

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Malafama

El podcast de la cultura urbana

Producción de Proyecto Sonoro

LICENCIATURA

Ciencias de la Comunicación

PRESENTA:

Javier de Jesús Guzmán Barocio

ASESOR: David Napoleón Glockner Corte

Ciudad Universitaria, Noviembre de 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Capitulario

Capítulo 1.

El sonido como representación de la cultura urbana

1.1	Definición de producción sonora	2
1.1.1	Tipos de producciones sonoras	6
1.2	Definición de cultura urbana	9
1.2.1	Manifestaciones callejeras	12

Capítulo 2.

El podcast como medio de difusión de la cultura urbana

2.1	La negación de los medios ante la naciente cultura callejera	16
2.1.1	La visión por parte de los medios	19
2.2	El podcast como válvula de escape	21
2.2.1	La apropiación del podcast como cultura de la calle	26

Capítulo 3.

Malafama. El podcast de la cultura urbana

3.1	Producción de un espacio urbano sonoro	30
3.1.1	Proyecto de mala fama	31
3.2	Características del Programa	34
3.2.1	Recursos del Programa	34

Anexo

Inicia Malafama. El podcast de la cultura urbana

* Escaleta	36
* Guiones Radiofónicos	
Técnico	38
Literario	57

Bibliografía	72
---------------------	----

Introducción:

El presente trabajo de investigación para la elaboración de un proyecto de producción sonora titulado: “Malafama. El podcast de la cultura urbana” tiene como finalidad exponer un movimiento cultural que inicia en los años ochenta, permanece en los noventa y que apenas empieza a ser reconocido en nuestros días, a través de un programa versátil y de formato pequeño.

Dicha investigación y la elaboración del programa para su difusión, es importante, debido a que se trata un tema actual que atañe a la sociedad. Por tal motivo, y gracias a las nuevas tecnologías, éste proyecto se adecua a la demanda y nuevas necesidades del escucha, el cual se encuentra ávido de la información, con tiempos diversos de esparcimiento que se encuentran en constante cambio.

La investigación cuenta con tres apartados. El primero lleva por nombre “El sonido como representación de la cultura urbana”, se enfoca en abordar los principales tipos de formatos radiofónicos, esclareciendo su concepto y definición. Además de exponer las manifestaciones callejeras más representativas en la actualidad, como también el surgimiento del concepto de *cultura urbana*.

Por otra parte se aborda a “El podcast como medio de difusión de la cultura urbana”, título del segundo capítulo de ésta investigación, cuya finalidad es exponer cómo ha sido abordada la cultura urbana en los medios de difusión y cómo es que se puede abordar a través de un medio electrónico llamado *podcast*, cuya popularidad y público van en aumento.

El último apartado lleva por nombre “Malafama, el Podcast de la cultura urbana.” En este capítulo se muestra un nuevo tipo de programa informativo que pretende mostrar un tema de interés social contemporáneo, el cual no ha sido tomado en cuenta en demasía por los medios de comunicación. Por tal motivo este nuevo programa pretende exponer un tópico que pocas personas conocen y que merece ser reconocido.

Capítulo 1.

El sonido como representación de la cultura urbana

1.1 Definición de producción sonora

La producción sonora en su concepto más básico, es el hecho de producir sonidos con una intención y se debe entender a partir de la descomposición del concepto, el cual está dividido en dos partes. La primera de ellas toma en cuenta el hecho de producir¹, la segunda, la existencia del sonido².

De tal modo que si se unen estos dos conceptos dan cabida a uno nuevo, refiriéndose así a la creación de una idea o fabricación de un producto a través de las ondas sonoras. Por tal motivo, para crear una producción sonora es necesario tener una matriz de sonidos, ya que con ellos se generará un mensaje al ser producidos.³

Al entender esto, se recalca la intención y el significado del concepto, “crear una idea a partir de los sonidos” para que ésta después sea transmitida con un propósito. En la actualidad, existen varios recursos destinados a la grabación de sonidos, los cuales al ser captados y grabados permitirán su próxima manipulación y reproducción.

Una producción sonora brinda la opción de manejar a los sonidos, ya sea en velocidad, reverberación, magnitud y resonancia por mencionar algunos ejemplos. Se pueden alterar las cualidades del sonido para la creación de una idea sonora. Esto con la finalidad de producir un concepto preciso.

No obstante, antes de esto, se debe tener claro el lenguaje sonoro, ya que no sólo se trata de unir o mezclar sonidos a diestra y siniestra. Uno como emisor de mensajes debe tomar en cuenta al receptor, por lo que la saturación de los componentes en nuestra idea sonora puede provocar el rechazo del oyente.

¹ Producir: Es el hecho de formular y desarrollar los métodos más adecuados para al elaboración de un producto. Suministrar y coordinar la mano de obra, equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridas en una producción sea visual, sonora o audiovisual.

² Sonido: Es la manifestación de un agente en forma de energía vibratoria que causa una sensación auditiva percibida por alguno de los sentidos.

³ BALSEBRE T. Armand, *El lenguaje radiofónico*. España, Ediciones Catedra, España, p.200

Así que, como creador de una producción sonora, es necesario conocer los elementos que componen el lenguaje de los sonidos que son: voz, silencio, ruido, música, ambientes, efectos, planos, etcétera. Esto debido a que la comunicación sonora es totalmente distinta a la comunicación escrita.

No se pueden producir de la misma forma, cada lenguaje tiene sus reglas y estatutos que deben ser seguidos minuciosamente para la elaboración de un buen producto. El lenguaje sonoro a diferencia del escrito es intangible y fugaz, por lo que las ideas en éste deben ser más claras, concretas y en ocasiones deben ser reiterativas.

Sólo así el receptor podrá captar el mensaje. Además el hecho de manipular sonidos da cabida a un elemento más, el cual el lenguaje escrito no cuenta con tanta preponderancia, el hecho de generar emociones e imágenes a través de la intención. La voz, la música, y demás elementos deben contar con ese toque narrativo.

Al tener en cuenta estos códigos⁴, se podrá elaborar la producción sonora deseada. Mezclar los elementos sonoros en una producción de este tipo tiene una función. Pero, además, cabe recalcar que el uso de los planos nos permite construir mensajes más elaborados. Los planos⁵ nos marcan la intención de lo que se quiere transmitir.

Existen tres de ellos: el primer, el segundo y tercer plano, los cuales son distintos pero tal hecho no significa que no se puedan trabajar de manera conjunta, más bien si se hace de tal forma se enriquece en demasía al lenguaje sonoro. Lo anterior debido a que los planos generan un sistema de comunicación más complejo y a su vez es más entendible para el receptor.

El primer plano es el protagonista de todos, pues a un nivel sonoro es el que se encuentra más cercano al escucha. El segundo, tiene una intensidad más baja y sirve para situar al oyente en un espacio y tiempo mientras que el tercero sirve para fondear y acompañar a los dos anteriores. De esta forma, la producción sonora genera ambientes definidos a través de los sonidos.

⁴ Código: Es el conjunto de información que pueda ser entendido por el emisor y el receptor.

⁵ Plano: Determinan la situación e intención temporal y espacial de los distintos sonidos en una producción sonora.

El proceso de creación de una producción sonora a grosso modo resulta ser aparentemente sencillo, sin embargo, no lo es así. Ésta, además, de tener en cuenta los elementos anteriores se deben seguir una serie de pasos que fortalecerán la meta que se desea alcanzar.

