programa espiral" y "Nuclear, sí" de Aviador Dro; "Dior a carne quemada" y "Obediencia" de Gabinete Caligari; "Sangre en el museo de cera" de los Nikis; "Ayatolan" de Siniestro Total; Lp de recopilación de "Pistas libres" (TVE) dedicado a los independientes; "Navidades radiactivas" de varios grupos del sello DRO.

Por primera vez se entregan los Discos de Oro y Platino oficialmente, obtenidos por los cantantes que han vendido más de 50 000 y 100 000 copias de un mismo Lp. Juan Pardo se lleva seis premios, Miguel Bosé dos, Miguel Ríos dos de platino. Otros ganadores son: Mecano, Azul y Negro, Los Chinos, Ana Belén, Barón Rojo, Tino Casal, Camilo Sesto, Julio Iglesias, etc.

Con la venta de 500 000 discos y presentaciones masivas surge un grupo que para 1984 se considera verdaderamente un producto del mercado: Mecano. Trío que es armado en estudio y escritorio, pero como apunta Diego Silva: "Mecano no es un perfecto ejemplo de acierto empresarial." (32) Sin embargo, estos jóvenes tocan y hacen sus propias canciones facilonas que los convierten en un fenómeno comercial más grande de la industria discográfica de España, lugar que hasta el momento nadie puede arrebatárselos.

Surgieron grupos plastificados y tan comerciales que llevan a las compañías independientes a tener a los más exitosos, como Hombres G, quien después de Mecano, son los de mayor producto empresarial. O aberraciones como Los Inhumanos, o términos medios como Duncan Dhu, también producto comercial con altos dividendos.

Los mejores del año 1985 según los resultados de la encuesta del Diario Pop: mejor grupo: Gabinete Caligari; grupo en vivo: Loquillo; grupo revelación: El Último de la Fila; Lp: "De un país en llamas" de Radio Futura; canción: "Bailaré sobre tu tumba" de Siniestro Total; revista musical: Rock de Luxe; sala de conciertos: KGB en Barcelona;

La temporada marcada por 1987 fue de la consagración de los grandes protagonistas de la década de los ochentas. Entre otros, Mecano triunfa en España y América, por las calles se oye tararear sus canciones: "Hijo de la luna", "Me cuesta tanto olvidarte" y "Cruz de navajas", el trío se encuentra en lo más alto.

España exporta talentos y personas como Mecano, Miguel Ríos, Radio Futura, El Último de la Fila, La Unión, Hombres G, Danza Invisible, Nacha Pop quienes cruzan el charco y visitan en giras promocionales y presentaciones personales: Chile, Venezuela, México, Perú y Puerto Rico.

Las 40 Principales, la estación radiofónica del momento transmite rock y pop en español e inglés, empieza a emitirse vía satélite por toda España en lo que a partir de ahora es la Cadena de las 40 Principales. En 1988 ganan el premio de las Ondas que concede la Radiodifusión Española.

En el año de 1987 se incrementó la fama y popularidad de los favoritos de tiempos atrás, fue también en año de conciertos multitudinarios a nivel internacional: Bowie actúa por primera vez con su tour "Glass Spider"; U2 dejó claro que los conciertos se convirtieron en espectáculos de masas. Además de las actuaciones mastodónticas de Fink Floyd, Michael Jackson, Springsteen, Sting, Leonard Cohen, Bryan Adams, amén de otras.

El panorama a finales de los ochentas estuvo reñido entre las grandes figuras internacionales que se disputaron las buenas ventas al haberlas promocionado personalmente con sus respectivas giras. Pero también resultó favorable para los grupos españoles que arrasaron en elepés, mientras que en singles el único nativo fue Tino Casal con su tema "Eloise".

Duncan Dhu también hizo de las suyas, quién hubiera dicho, apenas cinco años atrás, cuando era un nombre más entre tantos del panorama vasco por entonces, que algún día acabarían siendo los reyes.

Y que decir de Mecano con su "Descanso dominical", la más magistral de sus obras, con este Lp venden el 1 000 000 de copias, por tal suceso aparecen en el libro de récord guinness de España.

REFERENCIAS CITADAS

- (1) Caballero Cristián, Introducción a la música, p. 21.
- (2) *Idea*. p. 22.
- (3) *Idea*. p. 30 y 31.
- (4) Siagmeister, Elie, Música y sociedad, p. 22.
- (5) *Idea*. p. 1.
- (6) Colaboradores varios, La publicidad, p. 9.
- (7) Bialik, Raquel, Un enfoque social del campo musical, p. 17.
- (8) Muggiati, Roberto, El rock, el grito y el mito, p. 23.
- (9) Homs, Ricardo, Al compás del rock and roll, p. 23.
- (10) ¿Y usted qué opina? : "Rock: actual", Canal 2, 9:00 a 13:30, México, D.F., lunes 9 de agosto de 1993, conduce y produce Nino Canón, invitados: Humberto Calderón, Guillermo Briseño, Cha e Inaqui (Fobia), Ricky Luis, Benny Ibarra, Mano y Diego (Timbiriche), Sergio Aranda (Ramires), Jay (Microchips) y Salvador Moreno (La Castañeda), programa de discusión, lunes a viernes.
- (11) Roura, Víctor, Negros de corazón, p. 17.
- (12) Euxton, David. La música del rock, sus estrellas y su consumo, p. 185.
- (13) HOMS, *Op. cit.* p. 11.
- (14) *Ibidem*. p. 12.
- (15) Rueda, Marco Antonio, "La juventud española, una generación sin reconocimientos: Franco, cosa de libros", Unomásuno, diaria, México D.F., sábado 22 de noviembre de 1986, p. 24.
- (16) *Idea*.
- (17) Roura, Víctor, Apuntes de rock, p. 47.
- (18) Roura, *Op. cit.* p. 43.
- (19) Garay, Adrian de, "Prologómenos al estudio de la cultura rock", Estudio sobre las culturas contemporáneas, s/p, México, D.F., Dirección General de Publicaciones de la Universidad de Colima, Vol. II, Número 6, 1989, p. 127.
- (20) Roura, *Op. cit.* p. 18.



(21) *Ideas*, p. 54.

(22) "La caravana del rock va por todo el país", Ovaciones 2a Edición, diaria, México, D.F., viernes 12 de octubre de 1990, p. 10B.

(23) Garza Gutiérrez, Jesús D., El rock en México y su influencia positiva a través de los medios de comunicación, p. 75.

(24) Roura, Víctor, "Acapulco la misma represión", La Jornada, diaria, México, D.F., viernes 28 de enero de 1986, p. 26.

(25) "Rock", Unomásuno, Unoquía, diaria, México, D.F., jueves 24 de mayo de 1990, p. III.

(26) Queipo, Pablo, "Emmanuel apoya totalmente al rock mexicano", Rock español, catorcenal, México, D.F., Ed. Arjoma S.A., No. 1, año 1, diciembre de 1987, p. 27 y 28.

(27) Rojas H., Claudia, *et al*, Flans un fenómeno de la disquera Melody y su promoción en el programa "Timbiriche y Flans de Radio-eco, p. 67.

(28) Farias Bárcena, Rodrigo, "Baladistas Rockófagos", El Financiero, diaria, México, D.F., viernes 29 de junio de 1990, p. 80.

(29) Ordovas, Jesús, Historia de la música pop española, pp. 221-244.

(30) Inigo, José María, *et al*, Música pop y música folk, p. 55.

(31) Viadas, Laura, "Estalla el rock en español", Rock en español, catorcenal, México, D.F., Ed. Arjoma, S.A., No. 1, año 1, diciembre de 1987, pp. 14 y 15.

(32) Rueda, Marco Antonio, *et al*, "El rollo, la movida y el nuevo pop español", El Nacional, Suplemento Dominical, semanal, México, D.F., No. 85, año 2, domingo 5 de enero de 1992, p. 26.

## **CAPITULO II**

### **EL ROCK EN ESPAÑOL COMO PRODUCTO DE LA MERCADOTECNIA**

*" Ninguna disquera es  
entidad de beneficencia,  
son comerciantes."*

*Rodolfo Muratorio*

## 2.1 La industria cultural del entretenimiento

El concepto de industria cultural nace en el texto de Horkheimer y Adorno publicado en 1947; en una primera instancia distinguen un doble dispositivo: "... la introducción en la cultura de la producción en serie ... y la imbricación entre producción de cosas y producción de necesidades en tal forma que la fuerza de la industria cultural reside en la unidad con la necesidad producida." (1)

En una segunda dimensión hablan de "... la degradación de la cultura en industria de la diversión." (2) En este punto Adorno y Horkheimer consiguen el acercamiento a un análisis a la experiencia cotidiana y a descubrir la relación intensa que en el capitalismo articula los dispositivos del ocio a los del trabajo, así como la impostura que implica su proclamada separación. Esta unidad nos habla del funcionamiento social de una cultura que se conforma en "... la otra cara del trabajo mecanizado." (3).

La desublimación del arte es la tercera medida, que no es si no el otro lado de la degradación de la cultura, donde en un mismo movimiento la industria cultural banaliza la vida cotidiana y positiva del arte, es decir, que sitúa en el momento en que el arte logra des-

prender del ámbito de lo sagrado gracias a la autonomía que el mercado posibilita.

En contra de toda estética idealista debemos de aceptar que la libertad de la creación de arte consigue su autonomía en un movimiento que lo separa de la ridiculización, lo hace mercancía y lo aleja de la vida, así vemos la incorporación del arte al mercado como un bien cultural más, adecuándose enteramente a la necesidad.

Lo que de arte resta ahí es únicamente el cascarón, "... el estilo, es decir, la coherencia puramente estética que se agota en la imitación." (4)

Y esa es la forma del arte que produce la industria cultural, "... la identificación con la fórmula y repetición de la fórmula." (5), que se presenta al disfrute de todos introduciéndolo en la vida como un objeto más desublimado.

Por su parte Edgar Morin recoge el concepto de industria cultural y con ello llega a la descripción particularmente sugestiva del fenómeno de la estandarización de la cultura por los medios de comunicación, asimismo del papel que éstos cumplen en la configuración de un nuevo tipo de conciencia social.

Y concluye que al hablar de industria es hacer mención a la producción industrial, es decir, de producción en serie, y lógicamente la producción de masas es la búsqueda de un público universal.

La industria cultural del entretenimiento y con ella la industria del fonograma, de la publicidad y los medios masivos de comunicación que ayudan a la difusión de un movimiento musical, no son independientes de la industria general, forman parte de un gran engrane dentro del proceso cada vez más enorme de la acumulación trasnacional de todo el ámbito del sistema capitalista mundial.

La empresa discográfica mostró un crecimiento espectacular, la aparición del microsuro (lo que posibilitó el long play) y ahora el rayo láser (la creación del compact disc) y los mejores sistemas de grabación la llevaron a la fase del mercado de masas. A esta expansión contribuyen a la vez la música rock, pop, folklórica y clásica. Hoy en día se venden aproximadamente 2 000 millones de discos al año, incluido el formato de cassette (cerca de su definitiva extinción). Por sí solas, América del Norte y Europa absorben el 85% del total del consumo. Estos son datos arrojados por la Comisión Internacional sobre Problemas de la Comunicación de la UNESCO, la cual estuvo presidida por el austriaco Sean McBride (Premio Nobel y Premio Lenin de la Paz).

En los tiempos modernos, la industria del ocio es ya un enorme monstruo que abarca una amplia gama de materiales y servicios: receptores de radio, televisión, aparatos de alta fidelidad, tocadiscos y magnetófonos, foto y cinematográficos para aficionados, instrumentos musicales, libros, revistas, discos, conciertos y festivales masivos, manifestaciones deportivas, de turismo, etc.; progresos tecnológicos

que contribuyen constantemente a la aparición de nuevos instrumentos de esparcimiento: compact disc de bolsillo, cadenas de alta fidelidad, teléfonos celulares, discos audiovisuales y satélites para transmisiones instantáneas de espectáculos musicales, deportivos y culturales.

Pero recordemos "... que si bien a menudo las posibilidades que crecen son muy grandes y variadas, todas se pueden adaptar a las preferencias del cliente, y sin embargo, es indiscutible que ... la selección depende de quienes controlan la producción." (6)

### 2.2 Los mecanismos de comunicación organizadores de grupos de rock en español

Para que el joven consumidor de rock tenga a la mano, escuche, cante, seleccione, disfrute, critique o idolatre su música preferida necesita tener conocimiento de ella, para esto debe existir el medio que la difunda y que ponga a su alcance a su compositor, cantante o grupo: el conducto: el disco, los programas de televisión, radio, los artículos escritos, conciertos y festivales, para que se presente este fenómeno hace falta que alguien esté dispuesto a organizarlos, producirlos y difundirlos.

La industria cultural del entretenimiento pone al servicio del rock a empresas discográficas que tienen que ver con la creación del motor de la música: el disco.

Los medios de comunicación y empresas de publicidad se encargan de difundirlo. Mientras que las promotoras de espectáculos organizan conciertos y festivales.

Así se forma el gran engrane en donde se exhibe al rock como producto, mercancía que esperan que produzca remuneración alguna, llámese, dinero, tiempo, energía, atención o aceptación, sobresaliendo el primer concepto.

#### 2.2.1 La empresa discográfica.

La industria del fonograma posee una característica muy peculiar, por una parte es una empresa que produce grandes volúmenes de productos dirigidos a una enorme cantidad de consumidores de la música, y por otra parte es una "vocación artística" que como tal en esencia se reusaría a ese carácter industrial, sin embargo, en esta empresa de la creación no surge la necesidad artística espontánea, amana de las necesidades que impone el mercado.

La empresa discográfica reúne al cine y a la industria del espectáculo con sus artistas y las profesiones que gravitan alrededor de ella, como editores de la música, empresarios, periodistas, directores artísticos, promotores, compositores, técnicos de sonido, músicos arreglistas, por sólo mencionar algunos.

Es por ello que la industria de la plástificación sufrió una verdadera revolución, es una obra tan completa y compleja que exige la colaboración de un gran equipo para su elaboración.

En México el panorama de la industria del fonograma está formado por aproximadamente "... 137 compañías productoras de discos, todas ellas con sus respectivos sellos o marcas, ... las cuales están agrupadas en dos organismos: la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas (AMPROFON) que tiene a su cargo 16 compañías que representan el 80% de la producción nacional, con CBS/Columbia a la cabeza; y al Asociación de Productores de México (PROFOMEX) que reúne a las 22 empresas de mediana y pequeña categoría. Las otras no pertenecen a ninguna asociación." (7)

El objetivo de estas dos asociaciones es el de promover el desenvolvimiento y el progreso de la industria fonográfica, así como el representar y/o defender en su carácter de organismo directriz técnico y constructivo los intereses de sus asociados ante cualquier autoridad pública o entidad privada con quienes tenga actividades propias de la industria.

Se aunan a éstas diversas agrupaciones que representan otros elementos que trabajan al lado de la empresa de la plástificación: 50 editoras de música afiliadas a Editores Mexicanos de Música A.C. (EMMAC); la Sociedad de Autores y Compositores (SACM); la Sociedad Nacional de Intérpretes (ANDI); el Sindicato Unico de Trabajadores de Música (SUTH); por destacar algunos.



Actualmente el número de empresas maquiladoras de discos y cintas es considerable: 16 de largo alcance y 22 de mediana y pequeña producción, hacen un total de 38 compañías que convierten a nuestro país en el primero en Latinoamérica con tales resultados, es por ello la importancia de su nivel empresarial y musical (ver Tabla No. 1).

De esas empresas únicamente 17 llenan el 90% de la demanda rockera de nuestro país, y de esas, tan sólo 5 tienen repentes más o menos claros en cuanto a rock se refiere: las multinacionales BMG-Ariola, CBS/Columbia, Polydor, EMI/Capitol y la "nacional" Melody.

A finales de los años setentas y principios de los ochentas, BMG/Ariola y CBS/Columbia acapararon el mayor número de ventas, no sólo de rock sajón e hispano, aunque si primordialmente, "... tan sólo en los EE.UU. (1978) la cifra de ventas alcanzó 4 mil 131 millones de dólares." (8) Esto fue a nivel internacional, pero aun así tuvo repercusiones positivas hacia el rock en español, de esta manera se le permitió arriesgarse con rockeros españoles, mexicanos, argentinos y demás naciones y de muy variados géneros.

Las compañías restantes como son EMI/Capitol, WEA, Peerless y Musart (dos transnacionales y dos nacionales) tuvieron ventas regulares, no obstante consiguieron editar material de roqueros mexicanos: TRI, Rostros Ocultos y Maná, aunque con una difusión precaria.

725-1

ESTADÍSTICAS DE VENTAS 1981

FLSF \*

PAIS	SEMIOLICIOS MILES	LS	CASSETTES	CDs	TOTAL DE UNIDADES	VALORES EN DOLARES CAMBIO OFICIAL	SIN CENTAVOS LIBRE
ARGENTINA		151.778	3.428.778	1.721.380	10.804.484	56.491.995	56.491.997
BOLIVIA	0	0	0	0	0	0	0
BRAZIL	0	28.412.829	9.324.144	7.811.874	44.959.368	248.000.000	255.200.000
CHILE	1.491.207	1.254.774	1.254.704	441.288	7.872.070	20.163.344	0
COLOMBIA	0	0	0	0	0	0	0
CUBA	0	0	0	0	0	0	0
ECUADOR	247.214	252.242	259.718	10.110	979.081	1.451.937	1.451.932
EL SALVADOR			0	0	0	0	0
FRANCIA	1.521.280	3.631.500	23.206.000	3.920.000	30.289.000	221.252.567	227.252.565
GERMANY	0	1.000	711.331	10.000	722.331	0	0
HONGRIA	1.367	17.914	111.518	22.910	134.709	3.178.219	0
INDIA	0	24.358	678.021	35.814	748.200	4.371.400	0
INDONESIA	0	2.000.000	1.700.000	1.000.000	5.700.000	24.896.500	24.896.500

FAKADON LATINOAMERICANA DE PRODUCTORES DE PROGRAMAS.

El resto son empresas, que salvo excepciones subsisten de ediciones de catálogo, esto es, ediciones limitadas en tiraje de recopiliaciones de artistas viejos y famosos o jóvenes promesas desconocidas.

A últimas fechas aparecen los sellos independientes como respuestas del desinterés e incompetencia de las grandes compañías fonográficas hacia los nuevos grupos, de España vienen DRD (Discos Radiactivos Organizados); Tres Cipreses; Grabaciones Accidentales; Lollipop; Spansul Records; Goldstein; Victoria; Dos Rombos; El Fantasma del Paraíso; Nuevos Medios; Twins; por su parte México tiene a: Discos Pueblo; Discos Area; Discos Fotón; Pentagrama; Denver y Pérez; la desaparecida Comrock (un buen proyecto falto de presupuesto) y Discos Rockotitlán son empresas de la plastificación cuya inclinación es quizá menos comercial, unas veces porque no quieren y otras porque no pueden.

En términos empresariales y generales se afirma que una compañía independiente es aquella que graba, promueve y distribuye su producción musical por fuera de los mecanismos institucionales de las empresas que manejan el mercado.

Es también una de las características en la creación de las independientes, la inconformidad que los grupos toman ante las presiones, prohibiciones, censuras y trabas en general que las grandes compañías presentan ante la libertad de producir un long play.



Discos Pentagrama una empresa del disco independiente.

Y así lo comenta Richie, integrante del quinteto español Asfalto, "... salimos tan quemados de nuestra relación con Zafiro (su anterior sello) que pensamos que todas las compañías iban a ser iguales, y nos dijimos, si hay mucha gente que está haciendo sus propias compañías y están saliendo adelante, ¿por qué nosotros no? (9) Y así crearon Snif, una original empresa discográfica.

Al igual que Asfalto, Paco Martín, quien trabajara para Ariola de España, decidió formar su sello independiente, Twins, que hasta 1987 manejaba cerca de 30 grupos con un catálogo de 150 títulos de canciones, estos dieron vida a Hombres G, uno de los grupos de rock pop español que junto con Mecano encabezan las listas de popularidad. Paco Martín señala "... trabajé nueve años en multinacionales y me salí porque la gente de allí no le interesa la música, sólo se preocupa por los presupuestos anuales ..." (10)

Por otro lado, hay quienes reniegan de las compañías independientes "...que por sacar un producto a precios bajos, entregan un pésimo material que va en contra de los mismos grupos." (11) acota Carlos Mata, cantante y guitarrista del grupo Nuevo México.

Es evidente que la producción discográfica de estos sellos independientes es mínima a comparación con las transnacionales, "... las primeras tiran mil quinientas copias por acetato, pueden ser menos, pero es casi imposible que sobrepase este número, en tanto que las segundas tiran hasta 200 mil mundialmente que pueden sacar los con-

sorcios. " (12) Puso de manifiesto Fernando Híjar, jefe de prensa de Discos Pentagrama.

BMG/Ariola es hoy en día la única trasnacional que apuesta fuerte al rock mexicano, los grupos pertenecientes a la disquera que maneja Jesús López son: Caifanes, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Los Amantes de Lola, Fobia, Neón y muy recientemente a La Castañeda, quienes aparte de buenas producciones tienen una proyección muy notable en los medios.

A continuación se transcriben algunas de las apreciaciones del director de esa empresa, Jesús López, uno de los pocos aferrados dentro de la industria para que sucedan cosas grandes con el rock:

"Creo que hay un cambio radical en el ambiente roquero: de ser absolutamente marginal, el rock mexicano se ha colocado en un plano comercial y no solamente en la perspectiva de la radio, sino que ya se siente un interés por las partes empresariales que giran alrededor del mundo del disco y de los artistas. Ahora me llaman algunas gentes, diciendo que me pueden conseguir incluso lugares como el Estadio del Atlante o plazas de toros, cosa que antes, hace unos dos años atrás no era viable.

'Nosotros estamos trabajando con grupos que no están haciendo concesiones, y eso es lo que a mí me gusta; es decir, el terreno que ganan lo van ganando con el peso decidido de su creatividad y el apoyo que están recibiendo por parte de su compañía de discos, ... pero

**FUIMOS LOS PRIMEROS...  
SOMOS LOS MEJORES**



**Y AHORA CON ROCK MEXICANO**

nunca porque cedamos algo ... normalmente hay esa tentación ya sea por parte del artista o de los managers, para acelerar el proceso.

'En el rock hay poca competencia. Warner tiene al TRI, y a partir de ello ahora empieza a trabajar con Café Tacuba y también distribuyen el sello Rockotitlán. Mira, para mí, el desarrollo del rock pasa por el proceso de las compañías independientes y no de las grandes multinacionales.

'Ahora mismo el rock no es una operación lucrativa para la compañía, pero creemos que estamos desarrollando un concepto que nos va a mantener por muchos años como punta de lanza de un movimiento que nosotros mismos hemos iniciado.

'Nuestra estrategia es ahora fomentar el video de los grupos en todos lados; creemos que el rock tiene un gran chance de este lado; entonces, más que pelearnos por conseguir mucho radio -cosa que de por sí es muy difícil-, además trabajamos muy pegados a los grupos, apoyamos a sus managers, nos preocupamos porque los grupos tengan las mejores condiciones de producción y, básicamente, los apoyamos en la parte publicitaria como compañía ... eso es lo que estamos haciendo hace dos años."

### 2.2.2 Divisiones de la empresa discográfica

Existen diversas formas de participar en la industria fonográfica, esto es, se puede ser editor y fabricante, editor pero no fa-



bricante, fabricante pero no editor, productor, director artistico y asi sucesivamente.

Unicamente las grandes compaÑias cuentan con todo el equipo para producir sus propios discos, poseen la casa editora, al artista, arreglista, su catálogo musical, los estudios de grabación, los fabricantes, los productores, etc. En caso contrario hay empresas pequeÑas que alquilan estudio de grabación, mandan a maquilar su producto o contratan a un representante artistico externo.

#### 2.2.2.1 Fabricante de discos

No debemos confundir el concepto de fabricante discos con el productor de fonogramas, porque aunque en muchas ocasiones coincidan tales ocupaciones en una misma persona juridica, su labor es totalmente distinta.

En toda la extensión industrial de la palabra, fabricante es la persona que tiene como resultado de su trabajo el acetato, sin importar qué existió detrás de su preparación, ni selección de material a grabar.

#### 2.2.2.2 Productor de fonogramas

El productor de fonogramas es la persona natural o juridica que realiza la complicada labor creativa y administrativa que no se agota en la simple fijación de sonidos, que parte de un papel pautado con

notas o signos convencionales, sino que conduce al artista hasta lograr de él la correcta interpretación, a su vez transforma y añade todos los elementos que integran a su persona. En resumidas cuentas tenemos que el productor de fonogramas es el que conjuga tanto los elementos, como su capital y el talento que éste maneja para producir un larga duración.

Una de las personas más valiosas con las que cuenta el artista que graba un disco, es el productor. El trabajo de éste es ayudar al cantante o grupo a plasmar sus ideas musicales en la cinta de una mejor manera posible; es el intermediario entre el músico y el ingeniero de sonido, es el responsable de que el concepto que propone el creador musical se defina y se defienda, para ello es necesario que el productor junto con el músico elijan los temas a grabar y los músicos que intervendrán en la grabación.

Por su lado el productor selecciona el estudio de grabación, en caso que la compañía no se lo haya asignado, elabora presupuestos y organiza y dirige los ensayos.

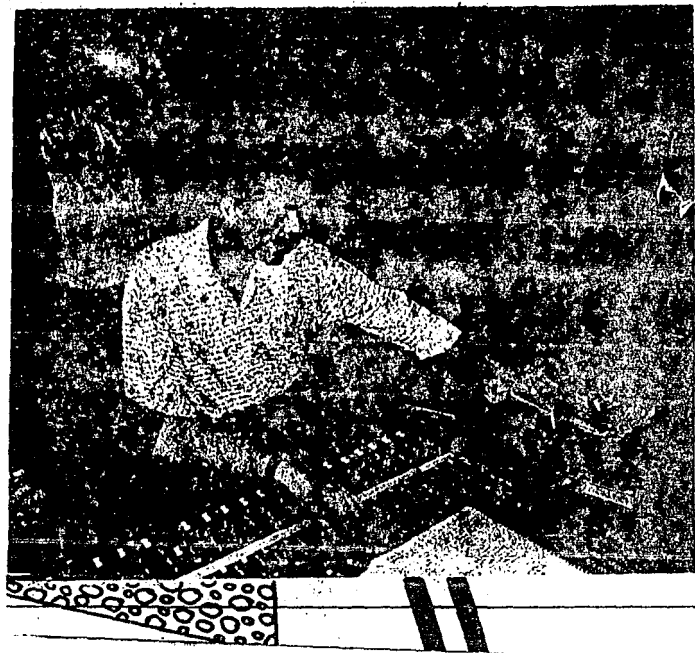
Además que su participación se extiende a lo creativo, ya que propone y desarrolla conceptos en el proceso de la plastificación, refiriéndose al cómo grabar, el mejoramiento de sonido, de vocalización, etc.