Pre-producción, Producción y Post-producción, son tales pasos. El primero de ellos, es el primer escalón y parteaguas que ayuda a fragmentar las ideas concebidas para que después se conviertan en un producto. Esta fase auxilia al individuo a tener claro el concepto que pretende transmitir.

En ella, se deben concretar los pensamientos en papel, por lo que se necesita elaborar una escaleta⁶ y un guión⁷, los cuales marcarán la pauta de las ideas fabricadas. Esto ayudará en demasía a elegir qué elementos expuestos son útiles y que otros son inservibles. Además, genera la elección de recursos humanos y técnicos.

Por ejemplo: Se advierte de cuantas personas prestarán su voz para la locución⁸ ó conducción⁹ del producto, en caso de ser necesario; cuales serán los sonidos que se utilizarán y cuanto será su tiempo de intervención. También se expone si se trabajará en algún estudio ó cabina, cuantos micrófonos se usarán, etcétera.

En pocas palabras, este paso es un pequeño filtro de ideas expuesto en papel que sirve como base de la próxima creación. Se marcan las necesidades que se utilizarán para no omitir ningún elemento que dará cabida a la siguiente fase, una de las más importantes: La Producción.

Dentro de la Producción, se conciben todos los elementos marcados dentro de la Pre-producción para trabajarlos dentro del lugar establecido. En este paso se labora todo lo ya expuesto de acuerdo a un plan de trabajo pautado. Se desarrollan los elementos sonoros y se establece la interacción.

⁶ Escaleta: Breve lista de descripción de ideas o texto de síntesis que sirven como esqueleto de un guión.

⁷ Guión: Texto que expone las necesidades y detalles necesarios para a realización del contenido de un programa.

⁸ Locución: A nivel radiofónico, es el ejercicio del habla de un individuo para dar sentido a lo que se lee.

⁹ Conducción: A nivel radiofónico, es la acción de guiar un programa a través de la voz de un individuo.

A pesar de la breve explicación de lo que acontece dentro de dicha fase, se debe tener en cuenta que para llegar a tal, es necesario que la persona que está trabajando una producción sonora debe poseer y dominar el lenguaje que utiliza, o en su defecto entenderlo, para no caer en la elaboración de una producción mediocre.

A la última etapa se le conoce como: Post-producción, en ella se da el visto bueno de lo previamente elaborado. Pero también en donde se hacen ajustes a los elementos del lenguaje radiofónico para crear mejores ambientes, se perfecciona y especializa el producto para que tenga la mayor efectividad en el receptor.

Algunas cosas que se hacen en dicha etapa, para esclarecer su importancia son: limpiar el audio grabado, esto es eliminar ruidos e imperfecciones guturales como el paso de saliva y el paso del aire al hablar de las voces. Se agregan efectos faltantes, se manipula la velocidad, por mencionar unos cuantos ejemplos. Esto con el fin de crear una producción final pulcra, dinámica y entretenida.

Por lo que se entiende que una producción sonora va más allá que sólo mezclar sonidos para crear una idea. Se necesita tener un plan de trabajo y conocimientos previos sobre el lenguaje sonoro. Pero ante todo la clara idea del concepto que busca realizar. Según Emma Antón y Avelino Amoedo, es un proceso que se resume en:

1. CONCEPCIÓN - Conocimiento teórico y técnico
2. SELECCIÓN - Elección de los elementos de la producción
3. DISEÑO - Comprensión de la estructura del producto
4. REALIZACIÓN - La materialización o elaboración del producto

PRODUCTO SONORO

10

¹⁰ RODERO Antón Emma, *Producción radiofónica*. España, Ediciones Cátedra, Madrid, 2005. p.197

1.1.1 Tipos de producciones sonoras

Es importante tener una definición clara de lo que es una producción sonora para poder así, entender los distintos tipos de producción sonora que existen, a partir de sus componentes, ya que no todas tienen el mismo objetivo ni se elaboran de la misma manera. Cada una tiene su intención y utiliza de distinta forma el lenguaje para alcanzar sus objetivos.

Una producción sonora puede ser un spot radiofónico, una composición musical, una postal sonora, una radionovela o cuento sonoro, un programa radiofónico hasta un podcast. Todos son diferentes entre sí, sin embargo, lo que une a cada uno de ellos, es que se hacen valer de los diversos elementos sonoros para poder ser creados.

Por otra parte, cabe mencionar que todos ellos tienen una duración aproximada, unos son de formatos largos mientras que otros son de formatos más cortos. Esto depende de las necesidades y finalidades de la producción sonora. Por lo que antes de hacer alguna de éstas, es necesario elegir la forma más adecuada y efectiva para transmitir nuestro mensaje.

Un spot radiofónico, es una producción sonora de corta duración, que oscila entre los veinte y treinta segundos. En ella se mezclan distintos elementos del lenguaje sonoro para difundir una idea, entre ellos se encuentran: la voz, la música, el silencio y los efectos. Además de cuenta con la característica de poseer un toque publicitario.

Su producción debido a la corta duración, es en la mayoría de las ocasiones difícil de hacer, pues se cuentan con tan sólo unos cuantos segundos para transmitir un mensaje bastante estructurado. Además se deben de simplificar ciertas ideas para que, por medio de los sonidos éstas sean manifestadas.

La composición musical por su parte, tiene como objetivo la creación de un elemento sonoro a nivel artístico. Se debe tener un amplio conocimiento del lenguaje sonoro para poder ser creada. Pero, además se deben manejar ciertas reglas específicas para no caer en mediocridades.

Hay que conocer los lineamientos de lo que es la armonía y sus funciones, como también el manejo de la estética y la composición sonora. Ya que estos últimos son las características más peculiares para elaborar un buen producto en cuanto a una composición musical se refiere. Su duración es irregular y puede abarcar tan sólo algunos segundos, hasta horas.

En lo que se refiere a una “postal sonora”, es aquella producción sonora que toma como base a los sonidos para manifestar una idea. En ella el uso de planos es preponderante, ya que con ellos se generan atmósferas narrativas sin el uso de la voz en la mayoría de los casos. Se buscan crear historias a partir de los sonidos.¹¹

Dentro del lenguaje sonoro en este tipo de formato se manejan: los silencios, los efectos, la música, los ruidos, los ambientes y los planos principalmente. Suele tener una duración que va de uno hasta los diez minutos. Por sus características, es considerada una de las producciones sonoras más completas dentro del ámbito radiofónico.

Una radionovela o cuento sonoro, es una dramatización que por medio del lenguaje sonoro sitúa al espectador en un tiempo y espacio definido, el cual puede ser distinto al actual. En estos dos, el uso de la voz es una fuente esencial para la elaboración de dicho producto, ya que se utilizan diferentes personajes en su elaboración.

Algunas de sus particularidades es el uso del primer y tercer plano. Hace algunos años, específicamente en los inicios de la radio en México durante los años cincuenta, las radionovelas tenían una duración de treinta minutos hasta una hora. En cambio en la actualidad son de escasos quince minutos a lo máximo. Esto debido a que las radiodifusoras actuales ya no gastan tanto en producir este tipo de programas.¹²

Ahora bien, un programa radiofónico es la producción sonora por excelencia ya que en ella se pueden encontrar todos los elementos del lenguaje sonoro. Su duración también es bastante irregular ya que pueden existir programas de treinta minutos, una hora, dos, tres, hasta llegar a las siete horas continuas.

¹¹ Oscar Trinidad Cárdenas, Productor de Radio, Grupo IMER, 2009

¹² Carlos Serrano Gutiérrez, Productor de Radio, Grupo IMER, 2009

Es importante resaltar que muchos de ellos son producidos en vivo o en su defecto, grabados, dependiendo de la duración del programa. Si estos son demasiados largos se producen en vivo y en ocasiones si son de formato corto se realizan de manera grabada. Aunque cabe señalar que también existen los programas mixtos que combinan la producción en vivo y grabada.

La ventaja de los programas radiofónicos es que tienen suficiente tiempo y espacio para tratar distintos tópicos en tan sólo un programa, por lo que se pueden diferenciar, unos de otros. Hay programas periodísticos que tratan noticias de carácter actual y relevante. Los de revista que tienen diversas secciones y abordan temáticas diversas y los musicales que como su nombre lo dice, amenizan la mayor parte del programa con música.

De esta manera, se entiende que un programa de radio es un producto comunicativo que tiene un carácter de difusión. Su objetivo es tener contenidos y objetivos particulares para así diferenciarse de los demás tipos de producciones sonoras existentes. Exige tener una serie de elementos sonoros para la demanda del oyente.

Por último tenemos el podcast, el cual ha surgido gracias al nacimiento de nuevas tecnologías, una de ellas: el Internet. La producción sonora para este nuevo formato es reconocido porque puede englobar todas las formas de producción sonora anteriormente comentadas.

En un podcast no existen límites para la creatividad, puede utilizar todos los elementos del lenguaje sonoro, puede ser de formato pequeño o largo, puede mezclar diferentes tipos de producción sonora para crear productos híbridos y de interés para el oyente. Su amplio dinamismo es lo que genera inquietud en el espectador, sin embargo, un podcast tiene más similitudes con un programa radiofónico, sólo que en formato pequeño.

Pero siendo objetivos, debido a que un podcast se aloja en Internet para ser descargado, la mayoría no tienen una duración mayor de una a dos horas. Ya que esto impide su rápida descarga para después ser almacenada a un reproductor de sonidos. Por lo que su duración oscila entre los cinco hasta los quince minutos generalmente.

1.2 Definición de cultura urbana

La “cultura urbana” al igual que la “producción sonora” también es un concepto compuesto. Así que primero debemos tener en cuenta cual es el significado de cultura, para después entrelazarlo con el concepto de urbano y entender su significado conjunto, ya que sólo así se podrá esclarecer la idea del término de forma general. Entendido esto, se dará paso a concebir con más detalle dicha enunciación.

La cultura, en un nivel antropológico según el Diccionario de Filosofía de Abbagnano se define como aquella formación del ser humano que con el devenir histórico se mejora y se perfecciona, a través de un conjunto de productos y valores.¹³ Mientras que el libro del filósofo Jesús Mosterín llamado La Cultura Humana la define como un desarrollo humano que evoluciona y se encuentra en constante cambio, debido a la influencia de los medios de comunicación.¹⁴

Basado en lo anterior se entiende que el hombre a lo largo de los años crea una serie de ideas, pensamientos, espacios e identificaciones, para establecerse como individuo, dentro un grupo social. A través de ciertos estatutos e influidos por los medios masivos, el ser humano usa tales propiedades creadas, para su uso, beneficio y super vivencia, dentro de un entorno llamado por él mismo: “cultura”.

Por otra parte, el concepto de urbano se define como el asentamiento de un espacio físico de cualquier tamaño a nivel territorial, que cuenta con diversas edificaciones, ya sean fábricas, condominios, bodegas, etcétera que se producen por el entorno social.¹⁵ Aunque también se comprende como aquella localidad que cuenta con una alta densidad de población en la que predominan fundamentalmente la industria y los servicios.¹⁶ Un sistema particular de asentamiento espacial y temporal característico de toda ciudad.

¹³ ABBAGNANO Nicola, *Diccionario de Filosofía*. México, Fondo de Cultura Económica, 1991, p.272

¹⁴ MOSTERÍN Jesús, *La Cultura Humana*. España, Espasa Calpe - Forum, 2009, p.400

¹⁵ MIZRUCHI, Ephraim & MEADOWS Paul, *Urbanism, urbanization and change: comparative perspectives*, Estados Unidos, Addison Welsey, 1976 p.301

¹⁶ CASTELLS Manuel, *La cuestión urbana*. México, Siglo XXI, 1987, p.518

Así pues, podemos entender que la “cultura urbana”, es aquella manifestación del hombre, que se genera a partir de un conjunto de ideas, para que éstas, a su vez, después sean manifestadas en cualquier parte que constituye una urbe. Sin embargo, tales ideas van cambiando con el paso del tiempo. Ya que dichas expresiones cuentan con una intención y un propósito, influidos por el mismo hombre y los agentes que lo rodean.

En un nivel sociológico, el proceso de manifestación del ser humano dentro de un entorno urbanizado, se genera debido a diversos procesos como son: los cambios y las crisis que se viven en tal medio.¹⁷ Factores que le permiten crecer al individuo dentro de su entorno. Y tales causas abren nuevos panoramas para su estudio, según sea el caso, dentro de un tiempo y espacio determinado.

Así, resulta claro que las manifestaciones sociales, elaboradas por un conjunto de individuos dentro de los años ochenta no serán las mismas que las que se externaron en los noventa. Ni tampoco será similar un mismo movimiento elaborado dentro de la Ciudad de México, que dentro de la Ciudad Nueva York. Se pueden tener las mismas bases, pero cada espacio cuenta con sus características específicas.

No obstante, eso no significa que no formen parte dentro de un mismo foco de estudio en particular. Si no por el contrario, esto enriquece la concepción de lo que sucede en los distintos espacios urbanos, que se encuentran influidos por un mismo ideal, pero que se manifiesta de manera distinta debido su bagaje histórico y cultural.

El sociólogo Manuel Castells, estudioso del fenómeno del “urbanismo”, en sus diversos textos dicta que la evolución del hombre dentro de un espacio ciudadano, es un aspecto que refleja un nuevo modo de organización y desarrollo, el cual está relacionado con la cultura. Por lo que se recalca que la “cultura urbana” es perteneciente de la urbe y está íntimamente ligada por los usos y costumbres¹⁸ de cada región. Un fenómeno que manifiesta la experiencia adquirida del individuo con el paso de los años.

¹⁷ CASTELLS Manuel, *Crisis urbana y cambio social*. México, Siglo XXI, 1987, p.322

¹⁸ Usos y Costumbres: Son todas aquellas prácticas arraigadas por el común de una población determinada que cuenta con una aprobación social y son pertenecientes de la vida cotidiana.

Es importante mencionar que a pesar de esclarecer el concepto mismo, basándonos en su partición y ejemplificación. La idea de exponer tal estructura va más allá. Se debe tener en cuenta que tal concepción no tiene una antigüedad que rebase los treinta años de existencia. Esto debido a que es un nuevo movimiento generado por los cambios, las concentraciones y sistemas que rodean a toda ciudad en el devenir contemporáneo.

Esta nueva manifestación conocida como “cultura urbana” que proviene de años posteriores como se mencionó previamente, es una clara evidencia de lo que se vive en toda ciudad en la época actual. Aparece como una aspiración de reflejar lo que acontece en la sociedad urbanizada.