Una vez que todo el equipo de producción (cantante, ingeniero de sonido, coristas, arreglistas, etc. y el equipo técnico: consola,

Tabla 1

PRODUCTORES Y PRODUCCIONES DE ROCK EN ESPAÑOL

PRODUCTOR	DISCO	GRUPO	SELLO	AÑO
César Izquier y J.S.	Hotel dulce hotel	Joaquín Sabina	BMG/Ariola	1987
Paco Martín	Estados locos... ¿o qué?	Moscoso G	CBS/Columbia	1987
Carlos Moscoso	Son y los ensueños del Silencio	Son y los ensueños del Silencio	CBS/Columbia	1987
Cecilia Toussaint y Carlos Marea	En esta ciudad	Cecilia Toussaint	CBS/Columbia	1988
Paco Trinidad	El grito del tiempo	Duncan Dhu	IM	1988
Oscar Bayavedra y Alberto Chanlan	Doole vida	Soda Stereo	CBS/Columbia	1989
Alfredo Díaz Ordaz	Rock en la calle	Ricky Luis	WEA	1989
Jorge Álvarez	Cuatro nombres para Eva	CIE Cie	EMI/Castrol	1989
Pancho Varona, Antonio García y J.S.	Mantiras piadosas	Joaquín Sabina	BMG/Ariola	1990
Alejandro González	Ángel fugaz	Vox Populi	Area	1990
Fito Páez	Tercer mundo	Fito Páez	WEA	1990
Marteen y Sam Bisberg	Fobia	Fobia	BMG/Ariola	1990



Carlos Narea un productor de rock con prestigio.

grabadora, mezcladora y demás) se encuentran en el estudio, el productor dirige el sonido de cada una de las partes: guitarra, batería, bajo, voces y percusiones, para luego hacer la mezcla final.

Dentro de este largo proceso, el productor llega a entablar una estrecha comunicación con el grupo y manager, es así que se vuelve el mejor interlocutor entre la compañía y grupo y viceversa para conocer sus aspiraciones.

El productor debe tener conocimientos básicos de música, ya sea que se adquieran en escuelas y con especialización de un instrumento o conforme se desarrolla el trabajo. Debe conocer las posibilidades de cada instrumento, al mismo tiempo que poseer un buen oído musical para saber distinguir entre lo mal y bien afinado que se encuentran los elementos musicales que participan en el mundo del disco, tanto humanos como técnicos.

Todas las aportaciones creativas tienen existencia propia, pero una vez que interviene el productor de fonogramas, las combina, transforma y les adhiere su labor, llegan a integrar lo que llamamos fonograma. Proceso que hace posible la conservación de dicha integración en el tiempo y espacio, para pasar después a su venta, su ejecución, su radiodifusión, su proyección internacional, hasta llegar a obtener su consagración definitiva: el agrado del público.

### 2.2.2.3 Manager

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Hay que tener presente que no sólo la música es una herencia de la cultura anglosajona, también su estructura funcional, los label-manager aparecen simultáneamente con la creación de una nueva imagen para el rock. A partir del famosísimo boom de los ochentas, personajes con más ideas del negocio, la promoción y la publicidad comienzan a melodear todo lo que tenga que ver con el rock.

Son los que consiguen contratos, revisan acuerdos con la industria fonográfica y medios de comunicación, regañan o impulsan a sus pupilos, aconsejan qué tipo de sonido deben crear para mejores resultados, consiguen un perfecto cuidado de la imagen de su artista y se arriesgan con su creencia al cobrar en porcentaje de lo que ellos mismos son capaces de generar en los ingresos de los honorarios de sus músicos.

Con arquetipos como Brian Epstein, Bill Graham, Miles Copeland, los managers son visionarios responsables del desarrollo empresarial y comercial del negocio del disco.

En México nombres como Rodolfo Muratorio quien representaba al desaparecido Ritmo Peligroso y a Juguete Rabioso; Adriana Díaz a Santa Sabina; Jaime Pavón a Fobia y a Bon y los Enemigos del Silencio; Ricardo Serafín a Tex Tex; Martha Luz a Crista Galli; Chela Lora al TRI; Marusa Reyes a Caifanes; Gloria Reyes a Nina Galindo; Carlos Díaz a Toreros Muertos; Rosa L. Garrigue a Mecano; Martín Riviere a Hombres G; Inigo Argomaniz a Ducan Dhu; José Xavier Nívar a Kerigma; Marcelo Mugiolini a Soda Stereo; y más.

Son ellos los que deciden en una primera instancia qué producto es el que debe lanzarse, todo esto lleva a diseñar un tentativo plan de marketing a seguir en cada disco: conocer las listas de popularidad que le servirán como guía y justificación en su selección, poseer conocimientos musicales o por lo menos tener bien delineados sus gustos, que en ciertas ocasiones debe anteponerlos en aras de un producto que sea netamente comercial y que pueda ser negocio para la compañía discquera donde labora.

Deben poseer argumentos bastante coherentes y suficiente información para defender, convencer y aleccionar a los asistentes de las juntas de producto que se presentan a diario en toda empresa.

Conocer y tratar diariamente con el equipo de ventas de la compañía sus será quien venderá el producto y tener especial cuidado de convencer al personal para digerir la información que le servirá como argumento de venta con sus clientes.

Se convierte en jefe de prensa y se improvisa también como agente prensa, esto es que no sólo convoca, sino dirige y participa --- en las conferencias.

Los managers son los que tienen trato directo con los representantes de los sellos o marcas extranjeras que manejan, y cuando el artista viene a trabajar en plan promocional, son los que ejercen una marca personal. Muchas veces viajan al extranjero como parte de su

trabajo, pues al igual vienen y van a otros lugares donde su artista es conocido.

Un label-manager puede tener a su custodia a un solo artista, pero también a varios, 2 ó 3, no más, unos son impuestos por la empresa discográfica y otros son los propuestos por el grupo, ya sea porque es integrante del mismo o porque es una persona de su entera confianza o porque el grupo cuenta con tan pocos fondos que no cuenta con suficiente presupuesto para pagarlos ellos mismos.

Hay disqueras como EMI/Capitol o Warner Music que llegan a conformar un equipo de label-manager lo suficiente bueno y capaz como para combinar lanzamientos de discos que son prioridades, con otro tipo de artistas que comienzan a descollar en las listas de popularidad, o que apuntan a ser hits a largo y mediano plazo.

También existen compañías multinacionales como Sony Music que descargan todo el peso del trabajo en uno o dos managers, los cuales manejan prácticamente todos los géneros. Otras, como BMG/Ariola que tiene un manager con una o dos etiquetas o gente que se dedica solamente a determinado artista. Polygram una disquera que prácticamente está alejada de los medios con respecto al rock, no tiene managers, sino improvisados que son señalados por su director.

A lo antes mencionado debemos agregar la parte burocrática de su trabajo: el papeleo vía fax para conseguir, entre otras cosas licencias, permisos para acopiar a tal o cual artista en un álbum, cues-



tiones de regalías, derechos autorales y otras exquisiteces. Esto es el contacto obligatorio con sindicatos, agrupaciones, medios de comunicación, promotoras de espectáculos, dueños de locales donde celebrarán las presentaciones, etc.

#### 2.2.2.4 Departamento de mercadotecnia

Después del extenso proceso y participación de elementos humanos y materiales, así como la mezcla de estos en los estudios de grabación y fabricación del fonograma, ya cuando el disco está empacado, comienza una de las labores más difíciles que resume todo lo anterior: la promoción y venta del acetato.

La producción discográfica no es un proceso aislado cuyo ciclo finalice en la creación de un larga duración, éste forma parte de una totalidad más amplia en la relación con la cual cobra su sentido cabal. Dentro de esa totalidad se encuentra el consumo, en donde el producto "... se vuelve directamente objeto y servidor de la necesidad individual que satisface con su goce." (13)

Para lograr la demanda de un producto, existen pasos muy específicos que la industria define perfectamente y son como ya se mencionó, la promoción y difusión de éste, es decir, que la producción remite al consumo, así no sólo se relaciona con el producto, sino con otras necesidades que satisface también.

Esta labor corresponde a la mercadotecnia, que ha sido definida por el Personal de Mercadotecnia de la Universidad del Estado de Ohio como "... una actividad de negocios; como un grupo de actividades de negocios relacionados entre sí; como un fenómeno comercial; como un estado mental; como una función coordinadora e integradora de la formulación de políticas; como un sentido de finalidad en los negocios; como un proceso económico; como el proceso de intercambiar - - - - o transferir la propiedad de los productos; como un proceso de concentración, nivelación y dispersión; como la creación de utilidades de tiempo, lugar y posesión; como un proceso de ajuste entre la demanda y la oferta; ... " (14) y muchas más.

Según Maynard Phelps, investigador de mercadotecnia de la Universidad de Michigan, la investigación de mercadotecnia se ocupa de conseguir las mejores respuestas posibles a determinadas "preguntas capitales" para el negocio, "... a saber: qué se ha de producir o manejar, cuándo y cuánto, dónde se colocará ... en el mercado, hacia dónde se dirigirá el esfuerzo de ventas y qué precio se habrá de cargar." (15)

El trabajo de la mercadotecnia no termina nunca, debido al ir y venir de las temporadas, también no puede evitar lo difícil de responder con cualquier grado de seguridad las "preguntas capitales". Sin duda alguna "... la sencillez de las preguntas contradice la dificultad de que llegue a respuestas correctas." (16), pero sí a un acercamiento del sector y objetivo deseado.

En resumidas cuentas, "Mercadotecnia es el conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambio." (17)

Ahora bien, entre los objetos de valor que una persona puede intercambiar están los siguientes: "... bienes, servicios, dinero, su atención, consagración, energía, tiempo, ..." (18) En todos y cada uno de ellos se intercala el movimiento musical roquero porque tanto para la obtención de información por parte del consumidor, como para la creación y difusión del mismo intervienen todos estos valores, por ello el rock es producto de la mercadotecnia, porque tiene el poder de intercambio, llámese disco, dinero, revistas, imagen, placer de escuchar, bailar, vestir, o radio-escuchas, televidentas o lectores. Por eso la mercadotecnia de un concierto se referirá a las actividades desarrolladas por su personal para proporcionar satisfacciones al público a cambio de su tiempo, atención y dinero que le merezcan.

Los medios verdaderas industrias, deben entrar en el mecanismo de la maximización de las ganancias lo cual implica, para que sean rentables, que deben llegar al máximo público, aunque tengan que bajar los niveles de calidad.

De acuerdo con Angélica Gutiérrez Arriola, la dirección de mercadotecnia presenta las siguientes actividades (19):

#### SERVICIOS ESPECIALES DE MERCADOTECNIA

- Investigación de mercado
- Sugerión sobre producción y precio
- Datos para pronósticos de ventas

**VENTAS**

- Programa de ventas
- Personal de control de ventas
- Vendedores
- Departamento de servicios

**PUBLICIDAD**

- Publicidad
- Promoción
- Relaciones públicas

Las dos primeras actividades o subdivisiones del departamento de mercadotecnia tienen a su cargo el trabajo principal de desarrollar estimados de la demanda potencial de los productos de la compañía por área geográfica y tipo de cliente. Estiman también las tasas de crecimiento de la demanda, la significación de las fuentes de energía competidoras y la posición de la compañía en el mercado. Se preparan pronósticos que cubre la perspectiva económica general, la demanda total esperada de los productos, los precios probables y las tendencias de éstos, así como las ventas de la compañía por producto y área en unidades físicas y monetarias.

Para los hábitos de compra y la motivación de los consumidores se realizan encuestas periódicas para identificar los diversos grupos de clientes a quien la compañía intenta interesar.

En las actividades promocionales se incluyen estudios relativos a la línea de productos, la calidad de éstos, los medios de distribución, los distribuidores y agentes, los precios, los programas de publicidad y planeación de mercancías o de promoción de ventas.

Esta es la parte interna de la mercadotecnia: la investigación, ubicación y planeación del público que le interesa, al que posteriormente introducirá su producto y del que espera su consumo.

### 2.2.3 Otras empresas

La música es un enorme movimiento económico que se presenta actualmente en todo el mundo y que aumenta en forma progresiva, porque de la industria del fonograma dependen empresas especializadas que existen a su lado, pero que escapan de su control.

Las relaciones establecidas entre ésta y los medios de comunicación, a pesar del espíritu de colaboración que los anima, son esencialmente relaciones de vendedores a compradores. El sello discográfico ya no es prácticamente dueño del rock, éste le es suministrado, hecho a organismos que tienen estructura, funcionamiento y deontología propia.

Medios de comunicación (radio, televisión, prensa y cine), agencias de publicidad, promotoras de espectáculos, productoras de videos, dependencias institucionales, grupos de seguridad y la industria en general (refresquera, cigarrera, licorera, del vestir y demás) encuentran apoyo para el aumento en sus ventas gracias al rock.

En los siguientes capítulos se desglosa y explica las aportaciones de cada uno de éstos organismos impulsores del movimiento rock en español.

#### REFERENCIAS CITADAS

- (1) Citado por Martín Barbero, Jesús, De los medios a las mediaciones, p. 50.
- (2) Ibiden., p. 51.
- (3) Ibiden.
- (4) Ibiden. p. 52.
- (5) Ibiden.
- (6) Ocampo Rosales, Mario, El video-rock: antecedentes, origen y evolución, p. 45.
- (7) Medina Avila, Virginia, La industria cultural del fonograma, pp. 62 y 63.
- (8) Reyes, Jorge, "Una industria en crisis", Unomásuno, diaria, México, D.F., viernes 18 de abril de 1986, p. 24.
- (9) Castro, Julio G., "Asfalto: catorce años de rock en castellano", Unomásuno, diaria, México, D.F., viernes 25 de julio de 1986, p. 24.
- (10) Sesin, Saide, "Si apuestas a lo que más amas, es más fácil ganar", Unomásuno, diaria, México, D.F., viernes 6 de febrero de 1987, p. 24.
- (11) Pineda Muñoz, Miguel A., "Los nuevos grupos son elitistas", El Nacional, Sec. Espectáculos, diaria, México, D.F., lunes 15 de enero de 1990, p. 5.
- (12) Pineda Muñoz, Miguel A., "Limitadas las disqueras independientes", El Nacional, Sec. Espectáculos, diaria, México, D.F., lunes 8 de enero de 1990, p. 5.
- (13) Medina ... *Op. cit.* p. 62.
- (14) Citado por Kotler, Philip: Dirección de mercadotecnia, análisis, planeación y control, p. 30.
- (15) Phelps, Maynard D. citado por Boyd, Harper W., Investigación de mercados, p. 353.
- (16) Idea., p. 353.
- (17) Idea., p. 356.
- (18) Kotler, ... *Op. cit.* p. 31.
- (19) Gutiérrez Arriola, Angélica et al, Empresas transnacionales en México y América Latina, p. 158.

### **CAPITULO III**

#### **LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL IMPULSORES DEL ROCK EN ESPAÑOL**

*" Sé que no resulta fácil  
pero es mejor así;  
debemos hacernos dignos  
tú de mí y yo de tí."*

*Luz Casal*

El intercambio de información, conocimientos e ideas constituye uno de los elementos esenciales que condiciona la existencia, supervivencia y acción de una sociedad determinada. Desde tiempos remotos el hombre necesitó de comunicarse, ya sea por medio de sonidos, del lenguaje, la escritura, la pintura, la música, o las otras artes.

Los avances tecnológicos se multiplican al iniciarse el presente siglo, George Friedmann afirma que "La cantidad de transformaciones suscitan instituciones, estructuras, formas nuevas de organización, de producción y una nueva cualidad de civilización." (1) y agrega que estos elementos constituyen una nueva civilización técnica cuyos elementos más importantes "... son la producción en gran escala, el consumo de masas y los medios de comunicación de masas." (2), la producción y el uso de éstos junto a la información constituyen una de las características principales de las sociedades modernas.

La prensa, radio, televisión y el cine además de cumplir funciones políticas se han convertido en importantes instrumentos de fomento del desarrollo económico, social, educativo y cultural.

La música es parte de esa cultura, pues es la expresión misma del hombre, el rock como movimiento musical juvenil es organizado,



producido, financiado y difundido, y a la vez consumido por los medios de comunicación.

La vinculación entre público y el producto-fonograma, se logra mediante el sistema de promoción que realizan en conjunto: empresa fonográfica, productor, manager y grupo al difundirlo a través de los medios de comunicación.

El primer paso para la difusión, fuera de la producción industrial, es la promoción, es el trabajo de preparación que le da vigencia al artista, que a su vez provoca una especie de convencimiento a la compra del disco-imagen-grupo, este proceso es mucho antes de colocarlo en los estantes del mercado para convertirlo en capital, y qué mejor conducto que los medios de comunicación.

En toda compañía discográfica existen los departamentos de promoción y publicidad que tienen bajo su responsabilidad las visitas a los diferentes grupos radiofónicos, televisivos o de prensa en el Distrito Federal como en el interior de la República Mexicana para mostrar el producto y suscitar que se les promueva, esto obviamente queda sujeto a los intereses comerciales de los medios, de acuerdo al género musical que manejen.

### 3.1 Radio

La radio es sin lugar a dudas el medio de comunicación de mayor prioridad para el público consumidor de música. No existe otro que

posea la eficacia y alcance que ésta, ya sea con fines de información, de enseñanza, de difusión cultural o de esparcimiento.

A últimas fechas la radio redujo el tiempo concedido a los bloques informativos y/o de opinión para promocionar mayor espacio a programas de corte musical.

La música no necesita traductores y la radio aporta algo muy notable al preservar, fomentar y divulgar la música de diferentes países. Dentro de este contexto se incluye el rock en español, puesto que es dueño de un lenguaje generacional que se divulga en casi todo el mundo, no es una moda más, sino todo un movimiento cultural que se apropia de la ciudad y de las ondas hertzianas.

La promoción se hace de acuerdo con empresa grabadora teniendo como objeto el utilizar al máximo el producto. Si se va a promover determinado intérprete o canción, se le pide a la compañía un número de discos (10, 20 ó más), según la importancia del producto, para regalarlos al auditorio, este último a través de su llamada telefónica lo solicita, de esta manera la radiodifusora y la empresa de discos pulsan el interés que hay sobre el disco, ven que el público se mueve y se molesta por ir a la estación a recogerlo que vota por él en las complacencias telefónicas, este es el tipo de promoción número uno entre ambas industrias.

Otra táctica de promoción es la visita del grupo a las diferentes estaciones para entrevistas personales, donde además de conocer

sus puntos de vista acerca de su producto musical y grupal, se descubre el ser humano existente en cada integrante de la banda.

Y por último están los conciertos o festivales promovidos por la radiodifusora, donde al grupo no se le paga honorarios, pues es parte del sistema de promoción, aquí tanto estación, como grupo y producto musical salen beneficiados al atraer más simpatizantes que no desembolsarán ni un centimo.

En México y a través de las estaciones de A.M. y F.M. el rock se proyecta de una manera sin igual. Por medio de una "... investigación de laboratorio se comprobó que el número de estaciones de radio que transmiten en el D.F. rock en español, inglés o alguna otra lengua extranjera. son: en amplitud modulada (A.M.) de las 33 estaciones que transmiten, diez programan rock. En la frecuencia modulada (F.M.) de las 25 estaciones, 16 lo programan regularmente." (3)

En 1985 se importó desde España, primordialmente, algo que se hacía llamar rock en español, la primera emisora a la que se le atribuyó tal suceso fue Rock 101 F.M. Estéreo, su objetivo: presentar un movimiento hasta entonces "desconocido" a los oídos del público juvenil, y comenzó a programar temas como: "Ni tú ni nadie" de Alaska y Dinarama; "Viviendo de noche" de Veni Vidi Vici; "Relojes en la obscuridad" de Nacha Pop; "Escuela de calor" de Radio Futura; "Maquillaje" de Mecano; de Miguel Ríos; de Hombres G y muchos más grupos que se sorprendieron quizá, no tanto por la calidad musical, como por descubrir que en Iberoamérica existía algo más que rock en inglés, se

presentó un rock al que podían entender los contenidos de las letras, posteriormente vinieron los grupos argentinos, chilenos y por último se les dio la oportunidad a las bandas nacionales.

En ese mismo año Rock 101 y Comrock se plantearon la posibilidad de abrir un espacio amplio al rock mexicano, en esa época un 20% de su programación se dedicó al rock nacional, esto significa que en medio de 3 ó 4 piezas musicales en inglés se intercaló una de rock azteca, para desgracia de la pequeña industria rocanrolera que no poseyó una fuerte infraestructura que la soportara para producir por lo menos un disco por año y por grupo, acarreó el aburrimiento del radio-escucha roquero y la desaparición parcial del mismo.

"Con los pelos de punta" y "Set" fueron dos programas destacados de Rock 101 que transmitieron rock punk e industrial no comercial, pero dentro de esos géneros tocaron alguna que otra pieza de rock en español nacional y extranjero, los horarios demasiado nocturnos: de las 22:00 a 23:00 y de 23:00 a 1:00 a.m. respectivamente.

En el segundo lustro de los ochentas las estaciones de radio cambiaron su formato, por ejemplo Radio 590 "La Pantera" sufrió después de estar 20 años al aire con la misma línea, una transformación completa, de un 90% de rock anglosajón llegó a un 40% para cederle el espacio al rock en español, es así como en junio de 1987 nace Espacio 59.

Luis Gerardo Salas, director de Rock 101 y la nueva Espacio 59 comentó que "El cambio básicamente ocurrió a raíz de la necesidad ... de ver esto como un negocio; en segundo, la radio comercial necesita tener auditorio para ofrecerlo a sus clientes de modo que generen ingresos tanto para su mantenimiento como para el beneficio del dueño."

(4)

"La Pantera", antecesora de Espacio 59, comenzó a presentar bajas considerables a consecuencia de un mal manejo por parte de la dirección artística, así lo demostraron los resultados de los múltiples sondeos y las llamadas listas de popularidad, el famoso "rating".

La estación intercalaba en cada hora de transmisión 20 cortes comerciales, con un tiempo aproximado de 1 min. 30 seg., que hace un total de 26 min., lo que deja 34 min. para programar de 5 a 7 canciones. pues se tiene que restar el tiempo que se emplea para la identificación de estación, programa, personal y además de cada track: a presentar; esto dio como resultado que la audiencia disminuyera, "el suicidio comercial" es el calificativo que su dirigente artístico le otorgó a tal suceso, pues pierde el concepto propio de la comunicación al no cumplirse ni siquiera el más mínimo ciclo: emisor-mensaje-receptor-respuesta-emisor.

Los objetivos de Espacio 59 fueron claros desde su proyecto: programar sí a grupos de rock mexicanos, pero "Lo más comercial, incluso a los prefabricados, por ejemplo a Timbiriche, Alejandra Guzmán

o Eloria Trevi, que tienen una fuerte imagen rocanrolera entre los adolescentes de 13 a 19 años." (5)

Espacio 59 ayudó a grupos a seguir adelante al permitirles transmitir muchas veces producciones caseras de pésima calidad auditiva, más las bandas que ya tenían una larga trayectoria sumaron, no un extenso repertorio, pero sí algo nuevo.

Para desgracia del medio rocanrolero, a mediados del mes de enero de 1990, Radio 590 perteneciente al Grupo Radio Mil, sustituye a Espacio 59, parece ser que todo se debió a "... un esfuerzo de especialización en el campo de la industria roquera que ya tiene 30 años." (6), refiriéndose al rock en inglés.

Carlos Enriquez, director de la mencionada emisora, sostendría: "Hemos querido recrear todo un concepto, toda una imagen de música anglosajona de los 60's; ... rock progresivo, psicodélico, pesado." (7) Y así se cerró un espacio que el rock mexicano, el rock en español logró conseguir, aunque no por mucho tiempo.

El rock con fines más artísticos y como una auténtica forma de expresión, solamente se transmite en algunos programas de Rock 101, Radio Educación en el 1060 kilociclos de A.M., en Radio Universidad y en Estéreo Joven.

Por conducto del proyecto "Rock en la urbe" que Radio Educación sacara al aire el 16 de agosto de 1989, muy a pesar de las inconfor-

midades que mostraron algunos de sus trabajadores por el cambio radical en la programación y de algunos intelectuales que vieron con osadía el que la radio educativa perdiera su "perfil cultural" al permitir el acceso de nuevas expresiones artísticas, y peor aún si esa manifestación se llama rock.

Mediante una barra de dos horas diarias que incluía una decena de variados programas, "Rock en la urbe" logró su meta: atraer al auditorio juvenil hacia la estación oficial. No sólo se dedicó a entretener al radio-escucha, sino motivó el interés de los jóvenes de diferentes estratos sociales a participar y hablar de sus problemas comunes, de sus experiencias e inquietudes.

El programa "Calabaceado", por ejemplo, que se proyectó los martes, permitió a los auditores hablar vía telefónica y fueron estos últimos los que hicieron este bloque. En la emisión "Este tren no lleva leones" se recogieron testimonios de personas por medio de las encuestas callejeras. En "Demos chance" los grupos tuvieron la oportunidad de presentar su material musical por medio de "demos" (grabaciones caseras), pese a la mala calidad técnica.

Sin embargo, el proyecto original de "Rock en la urbe" estuvo al aire 14 meses porque una segunda encuesta reveló que la barra juvenil poseía poco auditorio, por lo que en octubre de 1990 dejaron de salir al aire algunas emisiones que la conformaban, tal es el caso de "Escaleras al suelo", "Calabaceado", "De tiberes, roqueros y sonos" "Este tren no lleva leones" y "Demos chance".

No únicamente se suprimieron emisiones, también tiempo, a la barra de 12 horas semanales, pasó a 5 programas de una hora de lunes a viernes de 17:00 a 18:00 hrs., con programas como "Arañas de Marte" donde se escucharon diversas corrientes musicales de mediados de la década de los setentas hasta la época actual, como el punk, nueva ola, industrial, tecno y de vanguardia.

En "Aguas de Jamaica" y "Chida ciudad de miércoles" que condujo Arturo Ortega, se proyectó una extensa gama de géneros y estilos musicales que por supuesto incluyó al rock nacional; "Caos" tuvo como locutora a Fernanda Tapia, se consideró como una propuesta colectiva que pretendió enseñar a las personas a hacer uso de la radio, donde asociaciones ecologistas, homosexuales, prostitutas, artistas callejeros, estudiantes, amas de casa y demás dieron sus puntos de vista; finalmente ingresaron a la barra las series "Urbano" y "Ricitos de petróleo" que presentaron la música de grupos tradicionales de rock.

De igual manera, Radio Educación dio cabida a "El rol de todos los días" que se transmitió todos los jueves a las 23:00 hrs., dedicado exclusivamente al rock nacional. Y los sábados a las 20:30 presentó a "Ideas y rock".

Por su parte Radio Universidad contó también con "Rock marginal" y "Rock en Radio Universidad", programas típicos del género musical por demás mencionado, sin nada trascendental en cuanto a propuestas radiofónicas se refiere.



Con la creación de organismos como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) y la necesidad de atender o captar a los Jóvenes, se iniciaron una serie de proyectos en los cuales el rock se insertó como prioritario. De esta manera surge un nuevo perfil de Estéreo Joven en 1989, que del canto nuevo y trova cubana, la emisora cambió hacia el rock, principalmente marginal de todas partes del globo. El proyecto fue sin duda importante y abrió a todas las formas conocidas y hasta inéditas de este género.

La estación vivió una división: en la programación matutina inscribía lo mismo que a Banda Bostik que a Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Toreros Muertos que al TRI, Soda Stereo que a Tecnopop, Charly García que a El Haragán y Compañía y muchas más combinaciones de este tipo que se proyectaron en programas como "Rock sin etiquetas", "Complacencias" o "Rock iberoamericano"; por la tarde adquirió otro matiz y programó a lo más relevante del inmenso arsenal independiente internacional.

Por supuesto que provocó una falta de regularidad de muchas bandas que se escucharon por única vez en programas aislados, así no lograron integrarse en el escucha. Si a esto añadimos la carencia de carisma de la mayoría de los locutores, las dificultades presupuestales y la nula proyección que no alcanzó la emisora, da como resultado la destrucción de todo el proyecto.

Estéreo Joven se desintegró en noviembre de 1992 y pasó a ser lo que conocemos hoy en día como Láser F.M., una emisora más de la nueva radio F.M. que compite por proyectar menos cortes comerciales y poner más música: Estéreo 102 con 2 ó 3 canciones por corte comercial; 97.7 con 3; Láser F.M. con 4; y Pulsar F.M. con 5 canciones continuas.

Dos programas dignos de mención son: "El chiringuito" conducido por José Ignacio Viseras, locutor y periodista español, esta emisión fue únicamente de rock hecho en España y se transmitió en un tiempo en Rock 101 y después en Cosmos 103 F.M. desde la parte más alta de la Ciudad de México (sus instalaciones se ubicaban en la Torre Latinoamericana), todos los viernes a las 19:00 hrs. con una duración de 60 min. A causa del periodo de lanzamiento, ocurrido en el boom de los años ochentas, llegó a ser una de las series que contaron con mayor popularidad.

Y por supuesto "Boryolandia" conducido por Guillermo Cantú y producido por Ricardo Bravo en Dial F.M. (hoy Radio Activo) perteneciente al grupo radiofónico IMAGEN, con una programación diaria de 19:00 a 20:00 hrs., con especiales de los lunes, donde se transmitió una serie de canciones y biografías profesionalmente armadas de los grupos y cantantes de rock y con entrevistas en cabina de las mismas bandas; en un lapso de nueve meses (abril de 1991 - febrero de 1992), lograron una labor digna de apoyo y reconocimiento, ya que tanto en producción como en selección de material, así como la conducción se complementaron y dieron una imagen realmente atractiva del rock hecho en español.

En la actualidad existen cuatro estaciones radiofónicas que poseen programas integros de rock en español: Estéreo 102 con "Yo ciento rock" que se transmite los sábados de 17:00 a 18:00 hrs., una hora plena de canciones sin comentarios. Láser F.M. con "Banda Civil" una emisión diaria de 18:00 a 19:00 hrs. con criticas, entrevistas y temas de polémica. "Cesiones" es un programa sabatino de WFM Magia Digital que comienza a las 20:00 hrs. y tiene una duración de una hora llena de comentarios y chismes del mundo rocanrolero en español. Y por supuesto Rock 101 (siempre) también dedica series especiales de rock con una hora completa de interpretaciones de un grupo o cantante, en distintos días y horarios. Además sus bonos subieron a más que aceptables, cuando abrieron un programa de rock en español que proyecta a muchas bandas en vivo de la discoteca Rock Stock, permitiendo el acceso natural a grupos que requieren del apoyo de la estación más rocanrolera de México.

El rock de Caifanes, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Café Tacuba, Juguete Rabioso, Fobia, Los Amantes de Lola, Neón, La Lupita, Okey, Maná, Hombres G, Mecano, Luz Casal, Olé Olé, Héroes del Silencio, Joaquín Sabina, Radio Futura, La Unión, Soda Stereo, Miguel Mateos, Enanitos Verdes, Patricia Sosa y demás compiten con Luis Miguel, Loco Mia, Lucero, Biby Gaitán, Magneto, Mijares, Paulina Rubio, Alejandro Sans y más artistas del mundo del espectáculo en todas las emisoras musicales ya sin distinción alguna.

### 3.2 Televisión

Los lazos de trabajo y amistad entre compañía discográfica y de televisión deben su razón de ser a los programas musicales, si no existiera una empresa tampoco la otra, ambas se ven beneficiadas con la proyección y exclusividad de los grupos de rock; al igual que la radio, la televisión gana el inmenso bloque juvenil de espectadores con la transmisión de éste.

En la década de los ochentas, el rock nacional y extranjero se difundieron por la televisión mexicana con un auge que anteriormente no tuvo. En especial si se habla de rock mexicana, ya que a diferencia de los grupos de hace 20 o 25 años, en la actualidad muestran un interés y una necesidad de comunicarse a través de las letras que hacen referencia a los sucesos políticos, sociales y económicos que de alguna manera afectan a la sociedad.

La televisión como medio de comunicación brinda apoyo al rock y ofrece opciones para ver y oír, surgieron programas que en ocasiones incluyeron rock en sus transmisiones, otros que lo hacían con cierta regularidad y muy pocos cuya estructura se fundamentara en él.

Los programas que en la televisión comercial ocasionalmente incluyeron rock castellano en su programación fueron: "Hoy mismo", "Siempre en Domingo", "Mundo Latino", "Proyección 2000". "TNT", "Para gente grande" y "En vivo" por Canal 2 "El canal de las estrellas"; y "Videocosmos" por Canal 9 "El canal de la gran familia mexicana". En la televisión cultural en "Los libros tienen la palabra" por Canal

11. Y en la estatal por medio de "Buenos Días" los viernes y sábados a las 23:30 en Canal 7, del entonces (IMEVISION).

Por su parte "Estrellas de los 80's", posteriormente 90's que salió al aire los sábados a las 18:00 hrs. por Canal 2 programó con cierta regularidad al rock en español, por él desfilaron tanto bandas nacionales como extranjeras, fue conducido en un principio por Claudia Córdoba y Marcos Valdés, después de un tiempo renunciaría la licenciada Córdoba y tomaría el mando Gloria Calzada, todos ellos bajo la producción de Raúl Velasco.

Por último tenemos a los programas cuya estructura se fundamenta en el rock, en este bloque se encuentra "A toda música", transmisión sabatina a las 23:00 hrs. por Canal 9; "Súper rock en concierto" que se emitió los viernes también en el mismo horario, pero fueron por Canal 5. Sus transmisiones comenzaron a finales de 1986 y en junio de 1987 dejó de salir en las pantallas chicas porque PEPSI, patrocinador de dicho programa, no llegó a un acuerdo con el Departamento de Ventas de Televisa al querer cambiarlo de día y horario para aumentar el número de televidentes; en vista de esto, PEPSI decidió utilizar su publicidad diversificada a la semana y en varios programas, no más para "Súper rock en concierto".

Esta serie televisiva fue una pequeña plataforma para los grupos de rock en español, más extranjeros que nacionales y más aún con la participación de los cantantes de fama mundial; ahí tenemos a Neón, La Caja, La Cruz, Caifanes, El TRI por México; a la par con Miguel

Ríos, Mecano, Radio Futura por España; Soda Stereo, Charly García, Raúl Forchetto de Argentina; y los súper internacionales Michael Jackson, Madonna, Tears for Fears, Wham, Pat Benatar, y los desaparecidos Bill Halley, Elvis Presley y muchos más.

En "Súper rock en concierto" se encontraron dos secciones de gran relevancia: "Rockumental", donde se hicieron semblanzas del cantante, de sus giras, discos, logros, hazañas, vida privada, etc.; y "Rockuerdo" un diminuto homenaje a los grandes iniciadores del rock. Por el contenido de éstas no se pudo intercalar a los "inexpertos" grupos de rock en español.

Luis de Llano Macedo, productor de "Súper rock en concierto", comentó que el programa cumplió su objetivo económico porque "... se formó un grupo de producción para hacerlo y los músicos mexicanos recibieron su justo sueldo. Se les pagaba por medio del Sindicato Unico de Trabajadores de la Música (SUTM). Cada músico recibía entre 150 y 200 mil pesos y teníamos de cinco a seis grupos semanales. Además de pagar al sindicato por el desplazamiento de cada grupo extranjero." (B). Se presume que el costo de producción oscilaba entre los 4 y 5 millones de pesos mexicanos.

Gracias de nueva cuenta a Luis de Llano Macedo, a finales de 1988, Televisa otorgó otra oportunidad al rock, pero volvió a suceder lo mismo, en programas especiales que duraron 60 min. Soda Stereo, Miguel Mateos, Miguel Ríos, Hombres G, Mecano y los colados de Kenny y los Electricos hicieron gala de presencia en la pantalla chica, de-

ando relegados a muchos originales y excelentes grupos de rock; no existió continuidad, todo dependió de las giras promocionales o presentaciones que el intérprete hiciera por estas tierras aztecas.

Otro programa de las mismas características que el anterior fue "Rock Dié" por Canal 5 bajo la producción de Raúl Velasco, la dirección de Horacio Balwin y en la coordinación de Arturo Velasco.

La televisión estatal jugó un papel importante en la vida del rock nacional, la anterior Cadena IMEVISION produjo en 1985 "Flores de asfalto" que tuvo en la dirección y producción a Alejandro Gamboa y en la coordinación de producción a Raquel Rodríguez, en esta barra se proyectó a los grupos más sobresalientes del rock azteca: Rockd-i-ço González, Clips (ahora Fostros Ocultos), El TRI, Guillermo Briseño, Cecilia Toussaint, Jaime López, por mencionar algunos.

Otra emisión fue "Radio clip estereo" que estuvo al aire un año y medio por el Canal 7, esto entre 1988 y 1989, a las 20:30 con una duración de 30 min., bajo la conducción de Claudia Córdoba y Carlos Canales (voz en off) y la dirección de Mary Vázquez, videos y notas musicales de grupos nacionales e internacionales dieron vida a éste.

IMEVISION transmitió una serie de programas titulados "Aguila o rock", elaborados en colaboración con la Unidad de Producciones Audiovisuales del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y la productora privada Primer Corte (quien fuera responsable de la realización de los videos para grupos como Caifanes, Maldita Vecindad y

los Hijos del Quinto Patio, El TRI, Los Amantes de Lola, entre otros).

"Aguila o rock" constó de 18 programas de 27 minutos cada uno, comprendió entrevistas, actuaciones en vivo, en exteriores y en estudio y tomas de conciertos de diversas agrupaciones musicales. Abarcó todos los géneros y subgéneros, desde el heavy metal hasta etno-rock, pasando por los afrorequeros, postmodernos, bluseros y poperos.

Estos programas fueron dedicados exclusivamente al rock mexicano con la intervención de los principales exponentes del género urbano, actuaron solistas como Jaime López, Cecilia Toussaint (quien fuera locutora, voz en off) y grupos tales como El TRI, Tex Tex, Caifanes, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Fobia, Ninot, Santa Sabina y más.

Tardaron en decidirse, pero finalmente lo lograron y el 14 de julio de 1990 a las 20:30 hrs. comenzó a transmitirse por Canal 13 todos los viernes. Sin caer en una exageración, fue uno de los mayores tiempos de cobertura que el rock mexicano haya tenido jamás en la pantalla chica.

La flaqueza del rock mexicano es su limitadísimo acceso a la televisión privada. Actualmente lo más digno de mencionar es la creación del programa "Trax" que sólo se ve a través de Cablevisión. Dos o tres conductores y la programación de varios videos de rock mexicano lo hacen indispensable en la escena musical. Si únicamente se de-



dicaran a videos de rock tendrían mejor "rating" y entonces votarían para que les dieran dos horas diarias en algún canal de las "estrellas".

Por televisión normal se rescatan dos barras de Eco que esporádicamente presentan: Rocío Villagarcía con Carlos San Román y las de Talina Fernández con Víctor Gordo.

Hasta con Verónica Castro parece que ya existe una aceptación sincera para el rock nacional, en 1988 en "Mala noche ... no" tuvieron cabida: Caifanes y Bon y los Enemigos del Silencio, posteriormente Kerigma y Neón; y en la "Movida" circularon de nueva cuenta Caifanes, Fobia, Amantes de Lola, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Cecilia Toussaint, TRI y Botellita de Jerez.

El rock de afuera siempre es bien recibido y por ejemplo en los programas antes mencionados hicieron acto de presencia en varias ocasiones: Joaquín Sabina, Miguel Mateos, Miguel Ríos, Enanitos Verdes, Soda Stereo, Hombres G, Mecano, Alaska y Dinarama y Olé Olé.

Ya a finales de noviembre de 1991 hace su debut "6205 El Planeta", programa noticioso musical de origen radiofónico, sus productores prometen y revolucionan los conceptos de informar visualmente, se emite por Canal 4 los lunes, miércoles y viernes, el rock nuevamente tiene un espacio.

Dos transmisiones similares a la anterior son: "Rim bom video" conducido por Talina Fernández, bajo la dirección de la misma en coordinación con Víctor Gordoza, se proyecta por Canal 4 los martes y jueves. Y "Galardón a los grandes de 'Siempre en Domingo" conducido por Barbara Ferré, el cual se emite los sábados por Canal 2 a las 22:00 hrs., en 30 min. donde se dan a conocer notas sobre el mundo del espectáculo y en él se incluye el rock en español. En 1990 entregaron su presea anual a Hombres G y en 1992 a Maná y a Maldita Ve-cidad y los Hijos del Quinto Patio. Estos premios son el resultado de las listas de popularidad y de la continuidad que los grupos tienen en "Siempre en Domingo"; los dos primeros sí tuvieron varias participaciones en el mencionado programa dominical, pero Maldita ... se hizo merecedor de ese reconocimiento gracias a las listas de popularidad (tanto radial como de ventas) y no al programa.

### 3.3 Prensa

Mientras la radio y la televisión se encargan de difundir la imagen y la música de rockeros hispanoparlantes, los medios escritos analizan qué ocurre con los grupos establecidos, las nuevas tendencias, exponen el pensamiento de los creadores y tienen al tanto a el consumidor musical de lo reciente en el mundo del espectáculo rockero.

Por lo que respecta a la prensa también se notan grandes intereses y movimientos de parte de varios grupos de gentes que tratan de

editar nuevas revistas o secciones dentro de los diarios que se encuentran en circulación.

El antecedente más remoto de esa insistencia por intentar comprender y discutir el fenómeno musical del rock se inició con José Agustín en su libro "La nueva música clásica", una de las entradas deslumbrantes, conocedoras y críticas a principios de los setentas, ya que significó la presentación en sociedad de un ambiente moral y estético que en su momento fue rechazado y empañado por la dureza impenetrable del prejuicio. Ese entusiasmo de José Agustín lo recogieron poco después Parménides García Saldaña y Oscar Sarquíz.

En 1969 salió "Piedra Rodante", la primera revista especializada en el mundo del rock y también el principio de la crítica de rock en México; la idea original fue de Manuel Aceves, publicista de profesión, quien viajó a Nueva York a comprar los derechos de "Rolling Stones", la aún famosa publicación del ambiente rockero inglés, consiguió nacionalizar rápidamente la edición hasta hacer la mexicana versión de la anglosajona. Sus colaboradores fueron Enrique Marroquín, Juan Tovar, Oscar Sarquíz, Luis González Reimann, Raúl Prieto, José Agustín, entre muchos más.

Su vida fue corta y en 1971 dejó de aparecer, el nivel de la publicación no era malo, según uno de sus colaboradores, lo que ocurrió fue un pequeño adelanto a su época, en cuanto a conceptos periodísticos y en su actitud general: "... era entre seriedad y relajo, de superficialidad y profundidad." (9)

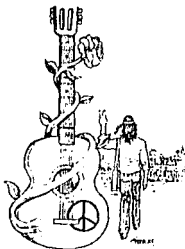
En "Piedra Rodante" se escribieron palabras altisonantes, se investigó sobre sexo y drogadicción entre jóvenes. Los periodistas que escribieron subrayaron que su trabajo fue hecho de manera "limpia y honestamente", pero en esos años estos tópicos eran impronunciados entre padres e hijos, con mayor razón escandalizantes para ser presentados al dominio público.

Y es así que Gobernación y la Comisión Calificadora de Publicaciones finalmente decidieron suspender definitivamente la edición de ésta.

Luego vino un tipo de estancamiento de poder sacar al público una revista especializada debido a los acontecimientos que sucedieron alrededor del rock, sin lugar a duda Avándaro es el principal responsable: a decir verdad nunca dejó de publicarse una nota de rock, pero tampoco encontró su consolidación y aceptación total.

Ya en la década de los ochentas los periódicos hacen mención a los efectos que el rock en español arroja; a través de una investigación se llegó a la conclusión de que los diarios capitalinos que brindaron información más exacta sobre lo que aconteció con respecto a nuestro género musical fueron: Unomásuno, La Jornada, El Nacional, Novedades y Las Horas Extras.

El Unomásuno en su edición de todos los viernes le dedicó una página completa al rock desde 1984, por lo regular la número 24, se



Hay más de 100 años en el mundo... (Text describing the illustration and its context)

Rolando Neus

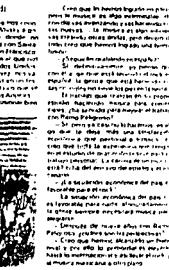
Se aproximó el día de Chile... (Text discussing Chilean politics and social issues)

El mundo de hoy... (Text discussing global events and international relations)

La Unión Soviética... (Text discussing the Soviet Union and its policies)

Ritmo Peligroso irá al festival Con sabor a México

Walter Sotomayor... (Text about a musical festival featuring Mexican rhythms)



Rock esta semana

Rock esta semana... (Text listing rock music events and bands for the week)

A través del espejo, radio para las bandas tapadas

Jose Colin Alducin... (Text about radio programs for underground bands)

GIJ: El estilo y el futuro

Jorge Fernández... (Text discussing the Gijón festival and its future)



Small text at the bottom left of the page.

Small text at the bottom right of the page.

constituyó de colaboraciones y una columna fija titulada "Rock esta semana" escrita por Alejandro Elías Guzmán, esta fue una guía donde se presentaron opciones de todos los eventos de rock a celebrarse durante la semana, se indicó el día, la hora, lugar y grupo (s) a tocar.

La sección de rock en el apartado cultural del Unomásuno estuvo coordinado por Saide Sesín y dirigida por Roberto Vallarino, en ella colaboraron Freddy Secundino, Jorge Reyes, Waldo Lydeker, Rodrigo Farias, Walter Schmidt y José Xavier Nívar con su columna "Drenaje profundo" (ahora también colaborador de Epoca).

Hoy en día la página 24 dejó de ser totalmente de rock, ya se habla de todo y sólo en ocasiones súper contadas publican notas de rock en español.

Por su parte El Nacional en la sección de espectáculos aún se escriben diariamente notas de rock tanto nacionales como internacionales en apartados como "Rock en tu idioma" a cargo de Ricardo Bravo, "Arañas de marte" responsabilidad de José X. Navar y otras donde presentan cápsulas de novedades discográficas, conciertos, videos, entrevistas y demás actividades.

En abril de 1989 se comenzó a publicar todos los viernes el suplemento "Extra Urbano", sus escasas 4 u 8 páginas corrieron bajo la dirección de José Carreño Carlón y en la edición Luis Gerardo Salas; análisis, críticas, entrevistas y demás géneros periodísticos inspi-

roccos en el rock sólo tuvieron un año de vida. Ahora el suplemento es "El Conspirical" donde Marco Antonio Rueda y Ricardo Bravo u Oscar Sarquitz escriben acerca de rock en encuestas, investigaciones y comentarios profundos.

# PRENSA ROCKERA



En el periódico Novedades apareció los días viernes una columna intitulada "Seminario del rock" escrita por Francisco Rosas Martínez, donde se analizaron los discos más recientes, se cuestionaron a las autoridades y sociedad con respecto a este movimiento musical y se sugirió al público los espectáculos a celebrarse los fines de semana.

Las Horas Extras fue un periódico mensual que ocupó un promedio de cinco a ocho páginas, ofreció una sección titulada "La silla eléctrica" a cargo de Armando Vega Gil, en ésta se imprimieron noticias relacionadas principalmente con el rock nacional. En las últimas páginas apareció "En busca del acorde", en ella se sugirió al lector de rock los discos que por sus elementos (música, letra y producción) merecieron un análisis serio por parte de los colaboradores de dicha sección.

Cabe subrayar que Las Horas Extras se fundó en agosto de 1986 por Víctor Roura y Víctor del Real, y se presentó como un espacio abierto a la recreación de los géneros periodísticos.

El resto de los periódicos: El Sol de México, El Herald de México, El Universal, El Día, Excelsior, El Financiero y demás incluyen información de manera casual y por lo regular cuando es un suceso de verdadera trascendencia.

Por ejemplo en las páginas de traducción de canciones que aparecieron en El Financiero, donde colaboró Carlos Miranda y persiste Hugo García Michael, estuvo Salvador Mendiola con inteligentes y erudi-



AÑO 2

No. 1

Precio Ns 5,50

P.P. Ns 5,0

# ROCK

A M E R I C A

SIEMPRE HACIA ADELANTE DURANTE 6 AÑOS



## CAIFANGES

EMERSON TAKE & PALMER

Y Acero  
FUERTES Y POTENTES

EL BORDINO DEL CAMALEÓN

SODA ESTEREO

MEXICANISMO PSICODÉLIA



POSTER DE  
CAIFANGES

tos comentarios tangenciales a las obras musicales y donde continúa como reseñista de discos Jorge R. Soto.

En el diario La Afición se encuentran trabajos honestos como el de Brenda Marín, estupenda cantante de rock que tiene a su cargo poner en orden del día las tocadas y las rolas.

La sección de espectáculos de El Día también mantiene un espacio que en ocasiones ocupa Francisco Montaña y en El Universal, Marco Antonio Rueda.

En cuanto a revistas se refiere se dividen en dos grandes grupos: las que incluyen información sobre rock y las especializadas en este género musical.

Dentro de las que introducen noticias de rock en español en forma habitual destacan: Tiempo Libre, Tele-Guía, Encuentro, Notitas Musicales y Regla Rota.

Tiempo Libre es una publicación semanal del Unomásuno en la que se sugiere todo lo relacionado con el espectáculo, arte, cine, televisión, restaurantes y también con una sección de anuncios clasificados. En la parte de espectáculos que se presenta en forma alfabética y se encuentra el rock, sugiriéndose el día, lugar, hora y grupos a presentarse en vivo. En la sección de discos se habla generalmente de novedades del rock en español e inglés.

Tele-Guía es editada en forma semanal por Editorial SAMRA S.A. de C.V., en esta aparece la programación televisiva que a lo largo de la semana será transmitida, de la que es posible detectar los programas musicales a los cuales se suma el rock.

En la sección de "Cortes y recortes", Víctor Gordoza aborda frecuentemente en forma crítica todo lo relacionado con el rock. Y en las páginas centrales destaca el apartado "En sólo Rock' Roll" los comentarios de José X. Nayar.

Encuentro es una publicación mensual editada por el Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA), en esta revista se localiza el apartado "Rock nacional" a cargo de José Luis González, donde se hacen análisis sobre discos de rock, se incluye una guía de los lugares en los cuales se tocará este género musical y así como los sitios para conseguir con facilidad todo el material de rock grabado.

En la sección de música se agregan semblanzas y las letras de las canciones de los músicos de rock más importantes en todos los niveles, desde malos, buenos, hasta de renombre y desconocidos.

Como su nombre lo indica Notitas Musicales, publicación quincenal, abarca todo lo concerniente al ámbito musical en México, en vista de esto, en el interior de sus páginas se localizan de igual manera notas de rock.

También existen publicaciones institucionales como Memorias de Papel del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) que dedicó en su segundo ejemplar considerable espacio al rock mexicano, una valiosa cronología con comentarios de Oscar Sarquíz y una selección discográfica de la década a cargo de Marco Antonio Rueda y Ricardo Bravo.

Tampoco se debe olvidar la contribución de revistas que incluyeron columnas "especializadas" como Playboy, Signore, Su otro yo, Diva, Telesnovelas, Atrevida y Eres.

En cuanto a revistas especializadas en rock tenemos a Conecte, la de mayor antigüedad (pronto cumplirá su vigésimo aniversario), una publicación mensual de Edito-Poster S.A. Otro ejemplar es Acústica que era emitida en forma quincenal por Editorial Arjoma S.A. de C.V. Y Comrock: que aparecía mensualmente y era editada por Ciarmar S.A. de C.V., esta última de la misma forma que la compañía de discos del mismo nombre constituyeron un propósito de unificar y promover a los grupos de rock nacional. En la actualidad ni Acústica, ni Comrock aparecen en los puestos de periódicos.

Otros ejemplares que se ubican en este formato son Discoteque Rock Pop y Sonido (La Revista Musical). En el caso particular de la segunda, Walter Schmidt, periodista, difusor, músico de rock por más de 20 años y director de la ya desaparecida revista argumenta los motivos de la desintegración, que son las mismas causas para las otras: "... por incosteable. No porque la editorial esté en quiebra,

... la revista tuvo problemas de ... publicidad impresa que cada vez es más cara, la revista cuando apareció costaba 15 pesos, ahora 750 y aún es accesible, sólo que la gente ya no dispone de ningún extra para la recreación. La editorial tiene muchas políticas. Tramita ahora los derechos para revistas estadounidenses como Fenthouse. Y el rock no le es rentable. Sonido se enfrentó a problemas de costo, por un lado no hay publicidad, hace diez años que inició (la revista) tenía 5 ó 6 anuncios de una plana de las compañías disqueras. Ahora no trae ninguno porque no pueden pagar lo que vale el anuncio y si pueden hacerlo se lo dan a otro medio. La revista no capta dinero por ese lado, a pesar de que vende de 60 a 70 mil ejemplares de tiraje. Antes este trabajo dejaba dinero, ahora no." (10)

Banda Rockera se fundó en 1985, dejó de publicarse por un tiempo debido a la falta de presupuesto, pero sus directivos organizaron conciertos con el objetivo de recaudar fondos para que regresara a los puestos de periódicos, hoy en día es una publicación independiente y pasaron por alto los malos augurios de sus antiguos editores.

En diciembre de 1987 salió a la venta Rock en Español, revista catorcenal publicada también por Editorial Arjoma S.A., en ella se incluyeron todas las cosas que se involucran con el rock y junto con Rockotitlán organizaron y llevaron a cabo el concurso de rock en español en todas sus presentaciones. Lamentablemente la publicación no llegó a celebrar más allá de su segundo aniversario y al igual que otras revistas vieron frustrados sus proyectos con todo y sus buenas intenciones.

En el terreno periodístico, documental y estrictamente crítico, entendida la crítica como un ejercicio profesional y de creación, desde hace 25 años está Oscar Sarquiz, quien a principio de los ochentas da luz a un clásico, "Crines, lecturas de rock".

En cuanto a crítica más reciente tenemos a escritores como Víctor Roura, que contribuyó de manera notable a trazar un rostro del rock nacional, a indagar influencias, documentarlas, cronicar y ofrecer un panorama analítico del fenómeno. Entre sus títulos se encuentran "Negros de corazón" (1984), "Apuntes de rock" (1985), "El viejo vals de casa" (1985) y la novela "Polvos en la urbe".

Otro de los participantes activos de esta nueva generación de críticos es Juan Villoro, más dedicado a la crónica ficción, "Rock en silencio" (1980) y las crónicas de "Tiempo transcurrido" son parte de ese material imprescindible para cercar el fenómeno.

Hoy también se cuenta con la presencia de un reseñista, crítico, investigador, difusor, ensayista y editor como Sergio Monsalvo, que tiene en su trayectoria profesional a "Nina Hagen", "La canción del inmigrante" (sobre el grupo chicano Los Lobos) y "Por amor al sax" (antología).