Cada vez es más frecuente en la actualidad, encontrar dentro de las ciudades un impacto visual impresionante, ya sea por la publicidad plagada en diversos lugares o el tipo de edificaciones extravagantes que se alojan en ellas. Sin dejar de lado la vestimenta que usan los individuos ciudadanos o el notar de la existencia de diversas *subculturas*¹⁹ que deambulan por las calles. Todos ellos son ejemplo de una explosión creativa alojadas dentro de una urbe.

Es una manifestación urbana que ha propiciado el nacimiento de un nuevo movimiento gracias a todos los procesos, cambios y situaciones que se han atenuado dentro de las ciudades. La “cultura urbana” es el reflejo de la evolución de la sociedad. Un ente social que busca destacarse con la exposición de sus ideas haciéndose valer de los recursos que le provee una metrópoli... las calles.

Un espacio que con un toque de cliché, es tan grande pero a su vez es tan pequeño, debido a que la mayor parte de las zonas se encuentran atiborradas de tantas cosas que no permiten el verdadero flujo para lo que una ciudad fue destinada. Existe tanta demanda social en una urbe, que ni ella misma se puede dar a basto para sus habitantes, por lo que las redes sociales que la albergan se manifiestan y marcan la pauta de lo que es éste concepto.

¹⁹ Subcultura: A nivel social, antropológico y semiótica es aquella concepción que se tiene hacia un cierto grupo de personas que cuenta con sello distintivo de acuerdo a sus creencias, comportamientos que los diferencia del común de la población predominante.

1.2.1 Manifestaciones callejeras

Las manifestaciones callejeras de la “cultura urbana” surgen a partir de la concepción de dicho término, en los años ochenta, dentro de las grandes ciudades del mundo. Algunas de ellas son: Bombay, Ciudad de México, Johannesburgo, Londres, Nueva York, Río de Janeiro, y Tokio. Todas son un reflejo de lo que ha sido y es hoy en día dicho movimiento.²⁰

Son un reflejo de la sociedad, las cuales se encuentran influidas de distintas *subculturas* situadas en tales territorios. Movimientos sociales, que a pesar de contar con los mismos usos y costumbres de una sociedad, también tienen un nuevo comportamiento. Estos grupos sociales utilizan las calles como un nuevo medio de comunicación para difundir sus mensajes, ya sean en las artes, la música y en los estilos de vida.

Cabe recalcar que dentro de la “cultura urbana”, el nacimiento de tales movimientos sociales no cuenta con más de treinta años de existencia. Sin embargo, muchas de tales expresiones, se encuentran influidas por otras manifestaciones culturales que tienen un amplio acontecer histórico. Lo que refleja que no todas tienen nuevos preceptos, se hace notar la existencia de que algunas extraen conocimientos de años precedentes.

Dentro del ámbito artístico se encuentran: el *graffiti*, el *sticker* y el *stencil*. Mientras que en el ámbito musical: el *hip hop*, *punk rock* y *electrónica* por mencionar tan sólo algunos de ellos. Por último dentro de los estilos de vida podemos destacar la de los *skateboarders*, *bicycles*, *fashionistas* y los Dj's.²¹

Estas manifestaciones son tan sólo un ejemplo de las más importantes *subculturas* que existen en la escena mundial de los diversos países anteriormente mencionados. Sin embargo, existen también otras *subculturas* que se bifurcan de otras, creando de este modo un largo etcétera dentro del movimiento de la “cultura urbana”. No por nada, en las calles de toda ciudad se observan distintos nichos sociales particulares.

²⁰ GASTMAN Roger, *Cultura urbana*. España, Grupo Océano, 2007, p.384

²¹ Ibidem

La gran mayoría de ellos se pueden encontrar en la Ciudad de México, los cuales tienen ciertas características para ser identificados unos de otros. A continuación se presentará con más detalle las *subculturas* más representativas, con sus particularidades, pero además, exponiendo su impacto en la sociedad contemporánea.

El *graffiti*, surge como movimiento dentro de los años ochenta, como una reacción al entorno. Uno bombardeado de anuncios y señalizaciones creados por la demanda de un control del espacio ciudadano. Inició cuando un grupo de individuos empezaron hacer pintas para llamar la atención del público en general en medio de tanta invasión visual característica de toda gran ciudad.

De esta manera surge dentro del *graffiti* el término de un estilo de pinta llamado “bombardeo” o “bomba”²², que consiste en pintar un diseño o sobrenombre de un graffitero en alguna pared con intención artística visual, combinando colores y formas. Ya que en la actualidad sólo hacer *tags*²³ es considerado por los mismos graffiteros algo poco creativo y mero vandalismo.

Así pues, la base artística del *graffiti* es el diseño de la letra, por eso los graffiteros prestan suma atención en su caligrafía. Los colores ornamentos y florituras quedan en segundo plano. Aún así, no hay caligrafía más elaborada, refinada y llamativa dentro de una buena pieza de *graffiti*.²⁴ Cada vez surgen más estilos elaborados y complejos que pretenden tener una intención para el espectador.

El *sticker* y *stencil* por su parte son algunas variaciones del *graffiti*. La primera se caracteriza por hacer pegas con calcomanías elaboradas con el sello distintivo del individuo que las hace. Mientras que la segunda, se identifica por ser fabricada a través de una plantilla que cuenta con un diseño de su creador. Estas dos tienen el mismo objetivo de su antecesor.

²² Bomb: Es un estilo de pinta dentro del graffiti que consiste en hacer un diseño elaborado, abombachado o regordete, a través del aerosol.

²³ Tag: Es un estilo de pinta dentro del graffiti que consiste en hacer una firma, con el sobrenombre de un graffitero, conformada por varias rayas.

²⁴ GASTMAN Roger, *Freight train graffiti*. Londres, Thames&Hudson, 2006, p.288

No obstante, algunos creadores pertenecientes a dichos movimientos establecen que no tienen nada que ver con el *graffiti*. Esto debido a que ellos atañen que sus creaciones son más elaboradas, debido al proceso previo que tienen sus obras. Se piensa más lo que se desea transmitir con los elementos que utilizan.²⁵

El *hip hop*, por su parte, también ha creado su propia subcultura la cual se ha abierto a todo el mundo. Ésta se generó debido a la amplia mezcla reciclada de diversos estilos, gracias a las comunidades afroamericanas y latinoamericanas situadas en los barrios pobres de los Estados Unidos como lo son el Bronx, Queen's y Brooklyn.

El movimiento surgió cuando las fiestas callejeras se volvieron frecuentes en la ciudad de Nueva York, debido a lo poco accesibles que resultaban los clubes y discotecas en los años ochenta dentro de la Gran Manzana²⁶. Por tal motivo, los asiduos y pertenecientes de los barrios pobres empezaron a crear música, combinando sus raíces musicales de *funk*, *soul* y *rock* para ambientar sus fiestas.²⁷

Los *Dj's* empezaron a surgir para aislar las percusiones de dichas canciones y convertirlas en un sonido masailable. Tiempo después se adaptaron los beats dentro de la música de dichas fiestas, para que más tarde ésta fuera acompañada de una nueva técnica llamada *rapping*, una práctica de canto rítmica, basada en la improvisación de sus letras compuestas del juego de palabras que combinan poesía en algunas ocasiones.

Por otra parte, uno de los elementos que conforman a tal movimiento, los ya conocidos *Dj's*, que resulta de la contracción de la palabra compuesta *Discjockey's*, notaron que la ambientación de su música daba para mucho más. Así que algunos incursionaron en hacer música *electrónica* de manera independiente, a pesar de las limitaciones del equipo con que se contaba, que en su mayoría sólo era un tornamesas con el cual podían distorsionar el audio a diversas velocidades.²⁸

²⁵ PSYHEL, Graffitero y Diseñador Publicitario, Freelance, 2009

²⁶Gran Manzana: Traducción del sobrenombre en inglés de la Ciudad de Nueva York, Big Apple.

²⁷ MACIAS Anthony, *Mexican American Mojo: popular music, dance & urban culture*. Estados Unidos, Duke University Press, 2008, p. 392

²⁸ Rafael Cortes Leal "Cat Scratcho" Discjockey, Músico y Manager, 2009

Tiempo después la escena musical para los *Dj's* se fue especializando, sus obras se volvían mas complejas, debido a que fueron incursionando con otros instrumentos que añadían a su set para tocar, tales como: teclados, sintetizadores y mixers. Así su música se fue enriqueciendo y empezó a ser reconocida poco a poco, convirtiéndose además de una influencia musical todo un estilo de vida como se le conoce actualmente.²⁹

Otro de los estilos de vida que cabe destacar, debido a sus características es la de los *skateboarders*. El surgimiento de esta manifestación tiene inicio a finales de los años setenta y principios de los ochenta. De manera específica el *skateboarding* se originó al sur de California, en los Estados Unidos, influido por la escena *surf*³⁰. En la actualidad aun se desconoce a quién se le ocurrió la idea de ponerle ruedas a una tabla de surf, pero ese fue el parteaguas para la elaboración de las patinetas, como las conocemos hoy en día.

La vida de un patinador o *skateboarder*, es el reflejo de la adaptación, al cual no le importa sobre que superficie urbana pueda patinar, siempre habrá una manera para patinarla. Es un deporte callejero, lleno de obstáculos, provistos por las amplias construcciones características de las ciudades.³¹

Un *skateboarder* vive para patinar, pues su tabla y su dedicación van mucho más allá de ser un simple hobby. La patineta se convierte en un medio de transporte esencial para el patinador. Es una forma de vida que le permite despojarse de las reglas establecidas y ayuda a diferenciarse de las demás *subculturas* por tener un estilo alternativo, despreocupado y deportivo.

Cada uno de los ejemplos mencionados, tiene su propia historia, sus propios antecedentes y desarrollos que con el paso de los años, se han ido estructurando para tener una idea más definida de lo que es cada movimiento. Sin embargo, a pesar de sus diferencias, cuentan con una premisa que las une, cada una surgió de la calle. Pues ese fue su medio para ser reconocidos como un verdadero movimiento urbano, perteneciente a una nueva "cultura urbana" que se encuentra a nuestro alrededor.

²⁹ Francisco Hernández Lozano "Iampaco" Discjockey, Músico, 2009

³⁰ Surf: Deporte que consiste en deslizarse sobre las olas del mar de pie, sobre una tabla.

³¹ HARMON Michael, *Skate*. Random House Books, Estados Unidos, 2008, p.140

Capítulo 2.

El podcast como medio de difusión de la cultura urbana

2.1 La negación de los medios ante la naciente cultura callejera

La “Cultura Urbana”, naciente de algunas redes sociales de las ciudades, es parte de un nuevo proceso de organización y desarrollo. Gracias a los aglomerados de personas y sistemas de conocimiento que existen en las urbes, dan pauta para que tal manifestación sea un foco de atención para los medios de difusión.³²

Sin embargo, no ha sido así. A pesar de que las ciudades cuentan con espacios de difusión cultural, estos son insuficientes para la transmisión de expresiones artísticas. Por tal motivo, en los últimos veinte años se ha originado una vía alterna para que éstas lleguen a las masas. Se utilizan las calles.

Un ejemplo de ello, ocurrió en los años ochenta con el nacimiento del graffiti. Un movimiento visual artístico que se originó en la ciudad de Nueva York, el cual desde una perspectiva social, surgió como protesta a las pocas plazas de difusión. Además, de que dichas personas buscaban el reconocimiento de los demás, por lo menos de su comunidad.

Tiempo después las pintas con aerosol, seña particular de las creaciones graffiteras, se empezaron hacer notar por cualquiera de las partes que conforman una ciudad. Su intención seguía siendo captar la atención de terceros. Pero ahora con sus actos buscaban mostrar algo más.

El propósito era exponer la existencia de una invasión visual, que no era generada por el *graffiti* mismo. Sino más bien, por el exceso de espacios publicitarios que contaminan el ambiente visual de una urbe. De tal modo que los espectaculares y pegas de publicidad eran pintados con destreza y esteticismo a su vez, pues se quería reflejar la calidad artística de la corriente.³³

³² CASTELLS Manuel, *La cuestión urbana*. México, Siglo XXI, 1987, p.518

³³ MACIAS Anthony, *Mexican American Mojo: popular music, dance & urban culture*. Estados Unidos, Duke University

No obstante, tal idea no fue de gran ayuda, ya que en lugar de beneficiar al *graffiti* lo desprestigió. Cabe mencionar que el *graffiti* sigue existiendo y se está abriendo camino poco a poco por sus propios medios como lo han hecho otros movimientos *subculturales*, los cuales han sabido soslayar las críticas sociales y la cerrazón por parte de los medios.

Uno de ellos es aquel que tiene como base la música, el llamado: *hip hop* el cual, como el anteriormente mencionado, tiene sus orígenes en la calles e inicia de manera singular por los mismos años. Este movimiento proveniente de los Estados Unidos, específicamente de los ghettos,³⁴ fue otra manifestación naciente de la protesta.

Su origen social tiene cabida, debido que las personas que poblaban dichos lugares eran sumamente pobres y no contaban con sitios de esparcimiento. Por lo que crearon fiestas callejeras, amenizadas de una nueva corriente musical llena de ritmos pegajosos y letras de gran impacto, con el propósito de demostrar que los pobres también podían divertirse.

Sus líricas armoniosas reflejaban el vivir de la gente de los barrios de las ciudades, exponiendo el rechazo, la marginación y exclusión de las comunidades afro y latinoamericanas. Pero, además ponían en jaque los actos políticos de los gobernantes, los cuales no hacían nada por ayudar a la gente de escasos recursos.³⁵

En un principio tal género musical fue demeritado, al grado de prohibirlo en las estaciones de radio comerciales. Pero su aceptación por las masas provenientes de los ghettos fue lo que impulsó su reconocimiento. Sin embargo eso no fue todo, el *hip hop*, se postuló como una protesta contracultural debido a la sobre exposición comercial de la música disco.³⁶

Tal enunciación hizo renuente al movimiento, al igual que el rechazo del mismo, por parte de los grandes consorcios de los medios de comunicación. No obstante, fue tal la pelea que los medios de difusión tuvieron que ceder. El gran apoyo con el que contaba el *hip hop* mostró su naturaleza y veracidad como una nueva manifestación cultural.

³³ Ghetto: Es la parte más pobre y conflictiva de una ciudad.

³⁵ Ibidem

³⁶ LOWE Richard, *And You Don't Stop: 30 Years of Hip-Hop*. Estados Unidos, Bring the Noise, 2004, min. 300

Ejemplos de *subculturas* provenientes de las calles como los dos anteriores, existen en mayor número con el devenir de los años, siendo más que sólo manifestaciones culturales, para convertirse en un estilo de vida. Su impacto se desarrolla poco a poco, aún con los obstáculos que les presentan los medios de difusión en sus distintas aristas.