Xavier Velasco es otro comentarista que combina el análisis con una dosis de humor e ingenio inusuales, Velasco es el autor de "Una banda llamada Caifanes" (1990).

Se une a esta lista Federico Arana con su serie de "Huaraches de ante azul" (1985) y "Roqueros y folcloroides" (1988).

El panorama actual del rock en español es alentador con todas y cada una de las aportaciones escritas que en su momento se aferraron a ser publicadas para que no desmayara en ánimo esta industria rockera.

#### 3.4 Cine

El rock nace de la mano del cine, como se mencionó anteriormente "no es sólo música", es imagen que se explota musicalmente en una serie de películas que ponen de manifiesto la rebeldía que posee este ritmo ante la vida y primordialmente ante la actitud del joven.

La barbarie de la Segunda Guerra Mundial trajo como consecuencia esa rebeldía juvenil, el cine expresó a través de la pantalla la inconformidad de los acontecimientos.

En los Estados Unidos el director de cine y teatro Elia Kazan, quizá influido por la corriente existencialista, realizó una película que marcó la creación de un mito y creó el prototipo de héroe popular: el rebelde sin causa.

El filme titulado simplemente como "Rebelde sin causa" estelarizada por James Dean, quien de inmediato se convirtió en ídolo de

las multitudes, no tanto por el magnetismo físico que tenía, sino por lo que representaba.

En 1953 Bill Haley grabó "Crazy man" y en 1954 "Rock around the clock" (Al compás del reloj), esta última fue utilizada en la película "Blackboard jungle" que tuvo como estrellas a Glen Ford, Sidney Pointer y Ann Francis. Después Bill Haley apareció en dos filmes "Rock around the clock" con Alan Fred y "Don't knock the rock".

Años posteriores el concepto siguió y así vemos a Elvis Presley y su gran número de filmes: "Love me tender" de Robert T. Web (1957), "Jailhouse rock" de Richard Thorpe y la legendaria "King creole" de Michael Curtiz (1957) que mostraba una imagen muy coherente de lo que era el Rey del rock and roll y que en México titularon como "Melodía siniestra".

Un sinnúmero de títulos, personajes y gamas del rock desfilaron en el mundo del cine, de éste surgen las películas testimoniales, rebautizadas de acuerdo con el género como rockumentales de las cuales se desprenden: las biográficas de grandes figuras, además del registro de los conciertos y giras de los diversos grupos del momento.

Del primer bloque tenemos a: "Don't look back" (D.A. Pennebaker, 1967) sobre Bob Dylan; "Elvis: that the way it is" (Dannis Sanders, 1969); "Jimi Hendrix" (Joe Bird, 1973); "Jannis" (Howard Alk y Seaton Findlay, 1974); "The Buddy Holly Story" (Steve Rash, 1978); "Elvis ... el rey está vivo" (Johnn Carpenter, 1978); "La bamba" (Luis Val-



de-, 1987) sobre Richie Valens; "Imagine: Johnn Lennon" (Andrew Solt, 1988); "Chuck Berry Hail! Hail! rock'n roll" (Taylor Hackford, 1988); "The Doors" (Oliver Stone, 1990); y muchas más que conforman una larga lista.

Por lo que toca a las películas-concierto tenemos a: "The Big T.A.M.I. Show" (Steve Binder, 1965) inaugura una serie en la que se incluyen "Monterey Pop" (Maysles, Pennebaker, Feinstein, Desmond, Proferes, Leacock y Murphy, 1968); "The Rolling Stones at Hyde Park; keep on rocking" (D. A. Pennebaker, 1967); "The kids are all right" (Jeff Stein, 1979) que reúne material sobre The Who filmado a lo largo de 15 años; y el filme más notable de la serie: "Woodstock" (Michael Wadleigh, 1969); entre otros.

El antecedente llamado rock-ópera es "Amor sin barreras" "West side story" (Robert Wise, 1961) cuya música fue compuesta por Leonard Bernstein. De ahí surgieron: "Godspell" (David Greene, 1973); "Jesucristo Superestrella" (Norman Jewison, 1974); "El fantasma del paraíso" (Brian De Palma, 1975); "The rocky horror picture show" (Lou Alder, 1975); "Hair" (Milos Forman, 1979); hasta llegar a "The wall" de Alan Parker, basada en el disco del mismo nombre del grupo Pink Floyd; entre muchas producciones filmicas.

Para darnos una idea de la enorme producción filmica rockera, los estadounidenses David Ehrenstein y Bill Reed revisan alfabéticamente 483 cintas (11) de las que proporcionan fichas técnicas y breves sinopsis argumentales que tienen que ver directamente con el mul-

titulado género musical o bien el rock es parte importante de la estructura fílmica de él o de la pista sonora. (De este ejemplar se extrajeron los títulos antes citados).

La fiebre de la música y la rebeldía en el cine corrió hacia Latinoamérica y España, las cuales se encuentran abiertas a toda expresión, adoptan el concepto y realizan películas con el tema que está de moda, el rock.

Jesús Ordoñas hace su análisis correspondiente al mundo pop y de ahí se desprenden los títulos "Fepi Luci Bom y otras chicas del montón" con Alaska (Pedro Almodovar, 1981); "Adolescencia" con Ramoncín y Nacha Pop (con banda sonora (BS) en Hispavox, 1981); "Bésame tonta" de Javier Gurruchaga y la Orquesta Mondragón (BS en EMI, 1982); "Salgorda" con Nacho Canc, Tino Casal, Zana, Cinemascope, Julian Ruiz (Fernando Trueba y Oscar Ladoire, BS en WEA, 1983); "Dos mejores que uno" con J. Mas Kiftlus, Joaquín Sabina, Suburbano (Angel Llorente, BS en Epic, 1984); "A tope" con Loquillo, Alaska, Derribos Arias, Avardor Dro, Golpes Bajos y Gabinete Caligari (Tito Fernández, BS en DRD, Hispavox, WEA, Zafiro, Nuevos Medios, 1984); "Gritos" con Loquillo, Decibelios, Rebeldes y Tutti (José María Nunes, 1985); "Escrito en los cielos" con Loquillo y Dios (Santiago Laperia, BS en DRD, 1985); "Madrid tránsito" con Gabinete Caligari (BS en DRD, 1985); "La rubia del bar" con Ramoncín (Ventura Pons, 1986); "Sufre mamá" (Manuel Summers, 1987) y "La cagaste Burt Lancaster" (Manuel Summers, 1988) con Hombres G; etc. (12)

Además de las rockeries aztecas en las que intervienen César Costa, Enrique Guzmán, Angélica María, Manolo Muñoz, Julissa, Los Locos del Ritmo, ... Para documentar nuestro optimismo de las películas roqueras mexicanas se reducen a: "Cinco de chocolate y uno de fresa" y "Alguien nos quiere matar" (Carlos Velo con guión de José Agustín); "Ya sé quién eres, te he estado observando" (José Agustín, 1970); "Fonqui" con la participación de Manchuria (Juan Guerrero, 1984); "Deveras me atrapaste" una visión de los hoyos fonquis, punto de reunión de muchos roqueros (Gerardo Pardo, 1984); "¿Cómo ves?" (Paul Lecuc, 1985); el caso insólito es "Un toque de roc" de Sergio García, quien pacientemente a lo largo de diez años filmó los diversos materiales de El TRI, Marisa de Lile, Guillermo Eriseño, Cecilia Toussaint, Jorge Reyes, Chac Mool, O.720 Aleación, Triplebús, Rockdrigo González, Jaime López, Botellita de Jerez, Roberto Ponce, New Paper, Kerigma, el viejo Three Souls, The Rolling Stones que integran la mencionada cinta que se vuelve objeto de culto para muchos y "Una larga experiencia" del TRI en concierto (Sergio García, 1997).

La realización de un largometraje es una cuantiosa inversión, tanto en dinero como en tiempo, es así como los jóvenes empresarios descubren la manera de invertir menos y obtener mayores ganancias con el rock, y nace el video.

Según los estudiosos, el famoso video-clip o video-rock debe su origen a dos curiosos cortos promocionales de The Beatles: "Penny Lane" y "Strawberry fields for ever" y en la película del cuarteto de Liverpool: "A hard day's night" dirigida por Richard Lester. En estos

materiales se mostró una imagen conceptual que fue a tono con las canciones y las ideas de The Beatles, apoyados por el talento de Lester. Además de este primer antecedente se encuentra una cinta dirigida por Nicolas Roeg y Donald Camel, "Performance" que llevó como estrellas a Mick Jagger. Estos ejemplares son considerados oficialmente los padres de los modernos video-rocks que hoy en día pululan en millones de pantallas y que son vistos, disfrutados, aprendidos, almacenados en la memoria o en algún videocassette casero o simplemente desechado por los jóvenes.

José X. Nívar, crítico de rock, cine y video, comenta que "En la actualidad, un video normal en el idioma inglés (tan sólo la narración de una canción o una historia paralela a ella, con dosificados efectos especiales) fluctúan entre los 25 y 35 mil dólares, esto si se trata por lo general de un artista nuevo; los grandes "superstars" del rock (según el divo es la pedrada) hacen sus videos con presupuestos que van de 100 a 250 mil dólares."

El rock en español aún no llega a tales presunciones, y celosos de su trabajo se niegan a dar a conocer cifras que delaten sus creaciones, como en el caso de Juan Carlos Colín y Aarón Hernández, productores junto con WEA de los videos del TRI, quienes afirmaron tajantemente a los medios de comunicación: "... no podemos decir cuanto fue lo que costó porque fue un arreglo entre disquera y nosotros, ..." (13)

Por supuesto que el costo no es lo más importante para el consumidor de videos, los grandes presupuestos se pueden suplir con talento e imaginación, logrando videos perdurables.

Un video-rock es "... una canción de rock que va a ser transmitida por televisión. A tal canción se le ha elaborado un definido conjunto de imágenes que connotan la letra de la melodía o definen la personalidad del músico, grupo o intérprete ..." (14), "... duran entre 3 y 8 minutos y son hechos por las compañías grabadoras para efectos promocionales ... números intensamente dramatizados y generalmente en locaciones semi-subrealistas ..." (15)

El video-rock encuentra similitud en los anuncios publicitarios de cualquier producto y en las telenovelas por su dramatización, entonces tenemos que venden una serie de imágenes musicalizadas en una pequeña historia.

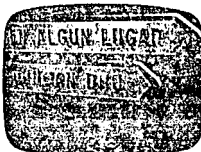
En la industria del disco existía gran número de vocalistas o grupos que a pesar de tener una aceptación local, carecían de proyección internacional que les permitiera penetrar en el mercado mundial y desencadenara una entusiasta reacción que se tradujera en ganancias para productores e intérpretes. El video "... reedituará beneficios a la compañía porque obtendrá importantes espacios publicitarios para sus artistas y al mismo tiempo abate los costos de promoción ya que antes se realizaba un evento por artista ..." (16)

# VIDEO CLIPS

## EN ALGUN LUGAR de Duncan Dhu

Duncan Dhu se ha convertido en uno de los grupos de moda. Sus canciones suenan a todas horas por las emisoras y ellos se dejan ver muy a menudo por televisión. El tema estrella de su último LP es, sin ninguna duda, «En algún lugar», que hoy le presentamos en formato video, por el que se le ha pasado vertiendo en los programas musicales de la pequeña pantalla. En el video se mezclan imágenes de una habitación en estudio, con los pasajes del grupo por tierras vascas.

MUSIC & VIDEO S.L.  
 © MARCHÉ DE VINTE ANNA MUSICAL, S.R.



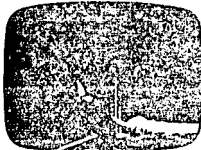
1 En algún lugar de un gran país olvidaron construir



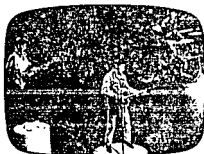
2 Un hogar donde no queme el sol



3 Y al hacer no hay que morir



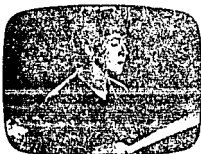
4 En la compra muoran penlos sin



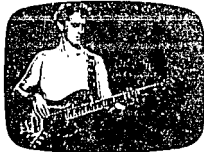
5 De su magia concedida, sin pedirlo



6 Muertos como animales en la



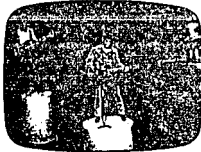
7 En la compra muoran penlos hasta



8 Y fuego pretenda salir



9 Con el fuego del atardecer arde la hierba



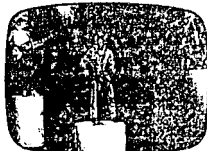
10 En algún lugar de un gran país olvidaron construir



11 Un lugar donde no quemó el sol y al nacer no haya que mojar.



12 Un alibido cruza el pueblo y se ve



13 Un alibido que se queda con el



14 Mientras ella que no ve a volver.



15 Un alibido que se queda con el



16 Mientras ella que no ve a volver.



17 Los hombres ya no saben al fin



18 Un alibido que se queda con el



19 Un alibido que se queda con el



20 Ven a sus hijos partir



21 Un alibido que se queda con el



22 Un alibido que se queda con el

La expresión se convirtió en demanda de telespectadores de todo el mundo, así como cientos de intérpretes de rock y empresarios de la industria del disco.

Las compañías disqueras son las que proveen a los programas musicales los videos a condición de que al principio y al final de cada uno se haga aparecer los créditos: nombre de la canción, grupo musical, álbum en el que se encuentra contenida la melodía y el sello de la casa grabadora.

En todo esto, el impresionante impulso que tiene actualmente el video-rock, mucho ha tenido que ver el concepto de televisión musical, inventado por MTV (Music Television Video) que comienza sus transmisiones en agosto de 1981 y se convierte ya en el principal monopolio que emite única y exclusivamente rock en imágenes durante veinticuatro horas al día, vía satélite a gran parte del mundo.

MTV ofrece además información especializada, trivias rockeras, entrevistas, guías de conciertos y comentarios autorizados por video-jockeys profesionales; se trata de vender la imagen del artista, ya sea por comunión directa del rock vía cable, o por cualquiera de sus videos de corto o largo formato.

Al igual que en Estados Unidos, las cadenas televisivas en México dieron paso a nuevos programas musicales que incluyeron video-rocks en español: por Canal 5 "Súper rock en concierto" (1986); por Canal 2 "Estrellas de los 80's" posteriormente "Estrellas de los



90's" (1988-1990); "Eco - video" (1991) y otros como "En vivo" y "Siempre en Domingo" ...; por Canal 4 "6205 El Planeta" (las primeras transmisiones fueron por Canal 5 en 1991); "Rim bom video" (1992 ...); por Canal 13 "Tele-música" (1991-1992), hoy "Imagen Digital"; entre otros que en ocasiones esporádicas dieron cabida a las imágenes del rock en español.

Como resultado de todo este boom de lo visual comienzan a experimentar en los caminos del video los grupos de rock en castellano.

MECANO es el trío más prolífero en este ramo, encabeza la lista con sus más de 25 videos, entre ellos están:

"Busco algo barato"; "Hijo de la luna"; "Japon"; "Aire"; "Me cuesta tanto olvidarte"; "Me colé en una fiesta"; "No es serio este cementerio"; "Cruz de navajas"; "No hay marcha en Nueva York"; "Mujer contra mujer"; "La fuerza del destino"; "Laika"; "Eugenio Salvador Dalí"; "Por la cara"; "Aidalai"; "Dalai Lama"; "7 de septiembre"; "Naturaleza muerta"; "Bailando salsa"; "Una rosa es una rosa"; "1917"; "JC"; "Tú"; etc.

AMANTES DE LOLA, LOS  
"Mamá".

BON Y LOS ENEMIGOS DEL SILENCIO  
"Voy a buscar".

BOTELLITA DE JEREZ  
"Busca amor" y "Abuelita de Batman".

CAFE TACUBA  
"María" y "Las percionas".

CAIFANES  
"La negra Tomasa"; "La célula que explota"; "Viento"; y "Nubes".

CECILIA TOUSSAINT

"Carretera".

CHARLY GARCIA

"No voy en tren"; "No me dejan salir"; "Filosofía barata y zapatos de goma"; etc.

COMPLICES

"Es por ti" y "Cuando duermes".

DUNCAN DHU

"En algún lugar"; "Una calle de París"; "Palabras sin nombre"; "Entre el salitre y el sudor"; "Hojas secas"; etc.

ENANITOS VERDES

"Por el resto de tus días".

FOBIA

"El microbito" y "El diablo".

GIT

"Es por amor".

HOMBRES G

"No, no, no"; "Una mujer de bandera"; "Rita"; "Chico tienes que cuidarte"; "Esta es tu vida"; "Voy a pasármelo bien"; etc.

JAIME LOPEZ

"Ella empacó su bistek"; etc.

JOAQUIN SABINA

"Y nos dieron las diez".

KENNY Y LOS ELECTRICOS

"Me quieres cotorrear" y "No huyas de mí".

KERIGMA

"Nena"; "Esquisofrenia"; "Tres lunares" y "Tenochtitlán".

LUZ CASAL

"No me importa nada".

MALDITA VECINDAD Y LOS HIJOS DEL QUINTO PATIO

"Kumbala"; "Pachuco" y "El gran circo".

MANA

"Rayando el sol"; "Perdido en un barco"; "Te deseo" y "Vivir sin aire".

MIGUEL MATEOS

"Sin pensar"; "Es tan fácil romper un corazón"; "Obsesión" y "Si tuvieramos alas".

MIGUEL RIOS

"Santa Lucía"; "Ruido de fondo"; "Directo al corazón" y "Rock & Rics" (58 min.).

NACHA POP

"Vístete" / "Lucha de gigantes".

OCEANO

"El derramó su amor por ti".

OLE OLE

"Lili Marlene"; "Deja que"; etc.

PRISIONEROS

"Estrechez de corazón"; "Tren al sur"; "El baile de los que sobran" y "Corazones rojos".

RADIO FUTURA

"Cara o cruz"; "La negra flor"; "Veneno en la piel" y "Corazón de tiza".

REAL DEL 14

"Extraño en la multitud".

RICKY LUÍS

"Tengo un mes con el mismo pantalón" y "Ahí vienen los trajeados".

RITMO PELIGROSO

"Marielito"; "Déjala tranquila" y "Contaminando".

SODA STEREO

"Dietético"; "Soda en los astros"; "Cuando pase el temblor"; "Soda en obras"; "Signos en Perú"; "Ruido blanco"; "La ciudad de la furia"; "De música ligera"; "Hombre alado"; "Canción animal" y "Primavera cero".

TRI, EL

"Difícil"; "Chismes de lavadero"; "El canto del grillo"; y "En vivo y en caliente" (90 min.).

TOREROS MUERTOS

"Mi aguita amarilla".

UNION, LA

"Lobo-hombre en París"; "Siladavia"; "Tentación"; etc.

VIRUS

"Encuentro en el río musical".

## VOY A PASÁRMEN BIEN Hombres G

**Y** nosotros también vamos a pasárnoslo bien con este vídeo de **Hombres G** tituladmo novedad de su reciente larga duración de 90 minutos, que ha llegado a nuestras manos recién salido del horno. David Summers y compañía siguen pasándoselo y montándose lo así de b... ¿Lo ves?

© Hombres G. Autorizado para España por Escorces Terna, S.A. (Madrid)



**1** Hoy me he levantado dando un salto mortal.



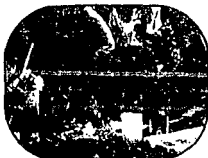
**2** La he echado un par de huevos a mi serén.



**6** Sé que tengo algunos enemigos.



**7** pero esta noche no podré contar cosas.



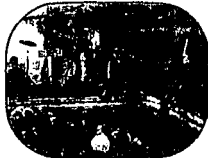
**11** Voy a cogermé un pedo de loe que hegen afección.



**12** Me lé arrastrando a casa con le sonrisa puesta.



**15** Mañana ya al puedo dormiré la siesta, pero esta noche no.



**17** ... pero voy a pasárnoslo bien.



**18** Hoy me he levantado dando un salto mortal.



**19** Me he quitado el pijama sin usar las manos, dando vóteretas ha llegado al baño.



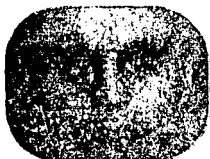
1 Dando voltaritas he llegado al baño...



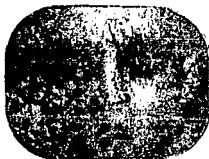
2 ... me he bañado y he despillrado el gel.



3 Porque hoy... algo me dice que voy a pasármelo bien...



4 Porque voy a convectarme en Honirotoblo.



5 me he jurado a mí mismo que no dormiré solo.



6 Porque hoy... de hoy no pasa, y voy a pasármelo bien...



7 Esta noche algo me dice... que voy a pasármelo bien.



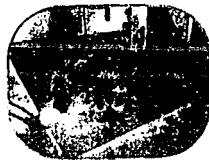
8 Bueno, vamos a ver qué encontramos en esta agendilla de teléfonos. (Nunca se sabe).



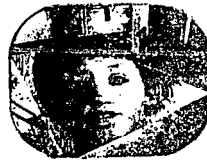
9 María, M<sup>a</sup> del Mar, Ana, Elena estará, no sé...



10 Le ha dado los buenos días a mis padres y hermanos



11 Porque hoy... hoy no sé por qué, pero voy a pasármelo bien...



12 ... voy a pasármelo muy bien, muy bien, muy bien, heh, heh.

#### REFERENCIAS CITADAS

(1) Citado en Dávalos Osorio, Virginia, Régimen legal de los medios de comunicación, p. 10.

(2) *Ideu.*

(3) Garza Gutiérrez, *Op. cit.* pp. 99 y 100.

(4) Fainchtein, Lynn, "Primera estación de radio AM para rock en español, pero comercial", Unomásuno, diaria, México, D.F., viernes 3 de julio de 1987, p. 24.

(5) *Ideu.* p. 24.

(6) Regnier Petatan, Rubén, "La estética de los sesentas se ha recuperado para esta década aunque la esencia se perdió", El Día, Sección de Espectáculos, diaria, México, D.F., viernes 15 de junio de 1990, p. 15.

(7) *Ideu.*

(8) Martínez, Alegría, "El rock está muerto en la radio: De Llano", Unomásuno, diaria, México, D.F. sábado 6 de junio de 1987, p. 24.

(9) Agustín, José, La nueva música clásica, p. 107.

(10) Sesín, Saide, *et al*, "El rock en México pierde otro espacio", Unomásuno, diaria, México, D.F., viernes 17 de abril de 1987, p. 24.

(11) Ehrenstein, David y Reed, Bill, Rock on film, pp. 23, 28, 35, 45, 54, 58, 59, 61, 63, 64, 67, 69, 84, 89, 92, 117, 119, 143, 145, 153, 156, 157, 163, 177, 198, 213, 225, 243.

(12) Ordevás, *Op. cit.* 396 - 399.

(13) Hernández Pérez, Alejandro, "Presentó El TRI su primer video", El Día, diaria, México, D.F., jueves 12 de julio de 1990, p. 20.

(14) Ocampo Rosales, *Op. cit.* p. 99.

(15) Citado por Ocampo, *Op. cit.* p. 90.

(16) Vázquez, Mary Carmen, "Mi reino por un video-clip", El Nacional, Sec. Espectáculos, diaria, México, D.F., viernes 13 de marzo de 1992, p. 17.

## CAPITULO IV

### LA MANIFESTACION DE CONCERTACIONES MASIVAS

*" La única ley aquí es  
venderse o morir."*

*Complices*

Son varios los testimonios donde se comprueba que el rock en español consigue sumar a sus filas de seguidores a miles de fervientes jóvenes deseosos de quemar energía sobrante del diario ajeteo.

Y es que el rock entra por todos los sentidos: con los sonidos grazcados, escuchan; con los videos y conciertos, oyen y ven; y aunque parezca absurdo, muchos aseguran saborear, oler y tocar una especie de libertad que se conjuga con la satisfacción de escuchar frases y momentos musicales claves en la vida del consumidor de rock, muy aparte de su reencuentro como ser humano.

Por tales razones, el rock no es producto que se limite a vender discos, también es capaz de poner al mercado la presencia del creador musical, de manera directa en cuanto a modo de vestir, con chamarras de cuero, pantalones de mezclilla rotos, playeras estampadas, zapatos, pendientes, pins, cadenas, etc., con lo que respecta al look, pues en el corte de pelo o el uso de tatuajes, además de las expresiones conductuales y de lenguaje.

Pero la industria en general que patrocina producciones discográficas, programas y conciertos, al concertar al rock en manifestaciones masivas introduce indirectamente (queriendo) productos que no tienen nada que ver con el rock, de aquí parte una innumerable lista de productos.



# CONCIERTOS

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad



**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad



Whisky con música

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

**La Piedad**  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad  
 La Piedad

La industria general que patrocina producciones discográficas, programas y conciertos, al concertar al rock en manifestaciones masivas introduce indirectamente (queriendo) productos que no tienen nada que ver con el rock.

Los frutos que hablan y comprueban la aceptación de grandes ventas que del rock hacen, son:

#### 4.1 La discografía

Muchos son los problemas que los grupos de rock encuentran en el camino a producir un material discográfico. Comienzan porque no en todos ellos se tiene plena seguridad para invertir.

La ilusión de firmar con una empresa de grandes producciones es posiblemente el primer error de los grupos, pues éstas no hacen nada, como sucedió con Kodak que estuvo dos años sin promoción en Discos Gas; lo mismo le pasó a Santa Sabina quienes hasta 1991 por fin negociaron su salida de Melody, pues estuvieron congelados, sin colocar al mercado un solo disco en esta marca de la plastificación; Los Amantes de Lola desde 1988 cuando ganaron el concurso "Las batallas de las bandas", del cual el primer premio fue la grabación de un larga duración, frenaron sus ánimos hasta 1990 cuando presentaron su álbum del mismo nombre en el grupo BMG/Ariola.

Y no es cuestión de ellos, la preparación, talento y ganas de sobresalir y obtener el éxito son cosas patentes en el diario ir y venir de las agrupaciones; es el sello quien tiene otras prioridades que les redituarán mayores ganancias.

También se enfrentan a las "cartas de intención", que abarcan un tiempo de seis meses, periodo que el grupo ofrece a la compañía para decidir si le interesa integrar a la banda en su empresa para grabarlos, maquillarlos y promoverlos; en este lapso de tiempo no pueden firmar con otro sello porque si lo hicieran, perderían la oportunidad con quien ya rubricaron dicho documento.

Como consecuencia de los problemas antes citados, no existe fuera de unas cuantas disqueras independientes como Denver, Rockettlan, Culebra Records, Avanzada Metálica y Pentagrama, o la transnacional BMG/Ariola que sostienen una campaña más o menos seria del rock en español, las demás marcas no tienen para cuando apostar por el rock.

Los ochentas fueron muy fructíferos, es cierto, pero aún hay mucha inmadurez por parte de los grupos: la mayoría de ellos no son dirigidos profesionalmente. Los propios músicos son responsables de todo. Son sus representantes, secretarios que consiguen tocadas; encima de esto, pues también se dedican a componer y tratan de grabar su música.

Explicar el proceso de producción de un disco abarcaría quizá un nuevo trabajo de investigación, además de no contar con un patrón a seguir, pues cada disco es dueño de diferentes historias de grabación, por tal razón sale fuera de los límites del presente estudio.

que resulta indispensable para este análisis es un enlistado de la producción discográfica del rock en español en nuestro país de la tercera etapa histórica del mismo.