La cerrazón proviene de una crisis urbana originada por las mismas ciudades, que se encuentran saturadas y contaminadas en diferentes campos y a su vez, llenas de un vacío cargado de problemas. La falta de organización, el poco apoyo y la incapacidad por investigar nuevos fenómenos e inconvenientes, originan este tipo de situaciones.³⁷

Por tal motivo, la poca importancia que se le da a la sociedad y a la “nueva cultura” dentro de una urbe, origina que se formen nuevos conjuntos estructurales que luchen por expresarse, con el único objetivo de ser tomados en cuenta por la misma sociedad y los medios difusión. Un círculo vicioso que cada vez empieza a ser más alarmante como demandante.

Dicho proceso, motiva la producción de nuevos pensamientos críticos, valores y ritmos de vida distintos, con los que no se contaban tiempo atrás. La cultura va a la par del hombre y viceversa, no se puede dejar de lado son codependientes. Uno no puede existir sin el otro.

Así, que los medios de difusión creados por el hombre no pueden, o mejor dicho no deben dejar de lado a estas nuevas formas de expresión. A pesar de que estas sean vistas desde una perspectiva poco ortodoxa, o en su defecto hasta peyorativa. Sólo hay que tratar a las nuevas manifestaciones como la “Cultura Urbana” de manera crítica y objetiva.

Es fácil desprestigiar un pensamiento o idea, cuando no se está informado, al grado de especular. La cultura de las calles ha sufrido de ello, no se le toma en cuenta porque se cree que por ser una manifestación callejera no contiene intención alguna. Sin embargo su desarrollo ha demostrado que todas ellas pretenden tener bases para ser consideradas.

³⁷ CASTELLS Manuel, *Crisis urbana y cambio social*. México, Siglo XXI, 1987, p.322

2.1.1 La visión por parte de los medios

La visión de la “Cultura Urbana” a través de los medios de comunicación, suele ser en ocasiones subjetiva. Así, que iniciar este apartado con el siguiente ejemplo ayudará a comprender mejor la idea del mismo. A continuación, una muestra de la tendencia de la mayoría de los medios impresos ante un fenómeno o manifestación social.

“Julio de 1977. Se apagó la luz en todo Nueva York. En los barrios pobres estalló una fiesta. Los grandes almacenes y numerosas tiendas fueron saqueados por un conglomerado de personas. La policía inmediatamente movilizada fue incapaz de contener tal avalancha.

Al amanecer se pudo restablecer el orden. Más de 4 mil personas, fueron juzgadas severamente, a pesar, de que las escenas de violencia fueron escasas. Sin embargo, la prensa local encontró de inmediato el titular expresivo de su opinión se los sucesos: LA NOCHE DE LOS ANIMALES.”³⁸

El acontecimiento ocurrido en la historia norteamericana, cuenta con el carácter de ser: un hecho noticioso y serio. Sin embargo, el titular del periódico perdió el grado de objetividad, para mostrar una realidad que va mas allá de lo que fue el acontecimiento. Se manejó la información de una manera distinta, sólo para atraer la atención del público.

De tal manera, se entiende que los medios de difusión masiva, muestran realidades que pueden ser no del todo veraces. Aunque también, es importante mencionar que ésta es tan sólo una postura, no significa que todos sean símiles, ya que sería absurdo pensar que todos tergiversan la información. Sólo es una muestra generalizada que refleja un punto preponderante.

³⁸ Ibidem

Por otra parte, dejando de lado el medio impreso, para abordar el ámbito audiovisual, cabe señalar que la postura que posee éste último tiene ante algunas manifestaciones de la “cultura urbana” como lo son: el *graffiti* y el *skateboarding*, no ha sido del todo favorable.

Dichas corrientes dentro de los noticiarios, series de televisión, filmes, entre otros ejemplos, reflejan tales *subculturas* de manera relativa. Los medios de difusión exponen a los graffiteros y skateboarders como personas dedicadas al vandalismo y la vagancia que no buscan trascender de manera artística y deportiva.

“Amar te duele” un filme mexicano dirigido por Fernando Sariñana, es una prueba fehaciente de lo ya mencionado.³⁹ Un ejemplo más que motiva a poner especial atención en todos los hechos que nos rodean, y un paso para entender el mundo cambiante y urbanizado que se origina en la vida contemporánea.

En el largometraje, se exhibe la vida de un joven mexicano de clase baja y se le vincula con los movimientos del graffiti y skateboarding, creando una imagen alejada de la realidad al público espectador. Se moldea la imagen y esencia de dichas *subculturas*, desacreditando la relevancia de dichas corrientes que pretenden ser tomadas en cuenta.

Por tal motivo, y debido a la falta de difusión de tales *subculturas*, terceros forman criterios de desaprobación ante las mismas, sin conocer que personas de todas las clases sociales son pertenecientes de dichos movimientos. Una subcultura pretende crear estatutos, en sus diversos ámbitos, para que en el futuro no se disuelva la verdadera imagen de lo que realmente son.⁴⁰

Con estos ejemplos, se entiende que los medios masivos de difusión, desvinculan a la naciente “cultura urbana” debido a su mismo desconocimiento. La mayoría de los movimientos que la integran no son considerados a causa de esta problemática. Las urbes caracterizadas de una gran concentración de nuevas estructuras sociales, puede que sea un factor que impida su real difusión.

³⁹ Oscar Aguilar “Fly One”. Graffitero y Diseñador, Kolords Industrials, 2009

⁴⁰ PSYHEL, Graffitero y Diseñador Publicitario, Freelance, 2009

2.2 El podcast como válvula de escape

Un medio de difusión que en la actualidad ha sido considerado una de las mayores invenciones del mundo contemporáneo, gracias a la existencia de la tecnología es: el “podcast”.⁴¹ Una herramienta que basada en su principio básico de creación, promueve el intercambio de información a millones de personas a través de un archivo de audio.

Un podcast, en pocas palabras es una producción sonora digital elaborada en un formato de audio MP3,⁴² el cual ésta disponible dentro de Internet, para su reproducción y descarga. Tal producto gracias a sus características suscita que sea fácil de usar y sea portable, sin mayor complicación.

Cabe mencionar, que su portabilidad permite a los usuarios llevar el producto radiofónico elaborado en cualquier dispositivo reproductor fuera de sus computadoras. Escucharlo cuándo y dónde se desee, brindando la facilidad al escucha de elegir el momento adecuado para estar informado.

Así, se entiende que un podcast genera un nuevo sistema de comunicación, dentro y fuera de la World Wide Web, a través de un “podcaster”⁴³ y un “podcatcher”.⁴⁴ Estos interactúan entre sí, para compartir y recibir un mensaje, el cual es de interés para los dos integrantes que se traduce en una nueva vía de intercambio de información.

La relevancia de este nuevo formato debido a sus particularidades, le permite a los productos radiofónicos transmitidos por la Internet, incrementar el número de escuchas o “podcatchers”, ya que el mundo electrónico se extiende por todo el planeta. Mientras que las estaciones de radio convencionales, cuentan con un número limitado de oyentes, esto debido al escaso poder con el que cuentan las frecuencias y amplitudes moduladas.

⁴¹ Podcast: Apocope del anglicismo Portable On Demand Broadcast - Emisión Portátil por Suscripción.

⁴² MP3: Es un archivo comprimido proveniente del MPEG, Moving Picture Experts Group, que permite guardar información desde 44 kilobitesecondo (KBPS) hasta 198 KBPS.

⁴³ Podcaster: Es aquel individuo que se encarga de crear un podcast.

⁴⁴ Podcatcher: Es aquel individuo que se encarga de escuchar un podcast.

La idea anterior se debe entender de la siguiente manera, para no caer en banalidades y mucho menos en enunciaciones ambiguas. En México, el 80% de la población escucha la radio por sus diversas frecuencias y amplitudes, según marcan los datos expuestos por la Asociación de Radio del Valle de México, ARVM.

Esto quiere decir que casi 90 millones de habitantes escuchan la radio en el país, ya que el número total, como lo dicta el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI, es de 112.3 millones. Cifras que sobrepasan el uso de la televisión y medios impresos. Dicho de otro modo, la radio en México, es aquel medio que utilizan más personas para estar informadas.

Sin embargo, en los Estados Unidos Mexicanos existen diversas estaciones de radio por todo el territorio. Esto debido a que la frecuencia y amplitud de las estaciones no cuentan con un rango tan amplio para llegar a toda la nación. Por lo tanto, se fragmenta y se amplía la diversidad de contenidos dentro del medio.

Entendido esto, es importante recalcar que sólo el 30% de los habitantes que escuchan la radio en territorio mexicano, se encuentran dentro las urbes, sitios en donde predomina la cultura urbana y el uso de las nuevas tecnologías. Individuos que debido a su posición geográfica no escuchan el mismo programa de radio.

Así, es pertinente esclarecer también la posición que tiene el podcast. Gracias a los datos expuestos, podemos ejemplificar la relevancia y el impacto de dicha invención. Uno de ellos es, que las personas que se encuentran en las principales zonas urbanas, pueden tener acceso al mismo podcast. No obstante, esto sólo se traduce en lo respecta a México.

El segundo ejemplo es la adición de escuchas por todo el mundo, el podcast, es un producto sonoro que tiene un alcance global y se puede escuchar tanto en México como en Argentina, Chile o Estados Unidos. Por lo tanto, se entiende la existencia de más oyentes potenciales que pueden escuchar el mismo programa y de tal manera rebasar el número de escuchas que tiene un programa de radio convencional.

No obstante, esta nueva válvula de escape que sirve como escaparate a nuevas creaciones radiofónicas, jamás se imaginó que tuviera el impacto que actualmente tiene. Desde su creación en el 2004, sólo se estimó que unos cuantos miles de personas, fueran asiduos a los “podcasts”.⁴⁵

Sin embargo, en la actualidad existen millones de personas que los siguen, superando las expectativas del almanaque de la computación, avalado por la sociedad norteamericana. Datos que reflejan el impacto que tiene el actual medio, dentro de la sociedad contemporánea.

En los últimos años, se ha ido estimulando la creación de mejores creaciones radiofónicas distribuidas por la Internet, pues como anteriormente fue mencionado, esta plataforma ha sido explotada para distribuir información. Dentro de la Web existen numerosos tópicos como los son: cultura, música, ciencia, tecnología, etcétera⁴⁶.

Aunque cabe señalar que dentro de Internet los “podcasts” cuentan un “top ten” o un listado diez tipos de podcast, que sirve para diferenciar el estilo de cada producción según el contenido que abordan⁴⁷. Un aspecto que también aborda tanto Tee Morris como Hill Richardson, en sus escritos enfocados a este tema. Aquí el listado de ellos:

El primero de ellos es catalogado como “Tech podcast”, en el cual se abordan conocimientos de Internet, computación, tecnología y gadgets⁴⁸. Este tipo de creación de producción sonora esta orientado a *geek’s*, *nerd’s*, amantes de las nuevas expectativas e innovaciones tecnológicas.

El segundo es conocido como “Podcast de música independiente”, dentro ellos se ofrece un pequeño programa de radio musical, con la diferencia de que en tales, se muestran las creaciones que proponen nuevas bandas alternativas, las cuales no se transmiten en la radio comercial común.

⁴⁵ PRIESTMAN Chris, *Web Radio, for Internet straming*. Estados Unidos, Focal Press, 2005 p.276

⁴⁶ MORRIS Tee, *Podcasting for dummies*. Estados Unidos, Wiley Publishing Inc., 2006, p 340

⁴⁷ PODCAST, Alley, www.podcastalley.com, Estados Unidos, septiembre 30, 2009, 22:00 horas

⁴⁸ Gadgets: Dispositivos tecnológicos que tiene un propósito y una función específica, que facilitan la vida de las personas.

El tercero de ellos lleva por nombre “Podcast de Ciencias”, sus temas son mucho más especializados que las dos anteriores. Como su nombre lo indica, aborda temas científicos, relacionados con las matemáticas, astronomía, física, química, entre otros. Este tipo de producciones siempre son avalados por alguna institución y son elaborados por expertos en la materia.

El cuarto por su parte, parecido un poco al ya mencionado, es descrito como “Podcast educativo”. Aunque la existencia de ellos es escasa comparada con las demás existentes. En este tipo de creaciones se pretende instruir al “podcatcher” con temas de: Historia, Conocimiento General e Idiomas, básicamente.

El quinto, es uno de los más populares en la World Wide Web, el “Podcast cómico o de comedia”. Su fin es hacer reír al oyente, ya sea con monólogos, una serie de chistes o cuentos sonoros. Sus producciones toman en cuenta a todas las edades y es un nuevo medio de entretenimiento auditivo.

El sexto, se distingue por tratar temas que atañen a los recién casados. Se tratan temas como: “El humor después de una Luna de miel” o “Casados y ahora con hijos”. Los títulos son pésimos, pero sus producciones son entretenidas. A estas creaciones son conocidas “Husband and wife podcast”.

El séptimo de ellos catalogado como “Soundseeing tour podcast”, es uno de los podcast más creativos que hay dentro de dicho listado. En español su equivalente sería a “Podcast de postal sonora”. Su objetivo es crear ambientes a través de los sonidos para que el escucha se situé en un tiempo y espacio determinado.

El octavo lleva por nombre “Passionate podcast” que su traducción literal sería “Podcast apasionado”, el cual no tiene nada que ver con temas para mayores de 18 o 21 años. Más bien, en ellos se abordan temas de afición como lo son: el fútbol, el basket ball o el béisbol. Aunque también abordan temas como lo son los movimientos religiosos o sociales no gubernamentales que apoyan causas de beneficencia.

El noveno, trata tópicos sobre podcast, el cual es conocido como: “Podcast sobre podcast”. A pesar de su redundancia, en ellos se muestra la vanguardia y las formas de explotar un formato como este. Aunque su popularidad ha ido decreciendo con los años, son buenos para aquellos individuos que pretenden iniciarse como “podcasters” o en su defecto para ellos “podcasters” que deseen mejorar.

El décimo y último de ellos es llamado “Podcast seriado”, es el programa más completo en cuanto a estructura radiofónica se refiere. Son productos híbridos que contienen temas diversos y son transmitidos periódicamente. Este tipo de podcast son los más escuchados por los “podcatchers”, ya que promueven una nueva vía información. La mayoría de ellos son cortos y de interés general.