Del auge del rock castellano en la década de los ochentas queda abundante constancia discográfica, tal variedad y cantidad es resultado de la demanda de consumidores.

La producción de discos de rock no es exhaustiva, aunque las grandes figuras y grupos de los diversos estilos y géneros aparecen con casi toda su discografía. Si bien ésta nunca podrá ser completa, disco que siempre existirán recopilaciones, ediciones limitadas, discos de promoción, lanzamientos especiales para disco-libro, cassettes con más o menos canciones, formatos, versiones distintas para otros países, además del carácter autogestivo y en ocasiones marginal de muchas grabaciones que dan como resultado ausencias inevitables.

Se suman a la lista de ediciones nacionales, las producciones extranjeras (especialmente españolas), esto es, discos importados que salen a los puestos del Mercado del Chopo y tiendas exclusivas para ventas privilegiadas a coleccionistas-asiduos al rock.

La discografía es consecuencia de una lista elaborada por Ricardo Bravo y Marco Antonio Rueda donde se exponen los discos de rock mexicano de los años 1981 a 1990, fueron publicados junto a un bosquejo de la situación actual de este movimiento musical en la revista trimestral del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA)

intitulada "Memoria de papel"; se une la producción española del rock ofrecida por Jesús Ordovás en su libro "Historia de la música pop escafola" que culmina hasta 1985; los álbumes extraídos de las dos anteriores publicaciones se confirman con las visitas al Tianguis del Chopo, a tiendas de discos y al examinar los artículos periodísticos y programas radiales donde se hicieron alusión a ellos, con este último de investigación directa y personal se consiguió ampliarla y actualizarla.

ABELARDO FERNANDEZ

"El tren que sigue", Independiente, 1988.

ALASKA Y DINARAMA

"Canciones profanas", EMI/Capitol, 1987.

"Deseo carnal", Gama, reeditado por EMI/Capitol, 1987.

"No es pecado", EMI/Capitol, 1987.

"Grandes éxitos de Alaska y los Pegamoides", EMI/Capitol, 1988.

ALEJANDRO LERNER

"Entrelíneas", BMG/Ariola, 1991.

ALEKS SYNTEK Y LA GENTE NORMAL

"Aleks Syntek y la Gente Normal", EMI/Capitol, 1991.

ALQUIMIA

"Monstruos transparentes", BMG/Ariola, 1988.

AMANTES DE LOLA. LOS

"Los Amantes de Lola", BMG/Ariola, 1990.

"La era del terror", BMG/Ariola, 1991.

"Tentación" (Maxi single), BMG/Ariola, 1992.

ANCHORAGE

"Anchorage", Independiente, 1981.

ANGELA MARTINEZ

"Yo canto por cantar", Discos Nueva Voz Latinoamericana.

ANGELES DEL INFIERNO

"Pacto con el diablo", WEA, 1985.

"Diabólica", WEA, 1985.

"Instinto animal", WEA, 1987.

"Joven para morir", WEA, 1988.

"Lo mejor de Angeles del Infierno", WEA, 1989.

"666", WEA, 1990.

## ANSIA

"Ansia", Discos Rockotitián, 1991.

## ARTURO MEZA

"Arturo Meza", Independiente, 1986.

"Suite Koradi", Independiente, 1986.

## ASFALTO

"Cronophobia", Comrock, 1985.

## ASHA

"Todo por el rock", BMG/Ariola y CBS (Rock en tu idioma), 1987.

## ATOXXICO

"Atóxico", Independiente, 1990.

## AUTOCENTRAL

"Sueños", Melody, 1989.

## AXIS

"Metamorfosis", Independiente, 1985.

"Lo interno", Independiente, 1988.

## BANCA BOETIK

"Bostik", Denver, 1988.

## BANDA ELÁSTICA

"Banda Elástica", Discos Tiradero, 1986.

"Banda Elástica II", Independiente, 1990.

## BARÓN ROJO

"Larga vida al rock and roll", Chapa-Zafiro, 1981.

"Volumen brutal", Chapa-Zafiro, 1982.

"Metamorfosis", Chapa-Zafiro, 1984.

"Grandes temas de Barón Rojo", Chapa-Zafiro, 1984.

## BETSY PECANIS

"Betsy Pecanis canta blues", Independiente, 1985.

"Al sabor de mis palabras", Independiente, 1988.

## BLA BLA BLA

"Cada quien con su cada cual", Música Mágica y WEA, 1989.

"Rock y algo más", Música Mágica y WEA, 1990.

## BLAT

"Blat", Discos Gas, 1989.

## BLUES BOYS

"Blues Boys", Independiente, 1990.

## BON Y LOS ENEMIGOS DEL SILENCIO

"Bon y los Enemigos del Silencio", CBS, 1988.

## BOTELLITA DE JEREZ

"Botellita de Jerez", Carrusel/Polygram, 1984.

- "Piano bar", CBS, 1988.
- "Filosofía barata y zapatos de goma", CBS, 1991.
- "Charly" (Músicos, poetas y locos), EMI/Capitol, 1992.

**CECILIA TOUSSAINT**

- "En esta ciudad", CBS, 1985.
- "Corazón de piedra", CBS, 1986.
- "Cecilia con Arpia", Pentagrama, 1987.
- "Cecilia Toussaint", CBS, 1988.
- "Tírame al corazón", CBS, 1990.

**CLAP**

- "Un día entre sí y no", BB Records, 1990.

**CODA**

- "Tiempo perfecto", Independiente, 1989.

**COMPANIA ELECTRICA**

- "Esto es pop", Independiente, 1992.

**COMPLICES**

- "Manzanas", EMI/Capitol, 1989.

**CRISTAL Y ACERO**

- "Cristal y Acero", Comrock, 1984.
- "Kuman", Comrock, 1984.
- "Espaldas de cristal", WEA, 1985.
- "América", WEA, 1987.
- "Rojo", WEA, 1988.
- "Solo y sin tu amor", WEA, 1990.
- "La bella y la bestia", WEA, 1991.

**CRUZ, LA**

- "85 rock a la media noche", BMG/Ariola, 1987.

**CUCA, LA**

- "La invasión de los blandidos", Culebra Records y BMG/Ariola, 1992.

**DAMA**

- "Heavy nopal", Independiente, 1989.

**DANIEL TUCHMAN**

- "La última neurona", Independiente, 1987.

**DANZA INVISIBLE**

- "Sueños" (Maxi single), MR/Ariola, 1982.
- "Mis ojos hacia ti" (Maxi single), DRG, 1983.
- "Contacto interior", Ariola, 1983.
- "Al amanecer" (Maxi single), Ariola, 1985.
- "Maratón", Ariola, 1985.
- "Ocio y negocio" (Maxi single), Twins, 1986.
- "Música de contrabando", CBS, 1988.

**DECIBEL**

- "La venganza del hijo del guacarock", Carrusel/Polygram, 1985.
- "Naco es chido", Carrusel/Polygram, 1986.
- "Niña de mis ojos", Carrusel/Polygram, 1989.
- "Abuelita de Batman" (Maxi single), Carrusel/Polygram, 1989.
- "Busca amor", Carrusel/Polygram, 1991.

**CAFE TACUBA**

- "Café Tacuba", WEA, 1992.

**CAIFANES**

- Editan un demo "Las Insólitas Imágenes de Aurora", 1986.
- "El negro", BMG/Ariola, 1988.
- "La negra Tomasa" (Maxi single), BMG/Ariola, 1989.
- "Caifanes II", BMG/Ariola, 1990.
- "El diablito", BMG/Ariola, 1991.
- "El silencio", BMG/Ariola, 1992.

**CAJA, LA**

- "Vayas a donde vayas", Independiente, 1986.

**CAMERATA RUPESTRE**

- "Tocata fuga y apañón", Independiente, 1988.

**CARICIA DIGITAL**

- "Caricia Digital", Independiente, 1984.

**CARLOS ARELLANO**

- "Canciones domésticas", Pentagrama, 1988.
- "El baile de las cosas", Pentagrama, 1990.

**CARNE LUNAR**

- "Corazón de jade", Independiente, 1993.

**CARROS USADOS**

- "Alex Philips III", Independiente, 1986.
- "Cadilacs", Independiente, 1986.

**CASINO SHANGAI**

- "Film", Comrock, 1985.

**CASTANEDA, LA**

- "Servicios generales", BMG/Ariola, 1993.

**CHAC MOOL**

- "Sueños de metal", Independiente, 1981.
- "Cintas en directo", Independiente, 1982.
- "Caricia Digital", Independiente, 1984.

**CHARLY GARCIA**

- "Yendo de la cama al living", CBS, 1982.
- "Pubis angelical", CBS, 1982.
- "Clicks modernos", CBS, 1985.
- "Terapia intensiva", CBS, 1985.
- "Tango", CBS, 1986.
- "Parte de mi religión", CBS, 1987.



- "Piano bar", CBS, 1988.
- "Filosofía barata y zapatos de goma", CBS, 1991.
- "Charly" (Músicos, poetas y locos), EMI/Capitol, 1992.

## CECILIA TOUSSAINT

- "En esta ciudad", CBS, 1985.
- "Corazón de piedra", CBS, 1986.
- "Cecilia con Arpa", Pentagrama, 1987.
- "Cecilia Toussaint", CBS, 1988.
- "Tírame al corazón", CBS, 1990.

## CLAP

- "Un día entre sí y no", BB Records, 1990.

## CDDA

- "Tiempo perfecto", Independiente, 1989.

## COMPANIA ELECTRICA

- "Esto es pop", Independiente, 1992.

## COMPLICES

- "Manzanas", EMI/Capitol, 1989.

## CRISTAL Y ACERO

- "Cristal y Acero", Comrock, 1984.
- "Kuman", Comrock, 1984.
- "Espaldas de cristal", WEA, 1985.
- "América", WEA, 1987.
- "Rojo", WEA, 1988.
- "Solo y sin tu amor", WEA, 1990.
- "La bella y la bestia", WEA, 1991.

## CRUZ, LA

- "85 rock a la media noche", BMG/Ariola, 1987.

## CUCA, LA

- "La invasión de los blandidos", Culebra Records y BMG/Ariola, 1992.

## DAMA

- "Heavy nopal", Independiente, 1989.

## DANIEL TUCHMAN

- "La última neurona", Independiente, 1987.

## DANZA INVISIBLE

- "Sueños" (Maxi single), MR/Ariola, 1982.
- "Mis ojos hacia ti" (Maxi single), DRO, 1983.
- "Contacto interior", Ariola, 1983.
- "Al amanecer" (Maxi single), Ariola, 1985.
- "Maratón", Ariola, 1985.
- "Ocío y negocio" (Maxi single), Twins, 1986.
- "Música de contrabando", CBS, 1988.

## DECIBEL

"El poeta del ruido", Independiente, 1980.  
 "Contranatura", Momia, 1992.

DIEGO VASALLO (DUNCAN DHU)

"Cabaret pop", Grabaciones Accidentales, 1991.

DUG DUGS

"Abre tu mente", Independiente, 1985.

DUNCAN DHU

"Por tierras escocesas" (Mini Lp), DRO, 1985.  
 "Canciones", Grabaciones Accidentales/IM, 1987.  
 "El grito del tiempo", Grabaciones Accidentales/IM, 1987.  
 "Grabaciones olvidadas", Grabaciones Accidentales/IM, 1989.  
 "Autobiografía" (DLp), Grabaciones Accidentales/IM, 1989.  
 "Supernova", Grabaciones Accidentales/IM, 1991.

EBLEM MACARI

"Cartas de navegación" Independiente, 1989.

ECLIPSE

"Señor que estás en el cielo", Rock'n Roll Circus, 1993.

ENANITOS VERDES

"Contrareloj", CBS, 1987.  
 "Enanitos Verdes", CBS, 1987.  
 "Habitaciones extrañas", CBS, 1988.  
 "Carrusel", CBS, 1989.  
 "Igual que ayer", CBS, 1992.

ENIGMA

"Duro y pesado", Independiente, 1985.  
 "Golpe maestro", Independiente, 1986.

ESCOFIA

"Piensalo", Independiente, 1989.  
 "Lo mejor de Escoria", Independiente, 1990.

ESTRAMBOTICOS SUENOS DE ANOCHE, LOS

"Blue demo", Independiente, 1993.

EQUUS

"Equus", Melody, 1988.

FACTOTUM

"Factotum Stromboli", Independiente, 1990.

FITO PAEZ

"Giros", WEA, 1988.  
 "Tercer mundo", WEA, 1990.

FLOR DE METAL

"Flor de Metal", Independiente, 1990.

FOBIA

"Fobia", BMG/Ariola, 1990.  
 "Mundo feliz", BMG/Ariola, 1991.

## FOLLAJE

"Follaje", Pentagrama, 1986.  
 "Megalópolis", Pentagrama, 1989.

## FORMUX

"Rock heavy", Independiente, 1986.

## FRONTERA, LA

"Palabras de fuego", Polygram, 1991.

## GABINETE CALIGARI

"Que Dios reparta suerte", Tres Cipreses/DRD, 1983.  
 "Cuatro rosas" (Mini Lp), Tres Cipreses/DRD, 1984.  
 "Al calor del amor en un bar", Tres Cipreses/DRD, 1985.  
 "Camino Soria", EMI/Capitol, 1989.

## GAFAS

"Gafas", Independiente, 1988.

## GERARDO BATIZ

"Azul con leche", Independiente, 1986.

## GERARDO ENCISO Y EL PODER EJECUTIVO

"Gerardo Enciso y el Poder Ejecutivo", Independiente, 1986.

## GIT

"Album 3", BMG/Ariola, 1987.  
 "Git" (Rock en tu idioma), BMG/Ariola, 1988.  
 "Primavera sangrienta", EMI/Capitol, 1989.  
 "Distorsión", EMI/Capitol, 1992.  
 "Git" (Músicos, poetas y locos), EMI/Capitol, 1992.

## GOLPES BAJOS

"Golpes Bajos" (Mini Lp), Nuevos Medios, 1983.  
 "A Santa Campaña", Nuevos Medios, 1984.  
 "Colecciono moscas", Nuevos Medios, 1984.  
 "Devocionario" (Mini Lp), Nuevos Medios, 1985.

## GUARDIA, LA

"La Guardia", Tuboescape, 1986.  
 "Noches como ésta", Musart, 1983.  
 "Vámonos", Musart, 1989.

## GUILLERMO BRISEÑO

"Briseño", Independiente, 1979.  
 "Viaje al espacio sideral", Independiente, 1981.  
 "Ausencias e irreverencias", Independiente, 1983.  
 "Briseño y el séptimo arte", Independiente, 1985.  
 "Esta valiendo madre el corazón", Independiente, 1986.  
 "Pequeño pirata sin rabia", Independiente, 1987.  
 "El conexionista", Independiente, 1989.

GUSTAVO CERATI (SDDA STEREO) / MELEFO  
 "Colores santos", CBS/Sony, 1952.

HARAGAN, EL  
 "El Haragán y Compañía", Denver, 1990.

HEROES DEL SILENCIO  
 "Senderos de traición", EMI/Capitol, 1992.

HOMBRES G  
 "Hombres G", Twins, 1985.  
 "Hombres G" (Maxi single), Lollipop/Nuevos Medios, 1985.  
 "La cagaste Burt Lancaster", Twins, 1985.  
 "Un par de palabras" (Compilación de los anteriores para su venta en México), CBS, 1987.  
 "Estamos locos ... ¿o qué?", CBS, 1987.  
 "Master mix", CBS, 1988.  
 "Agitar antes de usar", CBS, 1988.  
 "Voy a pasármelo bien", CBS, 1989.  
 "Esta es tu vida", CBS/Sony, 1991.  
 "La historia del bikini", CBS/Sony, 1992.

HUIZAR  
 "Huizar", Independiente, 1988.  
 "Pecado capital", Independiente, 1988.  
 "Al final del segundo milenio", Independiente, 1990.

ICONOCLASTA  
 "Iconoclasta", Independiente, 1983.  
 "Reminiscencias", Independiente, 1985.  
 "Suite mexicana", Independiente, 1987.  
 "Sóloloquic", Discos Rosenbach, 1988.  
 "Adolescencia crónica", Discos Rosenbach, 1988.  
 "Iconoclasta, siete años", Discos Rosenbach, 1990.  
 "La reencarnación de Maquiavelo", Discos Rosenbach, 1992.

INHUMANOS, LOS  
 "Los Inhumanos" (Maxi single), Epic, 1984.  
 "Verano Inhumano" (Mini Lp), E. Milagrosas, 1984.  
 "Los Inhumanos", Epic, 1985.  
 "30 hombres solos", Musart, 1989.

INSIGNIA  
 "Insignia", Independiente, 1992.

ISLA  
 "Isla", Independiente, 1981.

ISIS  
 "En Dios confiamos", Denver, 1990.

JAIME LOPEZ  
 "Primera calle de la Soledad", Independiente, 1985.  
 "Jaime López", BMG/Ariola, 1989.  
 "Qué onda ése", Independiente, 1989.

## JAVIER BATIZ

- "Esta vez", Indecendiente, 1982.
- "Radio complacencias", Independiente, 1982.
- "Esta vez II", Independiente, 1989.

## JAVIER CORCOBADO

- "Agrio beso", Grabaciones Accidentales, 1989.
- "Opción", Grabaciones Accidentales, 1990.

## JAVIER FAXARINO

- "Espacio interior", Producciones Exilio, 1989.

## JOAQUIN SABINA

- "Inventario", Moviplay, 1978.
- "Malas compañías", CBS, 1980.
- "La Mandrágora", CBS, 1981.
- "Ruleta rusa", CBS, 1983.
- "Juez y parte", Ariola, 1985.
- "Pongamos que hablo de Madrid", CBS, 1986.
- "El hombre del traje gris", BMG/Ariola, 1989.
- "Mentiras piadosas", BMG/Ariola, 1990.
- "Física y Química", EMG/Ariola, 1992.

## JDE HOOD

- "Dana", Independiente, 1986.
- "Kicks", Independiente, 1985.

## JORGE REYES

- "Ek Tunkul", Independiente, 1983.
- "A la izquierda del colibrí", Independiente, 1986.
- "Comala", Mundo Music, 1989.
- "Nierika", Independiente, 1989.
- "Viento de navajas", Discos Exilio, 1989.
- "Mexican music", Discos Exilio, 1990.

## JUAN HERNANDEZ Y SU BANDA BLANCA

- "Juan Hernández y su Banda Blanca", Independiente, 1988.

## JUGUETE RABIOSO

- "Caras modernas", Discos Rockotitlán, 1992.

## KENNY Y LOS ELECTRICOS

- "Electrimanías", Independiente, 1982.
- "Juntos por el rock", Comrock, 1985.
- "88 Kenny y los Eléctricos", Melody, 1988.

## KERIGMA

- "Siguiendo la línea", Comrock, 1986.
- "Esquisofrenia", Discos Rockotitlán, 1991.

## KHAJRA

- "KhaJra", Escuadrón Metálico/Discos Rosenbach, 1987.

## LEGION, LA

"Música eléctrica", Independiente, 1983.  
 "Aún siento que te amo", Peerless, 1988.

LLT

"Izco ritual" Independiente, 1992.

#### LOQUILLO Y LOS TROGLODITAS

"Loquillo y los Intocables", Cúspide, 1981.  
 "Los tiempos están cambiando", Cúspide, 1981.  
 "Autopistas", Cúspide, 1981.  
 "Loquillo y los Trogloditas" o "El ritmo del garage", DRD, 1983.  
 "¿Dónde estabas tú en el 77?", Cúspide/DRD, 1984.  
 "La mafia del baile", Hispavox, 1985.  
 "Los singles", DRD, 1985.  
 "Loquillo y Sabino", DRD, 1987.  
 "Mis problemas con las mujeres", Hispavox, 1987.  
 "Morir en primavera", Hispavox, 1988.  
 "A por ellos ...! que son pocos y cobardes", Hispavox, 1989.

LUPITA, LA

"Pa servirle a Ud.", Culebra Records/BMG, 1992.



## LUZ CASAL

- "Luz", Zafiro, 1982.
- "Los ojos del gato", Zafiro, 1984.
- "Luz 3", Zafiro, 1985.
- "Quiereme aunque te duela", Melody, 1985.
- "Luz 1", Melody, 1990.
- "A contra luz", Melody, 1992.

## LUZBEL

- "Metal caído del cielo", Comrock, 1985.
- "Fasaporte al infierno", Independiente, 1986.
- "Luzbel" (disco-poster), Independiente, 1989.
- "Otra vez!?", Independiente, 1989.

## MALICIA PROTESIS

- "Cenizas", Avanzada Metálica, 1992.

## MALDITA VECINDAD Y LOS HIJOS DEL QUINTO PATIO

- "Malcita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio", BMG/Ariola, 1989.
- "El circo", BMG/Ariola, 1991.

## MAMA Z

- "Mama Z", Independiente, 1985.
- "Esa viscosa manera que tienes de pegarme las ganas", Independiente, 1987.

## MANA

- "Sombrero Verde", A&M Records, 1981.
- "A tiempo de rock", A&M Records, 1983.
- "Maná", WEA, 1987.
- "Te me subiste a la cabeza", WEA, 1990.
- "Falta amor", WEA, 1991.
- "¿Dónde jugarán los niños?", WEA, 1992.

## MANOLO

- "No puede ser prohibido", Independiente, 1990.

## MANCHURIA

- "De veras me atrapaste", Independiente, 1985.

## MARA

- "Mara", Independiente, 1988.
- "15 años. Exitos rebeldes", Denver, 1991.
- "Mara desde el Reclusorio Femenil de Tepepan", Denver, 1991.

## MARISA DE LILE

- "No soy igual", Comrock, 1986.

## MARCO PARRIYA Y LA GUERRILLA

- "Soy un chavo de onda", Independiente, 1990.

## MASACRE 68

- "Masacre 68", Independiente, 1990.

## MASK

"The fox", Comrock, 1985.

## MCC

"MCC", Independiente, 1987.

## MECANO

"¿Dónde el país de las hadas?", CBS, 1983.

"Ya viene el sol", CBS, 1984.

"En directo", CBS, 1985.

"15 éxitos de Mecano", CBS/Columbia, 1987.

"Entre el cielo y el suelo", Ariola Eurodisc y RCA/Ariola, 1987.

"Descanso dominical", Ariola/Eurodisc, 1988.

"Aidalai", BMG/Ariola, 1991.

## MEGATON

"Megatón", Independiente, 1988.

## MIGUEL CANTILLO

"La nueva vanguardia", RCA, 1988.

## MIGUEL MATEOS

"Va por vos, va por vos", Ariola, 1982.

"Huevos", Ariola, 1983.

"Tengo que parar", Ariola, 1984.

"Rockas vivas", Ariola, 1985.

"Mensajes", Ariola, 1985.

"Solos en América", BMG/Ariola, 1987.

"Atado a un sentimiento", BMG/Ariola, 1988.

"Obsesión", BMG/Ariola, 1990.

"Kriptonita", BMG/Ariola, 1992.

## MIGUEL RIOS

"La huerta atómica", Musart, 1984.

"Rock & Rios", Polydor, 1985.

"La encrucijada", Polydor, 1985.

"El año del cometa", Polydor, 1987.

"Concierto de rock y amor", Polydor, 1988.

## MONTAJE

"Montaje", Independiente, 1986

## NACHA POP

"Nacha Pop", Hispavox, 1980.

"Buena disposición", Hispavox, DRD, 1982.

"Más números, otras letras", DRD, 1983.

"Una décima de segundo" (Mini Lp), DRD, 1984.

"Dibujos animados", Polydor, 1985.

"El momento", Polygram, 1987.

"80 - 88 Vol. I", Polygram, 1990.

## NAFTALINA

"Naftalina", Independiente, 1982.

"Historia del rock", Independiente, 1986.

"Los Sonámbulos. En vivo y en obscuro", Independiente, 1988.



- NATHABISK  
"Nathabisk", Independiente, 1984.
- NAZCA  
"Nazca", Independiente, 1985.
- NEON  
"Neón", BMG/Ariola, 1988.  
"Todo ha cambiando", BMG/Ariola, 1990.
- NINA GALINDO  
"Brindis por un amor", Pentagrama, 1992.
- NI:NOT  
"These are the future spaces", Independiente, 1986.
- NOBILIS FACTUM  
"Nobilis Factum", Independiente, 1982.
- NOPALES REFRITOS  
"Lo mejor de Rockdrigo", Independiente, 1985.  
"Lo más prendido de Rockdrigo", Independiente, 1985.  
"Nopales Refritos", Independiente, 1987.
- NOPALICA  
"Heavy Nopal Vol. 2", Independiente, 1990.  
"Refried Nopals", Independiente, 1990.
- NOTA ROJA  
"Nota Roja", Independiente, 1982.
- OBUS  
"Prepárate", Chapa-Zafiro, 1981.  
"Poderosos como el trueno", Chapa-Zafiro, 1982.  
"El que más", Chapa-Zafiro, 1984.  
"Pega con fuerza", Chapa-Zafiro, 1985.
- OKEY  
"Para perdonar", IM, 1992.
- OLE OLE  
"Olé Olé", CBS, 1984.  
"Voy a mil", CBS, 1985.  
"Bailando sin salir de casa", EMI/Capitol, 1987.  
"Los caballeros las prefieren rubias", EMI/Capitol, 1989.  
"Conspiración", CBS, 1989.  
"Cuatro hombres para Eva", EMI/Capitol, 1989.  
"1990", EMI/Capitol, 1990.  
"Al descubierto", EMI/Capitol, 1992.
- OMAR JASSO  
"Atlantes de Tula", Independiente 1983.
- ORQUESTA MONDRAGON

- "Muñecas hinchable", EMI, 1979.  
 "Bon voyage", EMI, 1980.  
 "Bésame tonta", EMI, 1982.  
 "Cumpleaños feliz", EMI, 1983.  
 "Es la guerra", EMI, 1984.  
 "Rock and roll circus" (en vivo), EMI, 1985.  
 "Ellos las prefieren gordas", EMI, 1987.  
 "Una sonrisa por favor", EMI, 1991.
- PATRICIA SOSA**  
 "Patricia Sosa", EMI/Capitol, 1991.
- PERSONAL, EL**  
 "No me hallo y algo más", Pentagrama, 1992.
- PEDRO Y LAS TORTUGAS**  
 "Pedro y las Tortugas", Independiente, 1990.
- PIRAMIDE**  
 "Pirámide", Independiente, 1985.
- PIRO**  
 "Piro", Melody, 1992.
- PRISIONEROS, LOS**  
 "La voz de los 80's", EMI, 1986.  
 "Pateando piedras", EMI, 1987.  
 "La cultura de la basura", EMI, 1988.  
 "Los Prisioneros", EMI, 1989.  
 "Los Prisioneros" (Músicos, poetas y locos), EMI/Capitol, 1992.
- PUNO DE HIERRO**  
 "Puño de Hierro", Independiente, 1990.
- PRESUNTOS IMPLICADOS**  
 "Danzad, danzad malditos", RCA, 1986.  
 "Ser de agua", WEA, 1991.
- RAAL**  
 "Al right OK", Independiente, 1989.
- RADIO FUTURA**  
 "Música moderna", Hispavox, 1980.  
 "Dance usted" (Maxi), Hispavox, 1983.  
 "La ley del desierto. La ley del mar", Ariola, 1984.  
 "Radio Futura", Hispavox, 1984.  
 "Escuela de calor" (Maxi), Ariola, 1984.  
 "Semilla negra" (Maxi), Ariola, 1984.  
 "De un país en llamas", Ariola, 1985.  
 "El tonto Simón" (Maxi), Ariola, 1986.  
 "La canción de Juan Perro", BMG/Ariola, 1987.  
 "Radio Futura en directo", BMG/Ariola, 1989.  
 "Veneno en la piel", BMG/Ariola, 1990.  
 "Tierra para bailar", BMG/Ariola, 1992.

- RAFAEL ACOSTA**  
 "Raffles", Independiente, 1986.
- RAMIRES**  
 "Ramires", WEA, 1992.
- RAMONCIN**  
 "Ramoncin y WC", EMI, 1978.  
 "Barriobaiero", EMI, 1979.  
 "Arafando la ciudad", Hispavox, 1981.  
 "¡Corta!", Hispavox, 1984.  
 "La chica de la puerta 16" (Maxi), Hispavox, 1984.  
 "Estamos desesperados" (Maxi), EMI, 1985.  
 "Picture disc. La cinta." (Maxi), EMI, 1985.  
 "Ramoncin", EMI, 1987.
- RAMSES**  
 "Apocalipsis", Comrock, 1985.  
 "Ramses", Denver, 1988.  
 "Delirio de destrucción", Denver, 1993.
- RATA BLANCA**  
 "Guerrero del arcoiris", Polygram, 1992.
- RAUL PORCHETO**  
 "Noche y día", EMI, 1987.
- REBEL' D PUNK**  
 "Rebel' D Punk", Denver, 1990.
- REAL DEL 14**  
 "Real del 14" (Demo), Discos La Mina, 1987.  
 "Tiempos oscuros", Discos La Mina, 1988.  
 "A mis amigos muertos", Discos La Mina, 1989.  
 "Voces interiores", Discos Pueblo, 1992.
- RICKY LUIS**  
 "Ricky Luis", WEA, 1985.  
 "Rock de la calle", WEA, 1988.  
 "Rey del animato", WEA, 1990.
- RITMO PELIGROSO**  
 "Dangerous Rhythm", Melody, 1980.  
 "En la mira", Comrock, 1985.  
 "Ritmo Peligroso", Melody, 1988.
- ROBERTO GONZALEZ**  
 "Lentejuelas", Independiente, 1982.
- ROCKDRIGO**  
 "Urbanohistorias", Pentagrama, 1986.  
 "El profeta del nopal", Pentagrama, 1986 (Ambas fueron grabaciones póstumas).
- ROSENDO** 1986.

- "Loco por incordiar", CBS, 1985.
- "Fuera de lugar", CBS, 1986.
- "A las lombrices", CBS/Ariola, 1987.

#### ROSTROS OCULTOS

- "Aena", EMI/Capitol, 1986.
- "Quiero más", EMI/Capitol, 1986.
- "Abre tu corazón", EMI/Capitol, 1989.

#### SALARIO MINIMO

- "Un disco para el pueblo", Independiente, 1986.

#### SANTA SABINA

- "Santa Sabina", Culebra Records/BMG, 1992.

#### SECRETOS, LOS

- "Los Secretos", Polydor, 1981.
- "Todo sigue igual", Polydor, 1982.
- "Algo más", Polydor, 1983.

#### SERGIO ARAU

- "La revancha de Moctezuma", Discos Rockotitlán, 1992.

#### SILUETA PALIDA

- "Silueta Palida", Independiente, 1984.

#### SIX BEER

- "Lengua de serpiente", Independiente, 1989.

#### SCDA STEREO

- "Soda Stereo", CBS, 1984.
- "Nada personal", CBS, 1987.
- "Signos", CBS, 1988.
- "Ruido blanco" (Conciertos en vivo), CBS, 1987.
- "Doble vida", CBS, 1988.
- "Languis" (Remix), CBS, 1989.
- "Mundo de quimeras" (Maxi single), CBS, 1990.
- "Canción animal", CBS/Sony, 1991.
- "Dynamo", Sony, 1992.

#### SONAMBULOS, LOS

- "En vivo y en obsceno", Discos Tranza, 1987.

#### SONORA DE BRUNO ALBERTO, LA

- "Perestroika", EMI/Capitol, 1989.

#### SPIDERS

- "Corre, corre", Independiente, 1980.

#### SPLASH

- "El mañana", Independiente, 1988.

#### TAXI

- "Rock para bailar", WEA, 1985.

## TEX TEX

- "Un toque mágico", Independiente, 1989.
- "Amor secreto", WEA, 1988.

## TIND CASAL

- "Neocasal", EMI, 1981.
- "Etiqueta negra", EMI, 1981.
- "Hielo rojo", EMI, 1984.

## TIERNOS MANCEBOS

- "Tiernos Mancebos", Polygram, 1988.

## TIERRA BALDIA

- "Tierra Baldía", Discos Pentagrama, 1988.

## THE O's

- "Lado uno", Independiente, 1982.

## THREE SOULS IN MY MIND

- "Three Souls in my Mind", Discos Cisne Raff, 1970.
- "Three Souls in my Mind", Discos Cisne Raff, 1971.
- "Three Souls in my Mind", Discos Cisne Raff, 1972.
- "Three Souls in my Mind", Discos Cisne Raff, 1973.
- "Three Souls in my Mind", Discos Cisne Raff, 1974.
- "Three Souls in my Mind", Discos Cisne Raff, 1975.
- "La devaluación", Discos Cisne Raff, 1976.
- "En vivo desde el Reclusorio Oriente", Discos Cisne Raff, 1977.
- "Qué rico el diablo..!", Discos Cisne Raff, 1978.
- "El blues del eje vial", Discos Cisne Raff, 1979.
- "Bellas de noche", Discos Cisne Raff, 1980.
- "D' mentes", Discos Cisne Raff, 1981.
- "Viejas rolas de rock", Discos Cisne Raff, 1982.
- "Three Souls in my Mind. Rock and roll band Mexico City", Disco Cisne Raff, 1983.
- "Renovación moral", Disco Cisne Raff, 1984, (Ultimo de la banda original).
- "Tres almas en mi mente", Independiente, 1986.
- "Fuimos, somos y seremos", Independiente, 1987.
- "El puro nombre", Independiente, 1989.

## TNT

- "TNT", Independiente, 1985.
- "Sentimiento metálico", Independiente, 1986.

## TONCHO PILATOS

- "Segunda voz", Independiente, 1980.

## TONY RAYOLA

- "Tony Rayola", M&M, 1987.

## TORRE, LA

- "Tratando de cambiar al mundo", Ariola, 1987.

## TOREROS MUERTOS

- "30 años de éxitos", Ariola, 1987.

"Los Toreros Muertos por Biafra", Ariola, 1988.

TORTUGA REBELL

"Vamos al rock", Musart, 1990.

TOXODETH

"Mysteries about life y death", Independiente, 1990.

TRADE MARK

"Can't do it in the morning", Independiente, 1985.

TRANSMETAL

"Transmetal", Independiente, 1990.

TRI

"El TRI", Comrock, 1985.

"Hecho en México", Comrock, 1986.

"Niños sin amor", WEA, 1987.

"Otra tocada más", WEA, 1989.

"21 años después", WEA, 1989.

"El TRI en vivo desde la Cárcel de Santa Martha", WEA, 1990.

"Una leyenda llamada El TRI", WEA, 1990.

"Indocumentado", WEA, 1992.

TRIBU, LA

"Contra la indiferencia" (Canto nuevo), Independiente, 1979.

"El correo del tiempo" (Etno-rock), Independiente, 1981.

"Volumen III", Independiente, 1983.

"Cuauthémoc, águila solar", Pentagrama, 1987.

"Compartiendo el universo", Pentagrama, 1989.

"Maseual, el hombre de este sol", Pentagrama, 1990.

TRILCE

"Volumen uno", Independiente, 1990.

TROLEBUS

"Sentido contrario", Pentagrama, 1987.

"Urbanicidio", Avanzada Metálica, 1991.

ULTIMATUM

"Ultimatum", CBS, 1987.

"No te detengas", Discos Area, 1989.

ULTIMO DE LA FILA, EL

"Rápidos", EMI, 1981.

"Los Burros. Rebuscos de amor", Better, 1983.

"Cuando la pobreza entra por la puerta, el amor sale por la

ventana", PDI, 1986.

"Nuevo catálogo de seres y estares", EMI, 1991.

UNION, LA

"Mil siluetas", WEA, 1984.

"EL maldito viento", WEA, 1985.

"4 X 4", WEA, 1988.

"Vivir al este del Edén", WEA, 1989.

"Tentación, WEA, 1991.

VENI VIDI VICI

"La suerte está echada", IM, 1987.

VICEVERSA

"Viceversa" (Album doble), Independiente, 1984.

VIRUS

"Virus recrudescer", CBS, 1982.

"Agujero interior", CBS, 1983.

"Relax", CBS, 1985.

"Locura", CBS, 1986.

"Virus", CBS, 1987.

VOX POPULI

"Vox Populli", Discos Area, 1984.

"Be wild", Discos Area, 1984.

"Angel fugaz", Discos Area, 1991.

VIKINGO

"Vikingo", Independiente, 1983.

VUELO LIBRE

"Vuelo Libre", Independiente, 1988.

QUAL

"Caminando", Independiente, 1986.

Z

"La noche que hicimos el pacto", Avanzada Metálica y Escuadrón Metálico, 1987.

ACOPLADDS

- "Briseño, Carrasco y Flores", Briseño, Carrasco y Flores, Independiente, 1980.

- "Cartas de navegación", Eblen Macari y José Luis Almeida, Independiente, 1990.

- "Comrock", Kenny y los Eléctricos, Dangerous Rhythm, Mask, Punto y Aparte, y Los Clips, Comrock, 1985.

- "La batalla de las bandas I", Discos Rockotitlán, 1991.

- "La batalla de las bandas II", Discos Rockotitlán, 1992.

- "Pop de los 80's", Radio Futura, Alaska y los Pegamoides, Ejecutivos Agresivos, Nacha Pop, Loquillo y los Rebeldes, EMI/Capitol, 1986.

- "Proyecto uno", Aspid, Ghenna, Ramsés, Khafra y Z, Escuadrón Metálico, 1986.

# Mecano

mecano  
desc...

10 ANIVERSARIO



DESPUES DE 10 AÑOS DE SU NACIMIENTO MUSICAL MECANO  
VIVE LA plenitud DE SU CARRERA CON UN DESARROLLO  
NACIONAL E INTERNACIONAL IMPARABLE E INCOMPARABLE.

**5 DISCOS DE PLATINO**

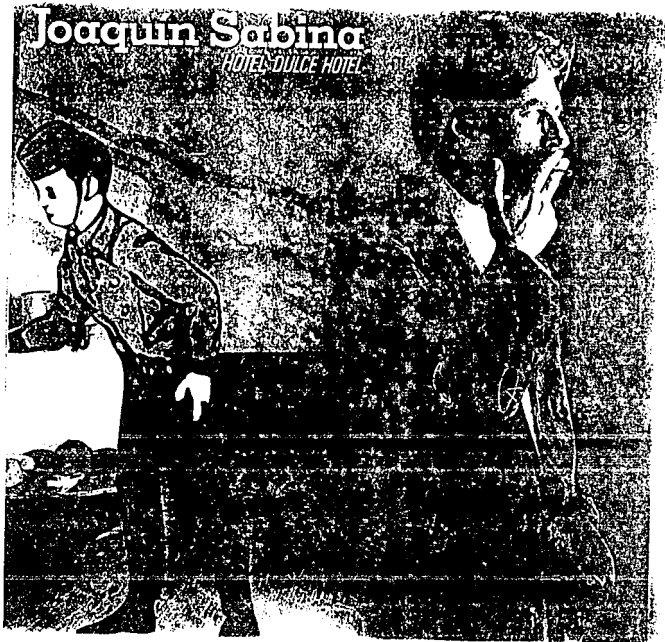
DESDE 200.000 COPIAS VENDIDAS





**Joaquin Sabina**

*HOTEL DULCE HOTEL*



# DUNGAN DEHU





LA ESCUELA DE CALOR

# El director de Radio Futura

CONTIENE

ESCUELA DE CALOR - HAN CAIDO LOS DOS - A CARA O  
CRUZ - EN EL CHINO - LUNA DE AGOSTO - EL TONTO  
SIMON - NO TOCARTE - EL CANTO DEL GALLO - SEMILLA  
NEGRA - PASEO CON LA NEGRA FLOR - LA ESTATUA DEL  
JARDIN BOTANICO

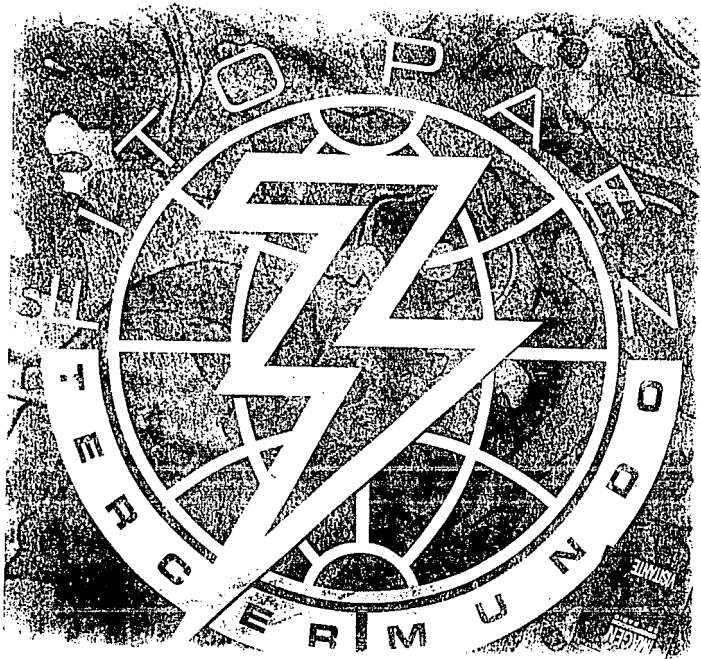
DISPONIBLE





VOX POPULI

**ANGELFUGAZ**





PA **la** BRAS DE FUEGO  
**frontera**



El Poder

- "Sesiones con Emilia", Emilia Almazán, Roberto González y Jaime López, Independiente, 1980.

- "Rock de los 80's", Caifanes, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Los Amantes de Lola, Fobia y Neón, BMG/Ariola, 1991.

#### 4.2. Conciertos

La venta de discos no es del todo satisfactoria, económicamente, para el grupo, de ésta se desprenden los gastos de producción y pago de honorarios para cada uno de los participantes, de la venta "nadie vive", asegura Manuel Plata D., contador y empresario de AMPROFON, de la anterior teoría se deduce el por qué de los conciertos.

La consolidación del arduo y largo trabajo de producción, grandes giras promocionales y la constancia en los medios de comunicación, así como la venta de discos recae en las presentaciones en directo de las agrupaciones. Los artistas que alcanzan mayor fama aseguran una amplia, definitiva y segura remuneración.

El éxito del concierto significa que el producto: grupo, disco y concepto fue juzgado y aceptado por los medios y público; en las presentaciones masivas el asistente demuestra el común acuerdo y simpatía que siente por éste.

El público musical "... es un conjunto de personas con un interés definido en la música... En nuestro tiempo nos enfrentamos, no con auditorios especiales de carácter homogéneo, sino con una heterogénea ... enorme y diversificada masa, a la que llamamos el gran público ... además resulta ser ilimitado." (1)

Levi's

PRESENTA EN CONCIERTO

# DUNCAN DHU

Sábado 8 y Domingo 9 de Abril • 8 Noche



ACCIDENTALES



La industria del vestir: Levi's;

los medios de comunicación: Las 40 Principales (cadena radial del mismo nombre);

la empresa discográfica: Grabaciones Accidentales;

junto a la sala de espectáculos: Zeleste forman el gran equipo de producción para la presentación de Duncan Dhu.

El público rockero es una gran masa que desocorda energía, donde los status sociales se dispersan; se revuelven roqueros-asiduos y radio-escuchas, y da como resultado un auditorio bastante heterogéneo y definitivamente ilimitado.

Un comentario relevante y digno de mención es el de Federico San Román, psicoanalista, que asegura "... cualquier concierto puede considerarse hasta cierto punto sano, ya que con ellos se da el fenómeno de "regresión colectiva", es decir, cuando se haya un grupo masivo, se dan impulsos en el individuo que se puede tener bajo control en su vida cotidiana, pero al encontrarse en el anonimato colectivo se atreve el individuo a hacer cosas que no haría estando solo, de esta manera la gente puede sacar en un rato de distracción el stress y los problemas que le acontece." (2)

Además de lo antes citado, está la expansión cultural, que con el rock se describe la sociedad juvenil, en este caso la mexicana de épocas recientes.

Los tabúes que asociaron al rock con la violencia y drogadicción, y que condenaron a censuras e ilegalidad están ya lejos dicen los funcionarios encargados de instancias culturales en el país.

Épocas ahejas son esas en que grupos conservadores como la Legión Mexicana de la Decencia, en la década de los 50's, se propuso

El público rockero es una gran masa que desborda energía, donde los status sociales se dispersan: se revuelven roqueros-asiduos y radio-escuchas, y da como resultado un auditorio bastante heterogéneo y definitivamente ilimitado.

Un comentario relevante y digno de mención es el de Federico San Román, psicoanalista, que asegura "... cualquier concierto puede considerarse hasta cierto punto sano, ya que con ellos se da el fenómeno de "regresión colectiva", es decir, cuando se haya un grupo masivo, se dan impulsos en el individuo que se puede tener bajo control en su vida cotidiana, pero al encontrarse en el anonimato colectivo se atreve el individuo a hacer cosas que no haría estando solo, de esta manera la gente puede sacar en un rato de distracción el stress y los problemas que le acontece." (2)

Además de lo antes citado, está la expansión cultural, que con el rock se describe la sociedad juvenil, en este caso la mexicana de épocas recientes.

Los tabúes que asociaron al rock con la violencia y drogadicción, y que condenaron a censuras e ilegalidad están ya lejos dicen los funcionarios encargados de instancias culturales en el país.

Épocas añejas son esas en que grupos conservadores como la Legión Mexicana de la Decencia, en la década de los 50's, se propuso

vigilar letras, conducta y vestuario de los programas de radio y televisión donde el rock tenía cabida.

Tres décadas después, insisten convencidos los funcionarios de la cultura, los actuales tiempos de modernización se caracterizan por haber separado aquellos prejuicios en los que se consideraba a los conciertos roqueros como "ocasión para realizar desmanes".

Lo cierto es que la escasa ayuda del gobierno extendido en sus organismos correspondientes como el CREA, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y delegaciones políticas federales resurgieron las presentaciones que ponen de manifiesto la importancia que tiene la cultura rock para el joven mexicano.

El Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA) tiene dentro de su plan normal en cada oficina subdelegacional un promedio de 3 a 5 conciertos al mes. Si se toma en cuenta que el D.F. existen 16 delegaciones, se obtiene 80 presentaciones mensuales.

En cuanto a gastos aproximados se tiene "... un presupuesto de 17.78% del Departamento de Difusión Cultural con el que cubren las inversiones de publicidad y algunas veces la renta o alquiler del lugar donde se efectuará el evento, a los intérpretes no se les paga."

(3)

De la misma manera el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) crea su Programa Cultural para los Jóvenes, a partir de 19-

90 se puso la tarea de formar una especie de directorio y censo de los grupos tanto de rock como de artes plásticas y hacedores de danza y teatro, para conocer su ubicación en territorio nacional e integrarlos y producirlos en espectáculos culturales.

Alejandro Sandoval, coordinador del Programa Cultural para Jóvenes explica que la apertura y tolerancia de las autoridades hacia el rock "... se enmarca en la modernización del país. Es parte de un proceso global en el país de apertura y tolerancia hacia diversas manifestaciones culturales, educativas y religiosas. No lo veo como un proceso único, sino como un proceso en general. Si hace cuatro años era frecuente satanizar las expresiones de rock y buscar miles de pretextos para no autorizarlas, conforme se ha ido multiplicando el número de tocadas, se ha creado consenso entre la gente de que el rock no es tan terrible como lo pintan." (4)

En entrevista al regente capitalino Manuel Camacho Solís, realizada por Víctor Ballinas, reportero de información general y fundador de La Jornada, se logró captar algunas apreciaciones del jefe del Departamento del Distrito Federal con respecto al rock.

Por ejemplo, cuando le cuestionó sobre la existencia de intereses políticos de fondo, arguyó: "Bueno, los propósitos políticos son tantos y amplios que seguramente sí los hay, pero yo creo que se trata de que sean propósitos políticos coincidentes."

Más si la tolerancia a esos espectáculos musicales y culturales obedece a un gusto personal o no, explica que lo importante es que se abren espacios; y si con este tipo de música "... nos logramos comunicar con los jóvenes, ¿por qué no permitirlos con algunas reglas claras?, se preguntó Camacho Solís.

Recuerda el regente que cuando discutió con sus colaboradores la posibilidad de "... fomentar los conciertos para los jóvenes, hubo algunos que consideraban que era muy riesgoso permitir las famosas tocadas de rock con los chavos banda. Sin embargo, otros -dice- consideramos que era preferible correr un poquito de riesgo, y la experiencia nos demostró que se pueden tener espacios para la música, para el rock, para la cultura en general, sin que se incurra en riesgos graves para la comunidad."

Al gobierno de la ciudad le interesa "... abrir más espacios, pero nos preocupa el costo y que eso se vuelva un asunto de grandes negocios con pocas inversiones, porque eso lleva a los conflictos con el rock, a no observar todas las preocupaciones que requieren, incluso lo lleva a no invertir en la seguridad del público asistente a esos conciertos; y nosotros creemos que más que un negocio de unos cuantos, debe ser una actividad cultural en favor de la ciudad." (5) asintió el regente.

De la misma manera que en la producción discográfica, llevar a cabo un concierto o simple tocada es una labor emprendedora en la cual intervienen un equipo numeroso. Los pasos que entran en juego



formen parte de un largo proceso de trabajo humano, económico y creativo, aquí intervienen compañías fonográficas, medios de comunicación, empresas promotoras de espectáculos, industria en general, arrendadores de locales y dependencias institucionales (que extienden permisos y seguridad).

Se da la existencia de instituciones económicamente sólidas y apoyadas por contratos de distribución que acaparan por las mismas razones económicas, las salas en las cuales el rock se puede escuchar y a las que asiste un público heterogéneo e ilimitado.

Isabel Aretz hace una división de los empresarios y organizadores de conciertos donde la gran parte de la vida musical, los intérpretes y público están coordinados en beneficio propio "... por el gremio filisteo de los empresarios":

1) Particulares o individuales, los que actúan por su cuenta y riesgo, organizan giras de artistas en los países limítrofes. Ellos solos afrontan todos los compromisos particulares y público contraídos. Sus actividades se concentran más que nada alrededor de los centros artísticos de las ciudades más populares. A veces suelen tener agentes en el interior del país, con los que tienen simplemente una relación comercial circunstancial, o bien aquellos que pueden estar al servicio comercial permanente del principal, radicado en la capital del país.

2) Intermediario, constituido por dobles, instituciones y asociaciones musicales que organizan y contratan los artistas directamente o a través del representante personal del artista.

3) Organizaciones empresariales con ramificaciones mundiales dedicadas pura y exclusivamente a tales fines, y es lógicamente el más poderoso y peligroso también, según el mayor o menor criterio artístico-musical, y el "altruismo" que ponga en sus actividades. (6)

Por la reciente incursión de espectáculos de este tipo, en México comienzan a consolidarse las empresas particulares que tienen bajo su responsabilidad los conciertos de rock en español de grandes niveles.

De los grandes conciertos se encargan las empresas privadas y salen al servicio del rock en español: Penta, Producciones Plustar, Rocks Música Mágica, Producciones Arrabal, Organización Tuleño, PAR-DEME, Producciones Canto Nuevo, Operadora de Centro de Espectáculos (OCEEA), agrupación arrendadora y operadora del Palacio de los Deportes, entre otros que firman con grupos para organizar presentaciones en vivo.

Si se trata de conciertos multitudinarios, las empresas promotoras se asocian con las estaciones de radio, como sucediera con Caifanes en el Auditorio Nacional cuando su concierto del 29 de mayo de 1992, el cual fue organizado por Marusa Reyes (Producciones Arrabal y

representante de Caifanes), Luis Gerardo Salas (director artístico de Rock 101) y gente del mismo auditorio.

De las mismas características resultó ser la presentación de Caifanes, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Santa Sabina y Rostros Ocultos realizado el 28 de noviembre de 1992 en el Salón Río Nilo de Tonalá en Guadalajara, Jalisco, fue una organización entre Paco Camarena (empresario de grupos de balada y tropical) y Martín Fabian (director de Estéreo 102 F.M.).

Las tocadas locales de menor capacidad son organizadas por los propios grupos, managers o propietario del recinto.

Los grupos cobran desde N \$ 500 a 65 000 dependiendo de la popularidad de la banda o de la magnitud del evento. Según la revista Conecte en su número 633 donde hace su resumen anual del ambiente roquero, pone de manifiesto a los grupos que más cobran en el D.F. y encabezan la lista Caifanes y Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, la cantidad: N \$ 65 000.

Las industrias que mayor patrocinio tienen a la música, específicamente al rock, son las refresqueras: Coca Cola y Pepsi. Sus jingles lo expresan por sí solos:

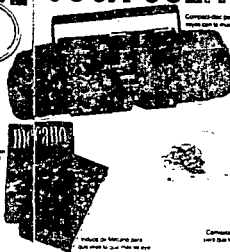
- "Coca Cola es el refresco oficial de la música"

# ESTA VEZ, <sup>TODAS</sup> LAS LATAS DE COCA-COLA TIENEN PREMIO



Completar de la prueba para  
ganar el premio a tu gusto.

Completar de la prueba para  
ganar el premio a tu gusto.



Completar de la prueba para  
ganar el premio a tu gusto.

Completar de la prueba para  
ganar el premio a tu gusto.

## *¡Seguro!*

Ahora, las latas de Coca-Cola, Coca-Cola light y Coca-Cola zero  
cuentan también contigo de overdocos premios en las lenguetas...

Hay superpremios directos miles de comestibles videos de Mecan  
casillas de los grupos Coca-Cola 90 y hasta compactos de  
portales.

Y con la entrega de 5 lenguetas de 1 punto consigues  
además más adelantos ¡¡¡¡¡¡¡¡

Para ganar los premios consulta  
tu comportamiento habitual  
¡¡¡¡¡¡¡¡



El premio termina el 31 de Julio



La lucha de las "colas" presente también en el ambiente roquero.





T E T R A E A

**PEPSI** **LUZ**

E N V I V O

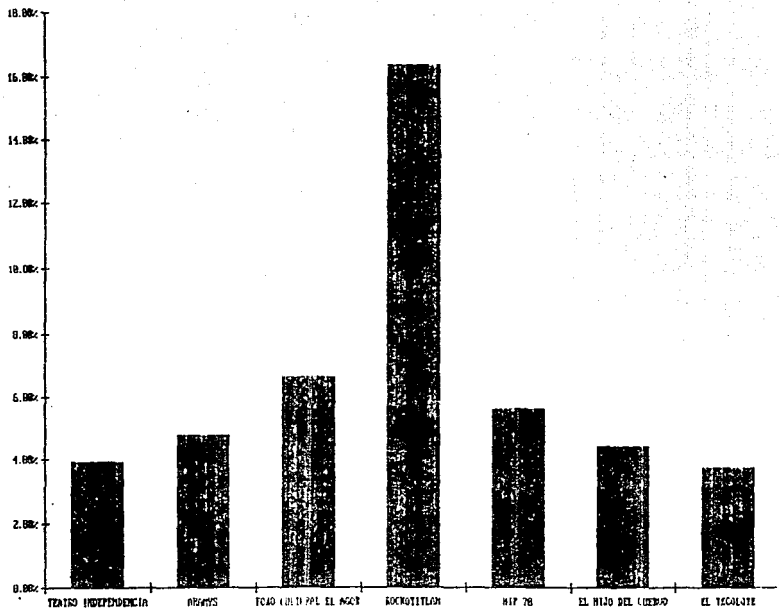
"Pepsi y la música tienen mucho en común y no tienen nada de oficial"

Otras empresas son: Levi's, helados Holanda, Yamaha, la línea de ropa Moderatto, licores como Bacardi, Hiram Walker Europa, los cigarrillos Montana, Marlboro, etc.

En el pasado los problemas para realizar un concierto eran las negativas a permisos; los tiempos cambian, ahora son los patrocinios, por ejemplo no pueden presentarse en cualquier recinto sin importar qué marca refresquera tiene la concesión, como ocurrió con Soda Stereo el 22 de septiembre de 1987 en el D.F., que no obtuvo la renta del local porque Soda es un artista Pepsi y el refresco concesionado en el la Plaza México es Coca Cola.

En un estudio de laboratorio se contabilizó los conciertos, grupos y sitios de rock que se festejaron durante el año 1987, y que aparecieron en la columna semanal titulada "Rock esta semana", bajo la responsabilidad de Alejandro Elías Guzmán en el diario Unomásuno. Cabe señalar que sólo se tomaron en cuenta los conciertos inscritos en la columna mencionada, si los empresarios, recintos y grupos interesados en hacer del conocimiento público su tocada no fueron oportunos en transmitir su anuncio de inscripción en el apartado, no fueron publicados y por lo tanto no entraron en el seguimiento de esta investigación.

GRUPO No. 1  
SITIOS MAS BARATOS





VIERNES 12 FEBRERO

N \$ 35

Rock Otitan

Insurgentes Sur 953-202  
Col. Napoléon Tel. 687-7893

21 hrs.



LUZBEL

SOY SEET

ALTERNAS:

Montaña

De acuerdo a los resultados, el recinto que brindó más oportunidades de celebrar conciertos fue: Rockotitlán con 121 presentaciones en vivo de 739 registrados, con un 10% de adelanto para quien toma la segunda posición, el Foro Cultural del Agora con 49 noches de rock.

A los ya citados centros de espectáculos se unen: Hip 70, Aramys, El Hijo del Cuervo, Teatro Independencia, Centro Cultural El Tecolote, EL Altillo, Sugar, Wendy's Pub, El Juglar, Hits, Andy Bridges, High Tower, Apache 14, Bar 9, Rock Stock, El Garage, LUCC (se les terminó el contrato de renta y la paciencia de sus vecinos y cerraron), además Salón X, La Casa del Canto, Tutifrutti, Osiris, Bugambilia, Arcano, James Dean, Liverpool Pub, Las Hormigas, Bulldog, etc.

La UNAM da como espacios para el rock a El Auditorio Che Guevara, de Humanidades, el de la facultad de Medicina, de Derecho, de Ciencias y Artes, la explanada de Rectoría, y otros. El rock tiene presencia gracias al continuo impulso en la Casa del Lago, foro que merece mención aparte, y un esporádico apoyo en las salas del Centro Cultural Universitario (la Chávez sobretodo), en el Espacio Escultórico, la sala de conciertos de Radio UNAM, las ENEP, la Carpa Geodésica y el Museo del Chopo.

Otros espacios institucionales que podemos citar como lugares que ocasionalmente presentan rock en la ciudad son la Sala de Arte del ex CREA en el Metro Insurgentes, el Museo Carrillo Gil, los auditorios del IFAL y la Alianza Francesa, la Universidad Iberoameri-

cana, del Valle de México, las unidades de la UAM, Centro Cultural San Angel, Instituto Mexicano Norteamericano de Relaciones Culturales, el Instituto Angloamericano de Cultura, el Museo de Antropología, Tamayo, el alcázar del Castillo de Chapultepec, las casas de la cultura y foros delegacionales, plazas y la calle.

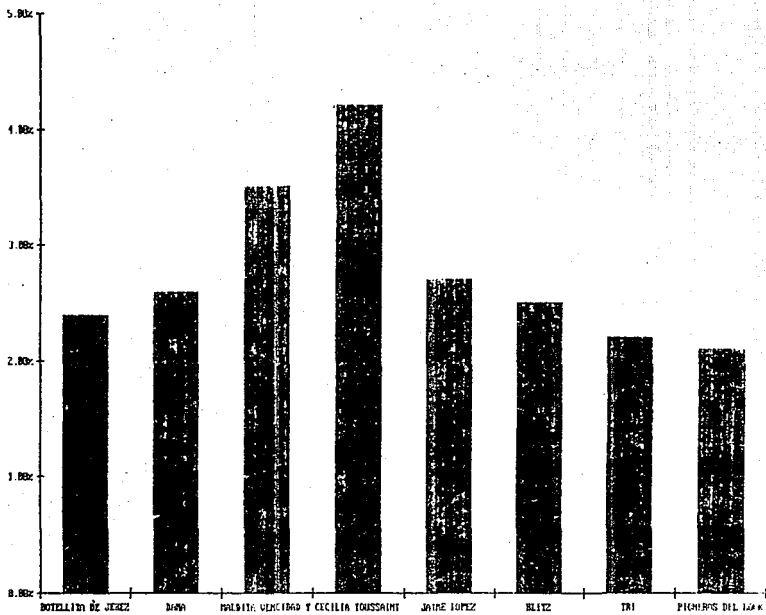
Y si se habla de conciertos multitudinarios para eso están el Palacio de los Deportes, el Auditorio Nacional, Toreo de Cuatro Caminos y el Gimnasio Juan de la Barrera.

Los tiempos cambian y centros abren y otros cierran, se amplían, presentan innovaciones, dan cabida a nuevos valores, adquieren mayor prestigio, pero sobretodo ofrecen más posibilidades de escoger al asiduo del rock el lugar y género; hoy en día por ejemplo, Rockotitlán presenta casi a diario un concierto con 2 o más exponentes, excepto los lunes y alguno que otro domingo, lo mismo sucede con Rock Stock y otros que no poseen la misma regularidad, pero sobresalen.

De 739 conciertos en el Distrito Federal repartidos por 200 grupos o intérpretes da un total de 1151 participaciones, esto es que en cada concierto hubo un promedio de 1 ó 2 exponentes.

Con respecto a quién fue el cantante de rock más solicitado, tenemos en primer lugar a Cecilia Toussaint, le sigue Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Jaime López, Dama, Blitz, Botellita de Jerez, el TRI, Isis, Pioneros del Rock (una serie de conciertos donde hicieron un recuento de los 25 años del rock and roll en español con

CATEGORÍA No. 2  
EL LICENCIADO POR SU LICENCIADO



exponentes de la talla de Leda Moreno, Johnny Laboriel, etc.), Delirium, Neón, Okey, Luzbel y una lista de 188 grupos más.

La invasión extranjera llegó con masivos de gran trascendencia, Mecano se perfiló siempre en la vanguardia dentro del movimiento rock pop, tanto en su país natal, España, como en América Latina; sin lugar a dudas, México fue su principal objetivo, es así que se presentaron por primera vez en el Teatro de la Ciudad en significativas actuaciones en directo del jueves 11 al domingo 14 de junio de 1987. Como consecuencia de una maratónica promoción televisiva y radial de sus temas, se hizo obvio el lleno total; por donde desfilaron gente joven que oscilaba entre los 14 y 20 años. Los precios de los boletos se encontraron desde \$ 10,000.00 hasta 50,000.00 que fueron los de las primeras filas. Hoy en día Rockotitlán cobra N \$ 35.00.

Caso similar ocurrió con Miguel Ríos en 1988 cuando varias gentes comenzaron a interesarse en traerlo a México. Sin embargo, sería la empresa PENTA (una organización con Inaki de Pablo, integrante del desaparecido grupo baladista Trigo Limpio; Mario de la Piedra, productor de Televisa y otros) la que pagó más de cuarenta mil dólares para venderlo a varias plazas de la República Mexicana, en ellas incluidas la Plaza de México en el D.F. y ciudades como Tepejí del Río, Villa Hermosa, Guadalajara, Puebla, Monterrey, Veracruz y Acapulco.

En "Rock olé", programa televisivo de Canal 5, se afirmó: "Los Hombres G en la reciente gira que tuvieron por la república, recorrieron 23 ciudades en un lapso de 44 días; que sería más o menos

# Los hijos del rock and Ríos...

Por PILAR JIMENEZ TREJO

Más de la mitad de la Plaza de Toros estaba ocu

grupo "Kerigma" a la de que se disculpab:

Marcom 4 de mayo de 1988

CINTEA

EL UNIVERSAL

3

rito m: alum

democráticos e hitos de  
En el concierto de Ríos  
que el sonido de...  
por una fiesta y liberada.  
Por una fiesta y liberada

13 de mayo de 1988

¿Quién la Controla?  
**Creció la Revonta  
con Miguel Ríos**  
Es un verdadero abuso Ríos la reventa material.  
2ª edición **Ovaciones**

EL LUGAR DE LOS GRANDES

SALÓN MIAMI

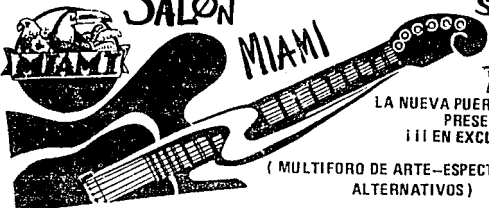
SABADO

12

DIC-92

LA NUEVA PUERTA DEL ROCK  
PRESENTA  
!!! EN EXCLUSIVA !!!

( MULTIFORO DE ARTE-ESPECTACULOS  
ALTERNATIVOS )

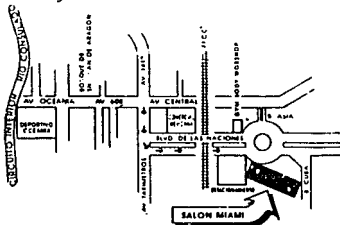


TROLEBUS



TROLEBUS

No denigres al rock di no a las drogas



!!! NO FALTES ES TU FIESTA !!!

PREVENTA

\$ 35 mil

Informes

7 66 30 04 Miami

7 66 30 91 GYM

BODY  
WORK  
SHOP

ACCESO 7:PM

No Ginturenes

No grabadoras

ESTRICTO CONTROL  
DE SEGURIDAD

EL MAXIMO ESPECTACULO ROCK'N ROLL

**AUDITORIO  
LOMAS  
VERDES**

**MALDITA  
VECINDAD**

**Y LOS HIJOS DEL QUINTO PATIO**

**Y**

**SANTA SABINA**

**VIERNES 29 DE ENERO '93**

**8:00 P.M.**

**Nº 2461**





# JUGUETE RABIOSO

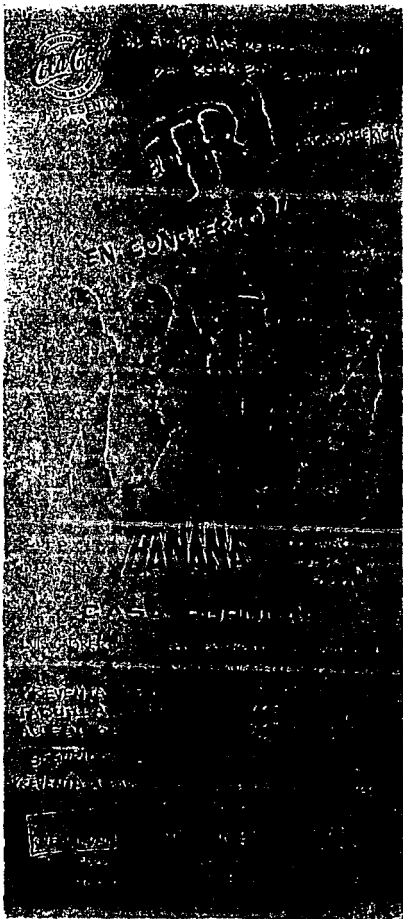
EN



PERFORMANCE &  
ROCK SQUAD

Puebla 191 Col. Roma  
523-15-70

VIERNES 4 Y SABADO 5  
DE DICIEMBRE



SABADO 31 DE OCTUBRE '92

DEPORTE  
**PLAN SEXENAL**

GIMNASIO JOSE LOPEZ PORTILLO (DOMO) 6:00 P.M.  
FERROCARRIL DE CUERNAVACA Y MAR MEDITERRANEO  
ATRAS DEL III POPOTLA

COMO LOS QUERIAS VER Y DONDE LOS QUERIAS VER

energía  
**SONIDO VANGUARD**  
TE PRESENTA A  
DESPUES DE  
SU EXITO EN ESPAÑA  
Y ANTES DE SU GIRA  
POR EUROPA

**MALDITA  
VECINDAD**

*y los hijos del 5º patio*

CONCIERTO UNICO

EL EVENTO QUE NO TE PUEDES PERDER



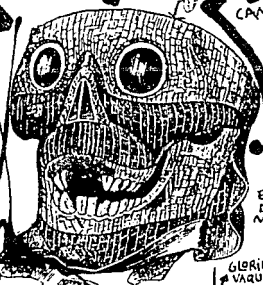
VIERNES 19 FEBRERO

# CAFETACIA JUVENESCUA

\$40 MIL  
\$30 MIL  
PRE VENTA  
TEL. 5-94-4687

8.P.M.

Diseno: Mexico.



SALON  
LAS FLORES  
CAVAL NACIONAL  
#5  
XOCHIMILCO  
NATIVITAS  
PROL. DIV DEL  
NTE.  
PASANDO LA  
CARRETA:  
A 5 MIN.

AVILA  
EMBAJADA  
DE LAS  
NATIVITAS.  
REPORTEO  
XOCHI-  
LA  
CARRETA  
Pepsi  
GLORIETA  
VAQUEROS  
PROL. DIV. NTE.

MIRAMONTES

PER

7500 kilómetros con un promedio de 300 mil personas que disfrutaron de su espectáculo a lo largo de ésta misma ..." (7), todo esto se llevó a cabo en 1989 bajo el patrocinio de Pepsi.

De acuerdo con sondeos realizados por periodistas especializados en el tema, llegan a la conclusión de que los mejores conciertos de rock en español celebrados en el Distrito Federal son:

1987 Soda Stereo en el Magic Circus.

1988 Mecano en la Universidad del Valle de México.

1989 Cherly García en el Auditorio Nacional.

1990 La Folla Records en el Teatro Blanquita.

1991 Mecano en el Auditorio Nacional.

#### 4.3 El Tianguis del Chopo

Jorge Pantoja se convirtió en el promotor que brindó a los ochentas el famoso Tianguis del Chopo, ahora los jóvenes rockeros pueden comprar o intercambiar libros de música, literatura, filosofía, historia, etc. o discos y cassettes de todas las corrientes de rock y otros ritmos.

A lo largo de doce años el tianguis creció, pero no sólo en el interior con el número de puestos, sino también se expandió con la visita de jóvenes que buscan la compra-venta, el intercambio o la conexión en general con la cultura rock. Al mismo tiempo, el propio crecimiento y la misma necesidad de lo nuevo y lo inconseguible fue-

ron diversificando los artículos (discos y libros) para satisfacer la demanda roquera.

Muchos chavos acuden para volantear los conciertos a celebrarse o llevar sus grabaciones independientes, como lo hiciera el desaparecido Rockdrigo con su cassette "Urbanistorias" en 1984 y 1985.

Mención aparte merece el hecho de que el Tianguis del Chopo es un centro de discusión, lugar común para analizar desde ópticas diferentes y hasta contrarias las novedades o reliquias musicales roqueras. Aparte de que hay un intercambio informativo sobre literatura, pintura, exposiciones, conciertos, cine, publicaciones, etc.

Como toda organización mercantil que maneja y genera capital y como parte de la integración social posee grandes problemas, resulta extraño que un espacio como el Tianguis del Chopo, que es un lugar de la juventud rocanrolera, no tenga un punto fijo donde establecerse definitivamente para su desarrollo.

La comisión organizadora del mismo en muchas ocasiones ha negociado el espacio, sin llegar a una respuesta permanente de beneficio para esta parte de la cultura juvenil, la lucha comenzó desde que el mercado salió de la explanada del Museo del Chopo.

Este tianguis, por muy sencillo que se vea, es una complejidad, es fuente de trabajo para muchos y apoyo económico para bastantes, los músicos independientes cómo podrían producir de una manera libre,

si no existiera también un mercado independiente que canalice sus expresiones a los consumidores de rock y que les hiciera llegar todas estas producciones pseudoanónimos.

#### 4.4 Encuestas para el rock

Como parte de su labor periodística, Marco Antonio Rueda y Ricardo Bravo (R & R) (8) hacen uso de la encuesta y presentan un resumen que destaca lo mejor del movimiento rocanrolero que se da en México.

Lo relevante del sondeo está en el singular fenómeno musical que se vive en nuestro país desde finales de 1986, en éste se conoce la labor de los principales exponentes de dicho género musical, situación que no se presenta en otro país, pues en ellos se origina un movimiento local que no da oportunidad de entrada a grupos extranjeros, caso absolutamente contrario al nuestro.

Los resultados de la encuesta fueron obtenidos utilizando una media entre las dos partes en que se dividió este censo de opinión. La primera se realizó entre gente del medio rocanrolero: músicos, críticos, representantes, dueños de locales, etc.; la otra con los seguidores del género, los que a fin de cuentas compran los discos y van a los conciertos.

#### MEJOR GUITARRISTA

1987 Gustavo Cerati (Soda Stereo).

1988 Gustavo Cerati (Soda Stereo).

1989 Carlos "Negro" García López (Charly García).

1990 Alejandro Marcovich (Caifanes).  
1991 Gustavo Cerati (Soda Stereo).

**MEJOR BAJISTA**

1987 Andrés "Cachorro" López (ZAS).  
1988 Andrés "Cachorro" López (ZAS).  
1989 Héctor Bossio (Soda Stereo).  
1990 Sabo Romo (Caifanes).  
1991 Sabo Romo (Caifanes).

**MEJOR BATERISTA**

1987 Willy Iturri (GIT).  
1988 Charly Alberti (Soda Stereo).  
1989 Charly Alberti (Soda Stereo).  
1990 Charly Alberti (Soda Stereo).  
1991 Charly Alberti (Soda Stereo).

**MEJOR TECLADISTA**

1987 Ignacio Cano (Mecano).  
1988 Ignacio Cano (Mecano).  
1989 Ignacio Cano (Mecano).  
1990 Miguel Mateos.  
1991 Ignacio Cano (Mecano).

**MEJOR VOCALISTA MASCULINO**

1987 Miguel Mateos.  
1988 Gustavo Cerati (Soda Stereo).  
1989 Miguel Ríos.  
1990 Gustavo Cerati (Soda Stereo).  
1991 Gustavo Cerati (Soda Stereo).

**MEJOR VOCALISTA FEMENINA**

1987 Ana Torroja (Mecano).  
1988 Patricia Sosa (La Torre).  
1989 Martha Sánchez (Olé Olé).  
1990 Martha Sánchez (Olé Olé).  
1991 Patricia Sosa.

**MEJOR COMPOSITOR**

1987 José María Cano (Mecano).  
1988 Gustavo Cerati (Soda Stereo).  
1989 José María Cano (Mecano).  
1990 Joaquín Sabina.  
1991 José María Cano (Mecano).

**MEJOR DEBUT DISCOGRAFICO**

1987 "La suerte está echada" de Veni Vidi Vici.  
1988 "Caifanes" de Caifanes.



1987 "Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio", idem.  
 1990 "Los Amantes de Lcia" de Los Amantes de Lola.  
 1991 "Hey tú" de Aleks Syntek y la Gente Normal.

#### MEJOR GRUPO O SOLISTA MEXICANO

1987 El TRI.  
 1988 Caifanes.  
 1989 Caifanes.  
 1990 Caifanes.  
 1991 Caifanes.

#### MEJOR CONCIERTO MASIVO

1987 Soda Stereo en el Magic Circus.  
 1988 Mecano en la Universidad del Valle de México.  
 1989 Charly García en el Auditorio Nacional.  
 1990 La Polla Records en el Teatro Blanquita.  
 1991 Mecano en el Auditorio Nacional.

#### MEJOR CANCION

1987 "Cruz de navajas" de José María Cano (Mecano).  
 1988 "Persiana americana" de Gustavo Cerati (Soda Stereo).  
 1989 "Blues del esclavo" de José María Cano (Mecano).  
 1990 "Veneno en la piel" de Santiago Auserón (Radio Futura).  
 1991 "Los dioses ocultos" de Saúl Hernández (Caifanes).

#### MEJOR ALBUM EDITADO EN MEXICO

1987 "Entre el cielo y el suelo" de Mecano.  
 1988 "Signos" de Soda Stereo.  
 1989 "El hombre del traje gris" de Joaquín Sabina.  
 1990 "Caifanes Vol. II" de Caifanes.  
 1991 "Aidalai" de Mecano.

#### MEJOR GRUPO O SOLISTA

1987 Mecano.  
 1988 Soda Stereo.  
 1989 Mecano.  
 1990 Soda Stereo.  
 1991 Mecano.

#### LOS DIEZ ELEPES MAS EXITOSOS DE ROCK EN ESPAÑOL

*(Con respecto a las ventas en tiendas discográficas y popularidad  
 radiofónica)*

#### EN 1987

- (1) "Entre el cielo y el suelo" de Mecano (BMG/Ariola).
- (2) "Deseo carnal" de Alaska y Dinarama (EMI/Capitol).
- (3) "Salamandra" de Miguel Bosé (WEA).
- (4) "Bailando sin salir de casa" de Olé Olé (EMI).

- (5) "Solos en America" de Miguel Mateos y Zas (BMG/Ariola).
- (6) "Nada personal" de Soda Stereo (CBS).
- (7) "No es pecado" de Alaska y Dinarama (EMI/Capitol).
- (8) "Un par de palabras" de Hombres G (CBS).
- (9) "Para la ternura siempre hay tiempo" de Victor Manuel (CBS).
- (10) "La suerte ya está echada" de Veni Vidi Vici.

## EN 1988

- (1) "Un par de palabras" de Hombres G (CBS).
- (2) "Solos en América" de Miguel Mateos y Zas (BMG/Ariola).
- (3) "El momento" de Nacha Pop (Polygram).
- (4) "Nada personal" de Soda Stereo (CBS).
- (5) "Signos" de Soda Stereo (CBS).
- (6) "30 años de éxitos" de Toreros Muertos (BMG/Ariola).
- (7) "Atado a un sentimiento" de Miguel Mateos y Zas (BMG/Ariola).
- (8) "4 X 4" de La Unión (WEA).
- (9) "Habitaciones extrañas" de Enanitos Verdes (CBS).
- (10) "Descanso dominical" de Mecano (BMG/Ariola).

## EN 1989

- (1) "Descanso dominical" de Mecano (BMG/Ariola).
- (2) "30 hombres solos" de Los Inhumanos (Musart).
- (3) "Cuatro hombres para Eva" de Olé Olé (EMI/Capitol).
- (4) "El grito del tiempo" de Duncan Dhu (IM).
- (5) "Carrusel" de Enanitos Verdes (CBS).
- (6) "Doble vida" de Soda Stereo (CBS).
- (7) "Agitar antes de usar" de Hombres G (CBS).
- (8) "Vivir al este del Edén" de La Unión (WEA).
- (9) "Los caballeros las prefieren rubias" de Olé Olé (EMI/Capitol).
- (10) "El hombre del traje gris" de Joaquín Sabina (BMG/Ariola).

## EN 1990

- (1) "Luz V" de Luz Casal (EMI/Capitol).
- (2) "Los chicos no lloran" de Miguel Bosé (WEA).
- (3) "Veneno en la piel" de Radio Futura (BMG/Ariola).
- (4) "Caifanes Vol. II" de Caifanes (BMG/Ariola).
- (5) "1990" de Olé Olé (EMI/Capitol).
- (6) "Obsesión" de Miguel Mateos (BMG/Ariola).
- (7) "Voy a pasármelo bien" de Hombres G (CBS).
- (8) "El hombre del traje gris" de Joaquín Sabina (BMG/Ariola).
- (9) "Autobiografía uno" de Duncan Dhu (IM).
- (10) "30 hombres solos" de Los Inhumanos (Musart).

## EN 1991

- (1) "1990" de Olé Olé (EMI/Capitol).
- (2) "Los chicos no lloran" de Miguel Bosé (WEA).
- (3) "Aidalai" de Mecano (BMG/Ariola).
- (4) "Mentiras piadosas" de Joaquín Sabina (BMG/Ariola).
- (5) "Canción animal" de Soda Stereo (CBS).
- (6) "Esta es tu vida" de Hombres G (CBS).
- (7) "Entre líneas" de Alejandro Lerner (BMG/Ariola).

- (8) "Busca amor" de Botellita de Jerez (Polygram).
- (9) "Tentación" de La Unión (Warner).
- (10) "Caifanes Vol. II" de Caifanes (BMG/Ariola).

Hasta 1992 la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas A.C. (AMPROFON A.C.) lleva en estricto control de los reconocimientos de ventas de discos en la República Mexicana; en el pasado éstos se ofrecían a diestra y siniestra por las empresas de la plastificación.

La Tabla 3 muestra quiénes fueron los músicos de rock que obtuvieron tal reconocimiento ya legalizado y supervisado por dicha organización.

Las asociaciones privadas como institucionales, asimismo los medios de comunicación social y la industria general crecen con la necesidad de racionalizar una tarea ardua, compleja y acentuadamente especializada: producir, transmitir y distribuir al rock como mercancía. En cuanto a la concentración, ésta emana de la actividad misma de organismos que aseguran un servicio común a un conjunto de empresas de difusión; los progresos técnicos, al aumentar la importancia y el costo de los materiales no han hecho sino precipitar un movimiento necesario. El monopolio nace automáticamente de la racionalización, de la concentración y de la especialización. Un nuevo operativo complejo para un gran negocio: el rock.

TABLE 1

RELACION DE CERTIFICACION DE DISCOS EN 1992 - MEXFON, A.C. \*

FECHA	FONOGRAMA	RECONOCIMIENTO	ASOCIADA	No. DE CATALOGO
ENERO 11 1992	"FALTA DE AMOR" MAMA	DISCO DE ORO	WARNER MUSIC DE MEXICO, S.A.	LBEM/CEM/CD1-9269
AGOSTO 17 1992	"FALTA DE AMOR" MAMA	DISCO DE PLATINO	WARNER MUSIC DE MEXICO, S.A.	CEM/LEB/CD1/9269
AGOSTO 26 1992	"AIDALAI" MECAME	DISCO DOBLE DE ORO	BERTELSMAN DE ME- XICO, S.A. DE C.V. DIVISION EMS/AROLA	LAPI/CAPI-154
AGOSTO 28 1992	"EL CIRCO" MALDITA VENCIDAO Y LOS NIJOS DEL QUINTO PATIO	DISCO DE ORO	BERTELSMAN DE ME- XICO, S.A. DE C.V. DIVISION EMS/AROLA	LAV/CSN-949
AGOSTO 28 1992	"EL SILENCIO" CALIFORNES	DISCO DE ORO	BERTELSMAN DE ME- XICO, S.A. DE C.V. DIVISION EMS/AROLA	MOL/CC-10
OTUBRE 2 1992	"EN VIVO EN LA CARCEL DE SANTA "MATHA" EL TRI	DISCO DE ORO	WARNER MUSIC DE MEXICO, S.A.	LGM 06847/LAM 006811 GM 06847/CD 036811 CD 06847/CSM 006811

\* ASOCIACION MEXICANA DE PRODUCTORES DE FONOGRAMAS, A.C.

REFERENCIAS CITADAS

- (1) Chávez, Carlos. El pensamiento musical, p. 74.
- (2) Citado por Delgado Serrano, Ma. del Carmen, El manejo publicitario de un ídolo y su influencia en la opinión del público adolescente, p. 114.
- (3) Garza Gutiérrez, *Op. cit.*, p. 82.
- (4) Abelleira, Angélica, "El rock, asunto de la más alta prioridad: que hablen los funcionarios", EntreEmés, bimestral, México, D.F., No. 4, mayo-junio de 1992, p. 65.
- (5) Ballinas, Víctor, "Conciertos sí, pero con orden: Camacho Solís", EntreEmés, bimestral, México, D.F., No. 4, mayo-junio de 1992, p. 65.
- (6) Aretz, *Op. cit.*, P. 296.
- (7) Rock olé, Canal 5. 20:00 hrs., México, D.F., 27 de agosto de 1989, Gil Billies (voz en off), productor Luis de Llano Macedo, duración de 60 min., programa musical: especial de los Hombres G.
- (8) Rueda, Marco Antonio y Bravo, Ricardo (R & R), El Nacional, suplemento El Dominical, semanal, México D.F., No. 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 89 y 90; 16, 23, 30 diciembre de 1990; 6, 27 enero; 3 10, 17 febrero de 1991; 2 y 9 febrero de 1992.

## CONCLUSIONES

El rock en español no nace de un estudio de mercadotecnia, después de 25 años lo toman en cuenta empresas y medios de comunicación que le dan realce al "descubrimiento", pero él ya atraviesa por su mayoría de edad, era dueño de una vida por debajo de las coladeras, desapercibido por las masas, sí, pero el boom de los ochentas arrojó gran número de exponentes, puso a la venta cientos de producciones fonográficas para consolidar el movimiento en un espacio de tiempo récord para convertirlo entonces sí en producto.

La cultura rock tiene en principio un doble significado. Por un lado, surge de una necesidad real de quien genera y produce dicha cultura: los jóvenes que buscan una libertad corporal, que buscan una ruptura con una moral sexual demasiado rígida que coarta el potencial del cuerpo humano. Necesidad de la juventud por constituirse en sujetos distintos y diferenciables con respecto a los adultos, en definitiva, la búsqueda de una identidad propia. Por otro lado, existe también la necesidad de la industria del disco, del espectáculo y de la moda por canalizar y codificar los productos de la cultura rock, limando en lo posible el discurso subversivo de aquello que se encuentra y puede producirle ganancias.

Sin embargo, se genera un proceso interesante. La industria cultural del entretenimiento y el sistema social al que sirve, se convierte en elemento difusor e incluso creador precisamente de aquello que pretende canalizar y reprimir.

La difusión es evidentemente una aliada de la tradición; por cuanto se entiende habitualmente, esta se refiere a la transmisión de contenido cultural de una generación a otra, de una población hacia una vecina.

Por lo que se deduce que el rock llegó a México a través del proceso de la difusión como material cultural, pasó de los Estados Unidos e Inglaterra a nuestra nación. Los jóvenes al sentirse identificados con el rock ayudaron a que este género se difundiera por todo su territorio. y lo hacen propio al traducirlo, imaginarlo, crearlo, presentarlo y venderlo en su mercado. Aunque al tomar al rock como herencia cultural anglosajona y como movimiento musical universal también adopta su estructura funcional.

Un país joven como el nuestro que cuenta con una mayoría de gente menor de 25 años exige además de miles de empleos para su desarrollo, variantes en cuanto a entretenimiento.

El público juvenil femenino (el más explotado) a lo largo de la historia ha contado con cientos de ídolos en todas las ramas del arte. Sin embargo, la juventud masculina, la más difícil de complacer, se había tenido que conformar con unos cuantos.

Gracias a los últimos censos de población, encuestas de mercadotecnia, a mentes abiertas y a valientes apostadores de las nuevas ex-

presiones del hombre, el movimiento de rock debe su razón de destacamiento.

La música es un enorme movimiento económico que se presenta actualmente en todo el mundo y que en vez de disminuir debido a la cantidad de tiempo que ha estado en el mercado, aumenta en forma progresiva y crece porque no está sola. En el último lustro de los ochentas, la industria del fonograma depende de empresas especializadas que existen al lado de ella y escapan a su control directo. Las relaciones que se establecen entre éstas y los medios de comunicación, a pesar del espíritu de colaboración que los anima, son esencialmente relaciones de vendedores a compradores, de proveedores a clientes. El sello discográfico ya no es prácticamente amo del rock que se difunde; él es suministrado, ya hecho a organismos que tienen estructura, funcionamiento y deontología propia.

Los medios de comunicación hacen maravillas: adoptan, adaptan, refuncionalizan, lanzan, esto es, masifican, diversifican, proyectan, mitifican y negocian con el rock. Paralelamente a toda esta industria, los medios se vieron ocupados por los jóvenes que entendieron de qué iba la cuestión y por lo tanto pudieron hablar en un idioma legible a los demás adolescentes también.

La competencia comercial entre productos musicales y la radio-difusión y otros medios como son la televisión, prensa y cine precipitaron aún más el movimiento de especialización y de concentración



de programas de rock dirigidos a jóvenes y cargaron a éstos últimos de una responsabilidad y tarea acrecentadas.

La incursión del rock en los medios de comunicación no es tan solo una táctica para atraer receptores, es el reconocimiento de éste como conducto para canalizar inquietudes y frustraciones, es la necesidad de emisiones que deben su razón de ser a gente que trae como bandera el ritmo de 4 X 4, jóvenes por los cuales corren esas cuatro letras en sus venas, y que creció con la expresión conocida como revolución, cambio, rebeldía, algo que simple y musicalmente se llama rock.

Los cambios se hacen notorios, por ejemplo, la ubicación de la radio juvenil en la banda de frecuencias: de A.M. pasó a F.M.; las viejas emisiones juveniles de los setentas terminaron para ser "radio rabiaca", una de ellas: "Radio Éxitos" que acabo convertida en el "Fonógrafo del Recuerdo".

Algo que permanece inalterable es la idea que de los jóvenes tiene la mayor parte de las empresas que administran los medios dedicados a ellos: los adolescentes son considerados, antes que otra cosa, consumidores potenciales de productos musicales, por ello las emiscras juveniles constituyen casi en su totalidad un escaparate para promover la venta de discos, que propagan en las propias estaciones radiofónicas y televisivas, así como en la prensa, conciertos, ropa y demás.

Pero se requiere más que necesidad de expresar vanguardia, a veces, como sucediera en el caso de Rock 101, la existencia en la radio de un proyecto elaborado y ejecutado por jóvenes depende de causas totalmente fortuitas: el vínculo familiar con personas de puestos importantes dentro del Núcleo Radio Mil que permitió a Luis Gerardo Salas pedir a su tío, Guillermo E. Salas, una oportunidad de demostrarle que una emisora de rock que incluyera innovaciones en el lenguaje radiofónico y en los criterios para diseñar la programación musical podía ser un buen negocio que no haría perder dinero a la cincuentenaria empresa. Pero son excepciones, porque no todos los jóvenes del país con las ganas y talento para hacer radio tienen un tío o un papa que sea dueño de un consorcio dedicado a la radio, ni todos los industriales tienen hijos o sobrinos con el deseo de realizar proyectos novedosos en el campo.

Caso similar sería el de Luis de Llano Macedo, en la televisión, con programas pobres en cuanto a buenas producciones (porque se pudo dar más), pero importantes para la difusión del rock.

La apertura de la televisión fue tan sólo con la idea de asimilar y refuncionalizar el movimiento, fue producto de presión del mercado y el fervor estético de las masas. Claro está que los programas televisivos higienizan los tabúes que hacían del rock la más despreciable expresión musical. No existe una constancia, pero las apariciones de las bandas en la pantalla chica son ya una realidad.

Las compañías discográficas no están solas, el video-rock surgió como alternativa para otras ramas de la industria afectadas por la recesión. Las editoriales reclamaron la exclusividad en los derechos del video-clip como una nueva forma de publicación. La televisión lo consideró como un canal de distribución. La empresa cinematográfica lo llamó "películas sin cine". Pero todos coincidieron en que el nuevo medio de "televisión sin antenas" tendría efectos decisivos en el futuro del negocio del entretenimiento.

Hoy el video toma forma de comercial publicitario de la música con la finalidad de incrementar la demanda del disco. Después del boom del video ya no compramos tan sólo música, sino imágenes de la misma. Recordemos el slogan de WFM Magia Digital: "Tus ojos escuchan lo que tus oídos ven".

La prensa es el medio más aferrado, fiel amigo y seguidor del rock, con publicaciones escasas, pero nunca dejándose vencer por las injusticias e incompreensión de los adultos críticos analistas de la sociedad cultural contemporánea. Por el lado escrito, desde sus inicios captó lectores ávidos de encontrar noticias sobre la escena del rock nacional e internacional.

Los grupos fonográficos trasnacionales son: WEA, EMI, CBS, BMG y Polygram. WEA es estadounidense; CBS, es del Japón; y el resto pertenece a la Comunidad Económica Europea (CEE). Estar en estas marcas es entrar de lleno a la industria de la música; y muchos de los intérpretes de rock están en ellos. Son estas multinacionales las que cap-

tan el mercado del rock en español y acaban con la industria discográfica nacional, aún cuando existen respiros y movimientos independientes.

Los vencedores indiscutibles, no por altas ventas, sino por ganas de crear, son los sellos independientes que en número de producciones, variedad de géneros y calidad a la par, han demostrado que no todos los grupos pueden ser manipulados por las televisiones privadas, ni que requieren decenas de millones de pesos para crear un producto de honestidad y calidad artística.

En México se sobrepasa la cantidad de 100 grabaciones en la historia del rock azteca en casas grabadoras independientes, las cuales se muestran más vitales que nunca y se perfilan como la gran alternativa de presentar trabajos honestos al gran cúmulo de jóvenes mexicanos que no se satisfacen con las pocas opciones, elección de un grupo radiofónico o televisivo que impone como ejemplo a seguir.

Para la industria, el rock es tratado en porcentajes, no de creatividad, se toca la rentabilidad no la calidad del producto, se maneja un nombre publicitariamente, no por su nivel cultural. Es pues: mercancía.

El boom de los ochentas sirvió a las trasnacionales, los artistas sólo se llevan el reconocimiento de oír su música en los medios de comunicación. La década pasada marcó la euforia y proliferación de grupos nacionales y extranjeros; se han llegado a vender en

un año 50 millones de discos y cassettes del género musical en cuestión. Ya no es amor por el rock, sino la industria del rock.

En Madrid hay alrededor de 500 grupos de rock que luchan por destacar entre las setentas salas y bares que existen para tal fin; de ellos los mexicanos conocemos apenas una docena de nombres que no sean Mecano, Miguel Ríos, Hombres G, Radio Futura, Joaquín Sabina, La Unión, Duncan Dhu, Toreros Muertos, y otros. Pero España es más que eso, es la fusión del flamenco con el rock de Ketana o Pata Negra; el pop-rock al estilo de Semen Up, Gabinete Caligari o El Último de la Fila o simplemente rock con la voz de Luz Casal.

La capital madrileña junto con Barcelona acaparan la oferta de la movida musical, aunque proliferan grupos en todas las comunidades autónomas con nombres originalísimos: La Chirla Negra Totalmente, El Último Nardo que Coció Bernardo, Cicatriz en la Matriz. No me Pises que Llevo Chancas y un largo etcétera.

En México, la revista Banda Rockera enumeraba poco más de 700 grupos, aunque la inmensa mayoría se generaba o sentaba sus reales en la Ciudad de México y suburbios circunvecinos. Es tan absurdo que sólo Caifanes, TRI, Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, Aleks Syntek y la Gente Normal, Maná, Espacios Invadidos, Fobia, Neón, Café Tacuba, Botellita de Jerez y La Castañeda sean los once grupos mexicanos que tienen contratos con sellos de grandes producciones y los más nombrados por los medios de comunicación y empresas del entretenimiento.

Y es aún más repugnante que del rock mexicana de Jorge Reyes, Caifanes y Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio son lo único que de México existen en España a nivel discográfico y editado aquí.

En Centro y Sudamérica vuelve a suceder lo mismo, del rock mexicano se conoce lo antes mencionado y se suman a éstos: Kerigma, Maná, Café Tacuba, TRI, Fobia, es decir, los que cuentan con una infraestructura más o menos cimentada en los medios del mundo del espectáculo. Los demás siguen en pie de lucha, ya no por debajo de las cocaceras, ahora el panorama ofrece más alternativas y permisos que alientan las producciones y anhelos de las bandas.

A continuación se presentan algunos nombres de grupos de rock enlistados por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA): Ansia, Camino Rojo, Crista Galli, Consumatum Est, Delirium, Iconoclasta, El Juguete Rabioso, Las Malas Lenguas, Las Moscas, Sig-cos Vitales, Síndrome D' Punk, Splash, Piezas Sueltas, Oxomaxoma, Década 2, Expotecno, Sangre Azteca, Fatum, Makina, Vía Corta, Vuelo Libre, Tijuana No, Los Hongos, Mercado Negro, El que ríe al último, Hora X, Cerdos Sexuales, Víctimas del Doctor Cerebro, Zazhil, Heavy Nopal, Alce Blues, Nova, S.O.S., Escoria, Posesión Metálica, entre muchos.

Las presentaciones tienen la cobertura mínima, aún cuando los medios sonoros, audiovisuales y escritos saben de su existencia y gran esfuerzo por parte de los músicos para conseguirlos.

Los conciertos de rock contemporáneo son magníficos ejemplos de como un género visto con recelo por las autoridades pudo celebrar en ciudades del país con saldos favorables en muchos sentidos, en la mayor de las veces sin apoyo sostenido de los medios de comunicación, una aventura que merece un aplauso y un modelo de autogeneración de oportunidades para otras bandas.

A pesar de ello, en lo que respecta a conciertos masivos, hay que señalar la escasez de foros abiertamente apostadores como principal factor contra el desarrollo sano y creativo de los roqueros nacionales, público y artistas. Un ejemplo: la gira '89 del cantautor Joaquín Sabina recorrió 40 plazas tan sólo en España, mientras en México se sigue considerando rentables únicamente al Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, a veces ni estas ciudades.

En tanto no se logre integrar un circuito de foros musicales que abarquen por completo la República Mexicana, al menos capitales estatales, ciudades importantes y centros turísticos, el rock mexicano, seguirá siendo un clamoroso nervor subterráneo, para frustración del público, músico e industria musical, que lejos de exportar seguirá gastando divisas en rock internacional, trayendo a los "superstars" del rock en inglés.

Para el movimiento rock en español es muy importante la apertura que hoy muestra la industria cultural del entretenimiento en coordinación con los medios de comunicación y autoridades para promover to-

dos los productos rockeros y que de esta manera el consumidor se entere lo que ocurre aquí y en el extranjero, pero esto no significa la obligación de considerar a los que permiten y organizan lanzamientos, producciones discográficas y conciertos como si fueran benefactores de la humanidad, ellos obviamente lo hacen por dinero y es normal, quizá uno que otro colado lo realice por amor al arte.

A ciencia cierta no hay explicación clara del por qué las autoridades son más tolerantes, es posible que la razón sea la juventud relativa de los dirigentes que ecabezan las dependencias institucionales o tal vez sea el dinero que les retribuye su permiso y apoyo a la realización de estos eventos, ya que genera ingresos para muchos, o la simple simpatía ciudadana.

Lo cierto es que en toda la República Mexicana y extranjero existen cientos de grupos que ensayan día con día para la búsqueda del éxito en una escena musical de expansión constante. Hay un largo y sinuoso camino por recorrer, y las bandas tienen ánimo, fe y creatividad.

Se analizó la importancia de las relaciones públicas, sociales y de trabajo, o sea relaciones comerciales que tienen en común los medios de comunicación al servicio de la música y el movimiento llamado rock en español, sin dejar de reconocer el alimento mutuo que hace posible la supervivencia de ambos, por tal razón el presente trabajo es también un llamado a los grupos participantes de este revuelo musical y comercial a no restar y descuidar por parte suya la trascen-



ciencia que estas empresas poseen para su difusión, es tiempo de que cesen derrumbar la pared de tabúes, de desconfianza y de orgullo, después de todo no es un pecado encontrar al final de su honesta labor una remuneración, llámese éxito o dinero.

Finalizo con dos pensamientos: el primero de Miguel Ríos: "Lo importante es que las bandas de Argentina dejen de ser argentinas. Que las bandas mexicanas dejen de ser consideradas mexicanas. Y las españolas, españolas. Y le quitamos ya el lugar de procedencia a las bandas que se expresan en español, ...; para que de alguna forma podamos comunicarnos más; tener necesidad histórica de conocernos, no de conquistarnos, y por supuesto, tampoco de descubrirnos. Ya no queremos conquistar más. Ya queremos conocernos."\*

Y para concluir el de José Xavier Návaz: "Este año es el del rock. Si no, el que viene."

\* Miguel Ríos, Canal 5, 21:00 hrs., México, D.F., marzo 1988, Luis de Llano Macedo (voz en off), programa musical especial, duración 60 min., productor Luis de Llano Macedo, director, Marco Flavio Cruz.

- Arana, Federico, Rocqueros y folcloroides, México, D.F., Ed. Joaquín Mortiz, 1988, 181 pp.
- Aretz, Isabel (relatora), América Latina en su música, México, D.F., S XXI-UNESCO, 1980, 320 pp.
- Agustin, José, La nueva música clásica, México, D.F., Ed. Universo, 1985, 199 pp.
- Bejar Navarro, Raúl, Cultura nacional, cultura popular y extensión universitaria, México, D. F., UNAM, 1979, 45 pp.
- Berendt, Joachim, El jazz, México, D.F., FCE, 1962, 342 pp.
- Bialik, Raquel, Un enfoque social del campo musical, México, D.F., Heterofonía, No. 89, abril-junio de 1985.
- Buxton, David, La música del rock, sus estrellas y el consumo, México, D.F., Comunicación y Cultura No. 9, UAM Xochimilco, 187 pp.
- Caballero, Cristián, Introducción a la música, México, D.F., EDA-MEX, 1984. 154 pp.
- Colaboradores varios, La publicidad, Barcelona, Ed. Salvat, 1979.
- Chávez, Carlos, El pensamiento musical, México, D.F., FCE, 1979, 76 pp.
- Delgado Serrano, Ma. del Carmen, El manejo publicitario de un ídolo y su influencia en la opinión del público adolescente, México, D.F., Tesis profesional de la EPCSB, 1991, 185 pp.
- Eco, Umberto, Cómo se hace una tesis, Barcelona, Ed. Gedisa, 1977, 267 pp.
- Ehrenstein, David y Reed, Bill, Rock on film, Nueva York, Delilah Books, 1982.
- Garza Gutiérrez, Jesús D., El rock en México y su influencia positiva a través de los medios de comunicación, México, D.F., Tesis profesional de la EPCSB, 1987, 158 pp.
- Gomezjara, Francisco, et al., El diseño de la investigación social, México, D.F., Ed. Rompan Filas, 1993, 360 pp.
- Gutiérrez Arriola, Angélica, et al, Empresas transnacionales en México y América Latina, México, D.F., Dirección General de Publicaciones, 1986, 226 pp.
- Hernández Guzmán, Carlos, Música y comunicación (Musicante un estudio de caso), México, D.F., Tesis profesional de la UNAM, 1986, 115 pp.

- Haza, Ricardo, El tiempo del rock and roll. Historia de una revolución traicionada, México, D.F., Ed. Universo, 1992, 261 pp.
- Iñigo, José María y Díaz, Joaquín, Música pop y música folk, Madrid, Ed. Planeta, 1975, 155 pp.
- Kaiser, Rolf Ulrich, El mundo de la música pop, Madrid, Alianza Editorial., 1981, 1981, 274 pp.
- Kotler, Philip, Dirección de mercadotecnia, análisis, planeación y control, México, D.F., Ed. Diana, 1978.
- Martín Barbero, Jesús, De los medios a las mediaciones, México D.F., Ed. Gustavo Gili, 1987, 300 pp.
- Mc Bride, Sean, Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información de nuestro tiempo, México, D.F., Ed. FCE-UNESCO, 1980.
- Medina, Avila, Virginia, La industria cultural del fonograma en México, México, D.F., Tesis profesional de la UNAM, 1981, 159 pp.
- Muggiati, Roberto, Rock el grito y el mito: la música pop como forma de comunicación, Buenos Aires, Ed. S XXI, 1974.
- Ocampo Rosales, Mario, El video-rock: antecedentes, origen y evolución, México, D.F., Tesis profesional de la UNAM, 1988, 120 pp.
- Ordoñas, Jesús, Historia de la música pop española, Madrid, Ed. Alianza, 1987, 410 pp.
- Pérez Castañeda, Ma. del Rocío, La crítica musical en México, México, D.F., Tesis profesional de la SPCSG, 1987.
- Rojas M., Claudia, et al., Flans un fenómeno de la disquera Melody y su promoción en el programa Timbiriche y Flans de Radio Edo, México, D.F., Tesis profesional de la ENEP Acatlán, No. 79, 1990, 240 pp.
- Roura, Víctor, Onda, progreso, toda, reacción, México, D.F., UAM, Colección Laberinto, 1983, 30 pp.
- -----, Neoroc de corazón, México, D.F., UAM, Dirección de Difusión Cultural (II T), 1984, 1982, 182 pp.
- -----, Apuntes de rock, Por las calles del mundo, México, D.F., Nuevaomar, 1985, 158 pp.
- Siegmester, Elie, Música y sociedad, México, D.F., S. XXI, 1980, 107 pp.
- Velasco, Xavier, Una banda llamada Caifanes, México, D.F., Ed. Dragón, serie Las eléctricas penumbras del rock, 1990, 96 pp.
- Villoro, Juan, Tiempo transcurrido, México, D.F., FCE, Biblioteca Joven, 1984, 45 pp.

## HEMEROGRAFIA

## A) REVISTAS

- Comunicación y cultura, En América Latina, México, D.F. No. 9 y 12, UAM Xochimilco, 1989.
- El gran musical, quincenal, Madrid, Ed. Progresá (Grupo Prisa), 1989-1992.
- Estudio sobre las culturas contemporáneas, México, D.F., Dirección General de Publicaciones de la Universidad de Colima, Integrante de la Red Iberoamericana de la Revista de la Comunicación y cultura, Vol. 11, No. 6, 1989, 259 pp.
- EntreMés, bimestral, México, D.F., Ed., Nueva Época, No. 4, mayo-junio de 1992, 68 pp.
- Memoria de papel, trimestral, México, D.F., Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Año 1, No. 2, octubre de 1991, 135 pp.
- Rock América, mensual, México, D.F., Ed. LOQUE, No. 1 - 15, 1991-1992.
- Rock en español, catorcenal, México, D.F., Editorial Arjoma S.A., No. 1 - 18, 1987-1989.
- Suoper-pop, catorcenal, Barcelona, Publicaciones HERES S.A., Extra No. 1, 1991, 42 pp.

## B) DIARIOS

- Día, El, Enrique Ramírez y Ramírez, diaria, México, D.F., 12 abril; 4 y 7 mayo; 4, 7, 15, 21 y 29 junio; 12 julio 1990.
- Excelsior, Rogelio Cárdenas, diaria, México, D.F., 8 y 23 junio; 27 julio 1990.
- Financiero, El, Regino Díaz Mirón, diaria, México, D.F., 22 y 29 de junio, 1990.
- Heraldo de México, El, Gabriel Alarcón V., diaria, México, D.F., 20 junio y 9 septiembre, 1990.
- Jornada, La, Carlos Payán Vélver, diaria, México, D.F., 10 mayo; 19 junio, 1990.
- Nacional, El, Pablo Hiriart, diaria, México, D.F., 3 marzo, 1987; 12 mayo, 1989, 24, 26 enero; 2, 5, 9, 10, 13, 16, 23 febrero; 2, 5, 7, 9, 12, 16, 18, 22, 24, 29 marzo; 5, 16 abril; 9 mayo; 12, 20, 21, 26, 27 junio; 1, 4, 6, 8, 12, 15, 16 julio; 14, 21, 19 octubre; 2,

16, 23, 30 diciembre, 1990; 4, 13, 27 enero; 3, 10, 13, 17, 24 febrero, 1991; 5, 12, 26 enero; 2 febrero; 8 marzo; 19, 26 abril; 10, 24 mayo, 1992.

- Universal, El, Daniel López Barroso, diaria, México, D.F., 7 marzo; 9, 22 mayo; 4, 13, 27 junio; 3, 12, 16, 27 julio, 1990.

- Unomásuno, Luis Gutiérrez, diaria, 12, 21, 28 marzo; 4, 11, 18, 25 abril; 4, 11, 18, 25 julio; 15, 22, 29 agosto; 7, 15, 22, 28 noviembre; 5, 12, 19, 26 diciembre, 1986; 4, 13 febrero; 6 marzo; 3, 10, 17, 24 abril; 3, 22 mayo; 6, 12, 26 junio; 3, 10, 17, 24, 31 julio; 7, 14, 21, 28 agosto; 4, 11, 18, 25 septiembre; 2, 9, 16, 23, 30 octubre; 6, 27 noviembre; 4, 11, 18, 26 diciembre, 1987; 6, 15, 29 enero; 5, 12, 19, 22, 26 febrero; 10, 17, 24, 31 marzo; 17, 24 abril, 1988; 24 mayo; 2 agosto, 1990.

#### VIDEOGRAFIA

- Y usted qué opina?, Canal 2, 9:00 a 13:30, México D.F., conduce y conduce Nino Cañón., programa de discusión, lunes a viernes.

- Rock olé, Canal 5, 20:00 a 21:00, México D.F., productor Luis de Llano Macedo, programa musical, s/p.

#### FUENTES VIVAS

- Jesús López  
Director de Bertelsmann de México, S.A. de C.V. División BMG/Arcia.

- José Xavier Navar  
Reportero crítico de rock y cine, representante artístico y promotor de conciertos; colaborador de los diarios El Nacional y Unomásuno y de las revistas Dicine, Epoca, Rock America y Somos.

- Manuel Plata D.  
Contador de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas (AMPROFON A.C.).

- Ricardo Bravo  
Reportero y crítico de rock, colaborador en el diario El Nacional y las revistas Rock América y Atrevida.