Cabe mencionar, que sea cual sea el tema que trate el “Podcast seriado” deja al oyente interesado para escuchar el siguiente producto o programa. Por tal motivo existen varios “podcasts” de éste género que brindan la facilidad a sus “podcatchers” de suscribirse al programa a través una dirección electrónica.

La suscripción brinda la posibilidad al público receptor de obtener los siguientes episodios de manera automática para su futura reproducción. La ventaja de tal recurso brindado por el “podcaster”, asegura la descarga y reproducción de los programas elaborados por él, que podrán ser escuchados uno por uno o por lotes de temporadas, según lo prefiera el oyente.⁴⁹

Así que, de manera general, se entiende que un “podcast” es una manifestación semejante a la producción radiofónica convencional, debido a su estilo de creación y que puede abordar diversos temas como se hace comúnmente en la Radio.⁵⁰ Pero que ofrece una gran variedad de formas de reproducción, ya sea de forma directa en una computadora, o a través de una transferencia de archivos hacia un reproductor MP3 o un Compact Disc, lo cual ofrece al oyente escuchar el contenido de un “podcast”, las veces que quiera, en donde desee y en los dispositivos que mejor le convengan.

⁴⁹ RICHARDSON Hill, Blogs, Wikis, *Podcasts and other powerful webtools for classrooms*, Estados Unidos, Asage Publication Company, 2006, p.143

⁵⁰ GARZA Ramiro, *La Radio del siglo XXI*. México, Libros para Todos, 2008, p. 264

2.2.1 La apropiación del podcast como cultura de la calle

La vida de las urbes suele ser agitada, el tiempo suele pasar demasiado rápido en una ciudad, debido al constante movimiento que existe en ellas. En la actualidad, ya no existen tantos momentos como en el pasado, para disfrutar unos minutos de calidad en donde se obtenga una retroalimentación del conocimiento.

En el presente, es común encontrarse desinformado de lo que acontece en el país y en el mundo. Es una realidad, no estar enterados de algún hecho noticioso o en su defecto de un tema relevante. La vida agitada de las ciudades ha ocasionado que se genere la falta de información, a pesar de que dicha, se encuentre tan expuesta en los medios impresos y audiovisuales.

Los periódicos o revistas y los programas de radio o televisión, no se pueden disfrutar por diversos motivos. En ocasiones los programas que atraen al público se encuentran en horarios que interfieren con su vida cotidiana y les resulta imposible escucharlos o verlos por tal razón.

De manera similar sucede con los periódicos o revistas. A las personas les resulta imposible leer la mayoría de sus contenidos, por cuestiones de tiempo. Así que muchos optan por sólo leer los encabezados para darse una vaga idea de lo que acontece en las publicaciones. Sólo si se considera prudente saber con más detalle, se adquieren los impresos y se leen los artículos deseados.

La vida citadina genera un cambio un cambio en los usos y costumbres para todo aquel que se encuentre inmerso de ella. Se han expuesto algunos ejemplos, que sustentan tal hecho. Por tal motivo, se entiende que la vida del ser humano se encuentra en constante evolución. Sin embargo, ese mismo avance y la notoriedad de la falta de recursos para estar informado, ha generado la creación de nuevos medios informativos.

Uno de ellos es... EL POCAST.

El podcast ha demostrado que gracias a su variedad y su facilidad de uso se ha posicionado como un elemento útil en la vida del ser humano, específicamente aquel que alberga una urbe. La tecnología creada por el hombre ha brindado la posibilidad de que un producto radiofónico pueda ser transportado en cualquier dispositivo de audio, para su posterior reproducción.

Se debe entender que el podcast, en un principio puede ser reproducido dentro de una computadora, sin embargo, éste abre su espacio para que pueda ser portable. La mayoría de los podcast que son descargados, son escuchados en las calles. Camino al trabajo, la escuela o simplemente cualquier otro destino, en medio del tránsito característico de las metrópolis.

Por tal motivo, el podcast atañe la necesidad del individuo ciudadano, que converge dentro de una estructura repleta de numerosas situaciones que impiden los momentos de intercambio de información. Además, de ser una representación de una manifestación urbana que se generó gracias a la demanda, la falta de tiempo y los numerosos problemas que se bifurcan en todo cuerpo social que está sobre expuesto y saturado.

Así, esta nueva herramienta tecnológica, llamada podcast, la calle ha sido su escaparate. Esto debido a que los escuchas han utilizado tal vía para disfrutar de tales producciones, convirtiéndose en un producto mismo de la “Cultura Urbana”. Una idea, que en otras palabras no es más que: la apropiación del podcast como cultura de la calle.

Capítulo 3.

Malafama. El podcast de la cultura urbana

La masificación de la información y la creación de nichos específicos dentro de la misma basada en el acontecer histórico, permiten la creación de nuevas propuestas. Una de ellas es “Malafama”, un proyecto sonoro que surge de una idea vanguardista, enfocada a transmitir un contenido específico que estimule el conocimiento.

El tópico a tratar es un movimiento llamado “cultura urbana”. Una manifestación callejera latente dentro de toda urbe en la actualidad. Pero dicho movimiento, se encuentra rezagado debido a la falta de apoyo y la poca comprensión, tanto de la sociedad como de los medios de comunicación, por el mismo desconocimiento que se tiene hacia él.

La idea es producir un programa dinámico de formato corto conocido como “Podcast” que permita la comprensión y análisis de tal suceso que tiene un carácter actual y converge en la vida ciudadana de toda persona. Sin embargo, el hecho de tratar un tema específico, la cultura urbana, no significa que no cuente con múltiples aristas para el enriquecer tal tema.

La “cultura urbana” cuenta con varios nichos que fortalecen su expresión. Así, que la información existente sobre ella es vasta. Aunque cabe mencionar, que su mayoría proviene de fuentes personales a comparación de las fuentes documentales, ya que estas últimas aún no son del todo aceptadas.

Por tal motivo, la misión de Malafama se basa en todas las especificaciones comentadas anteriormente. Su creación pretende emitir y fortalecer el bagaje cultural del receptor. Es una oferta sonora que se centra en comunicar al público un acontecer social que poco a poco forma parte del común cotidiano.

En pocas palabras, *Malafama. El podcast de la cultura urbana*, es:

- Un proyecto sonoro que hace notar un movimiento llamado: Cultura Urbana.

A través del uso del lenguaje sonoro y lo que implica hacer una producción radiofónica, se pretende esclarecer el movimiento de la cultura urbana, el cual tiene una intención y propósito, creados por el mismo ser humano inmerso en dicho movimiento, que se encuentra influido por los agentes que lo rodean.

- Un programa de formato pequeño portable llamado: Podcast.

Malafama. El podcast de la cultura urbana, es una producción sonora digital elaborado en un formato de audio MP3. Un podcast seriado, que cuenta con una estructura similar a la de un programa radiofónico convencional, pero que promueve una nueva vía de información.

- Un medio informativo que tiene la opción de escucharse a cualquier hora y en cualquier parte de la ciudad, una de ellas... las calles.

Gracias al formato que brinda el podcast, un archivo de audio comprimido, se tiene la posibilidad de que el programa sea descargado y portable en cualquier tipo de reproductor para su futura reproducción en cualquier momento que el escucha o podcatcher lo desee.

- Un archivo de audio, dirigido principalmente a jóvenes adultos clase media a alta, que residan en las principales ciudades del territorio nacional.

La intención de llegar a dicho nicho de personas, es debido a que tales se encuentran más susceptibles de estar en contacto con las manifestaciones que envuelven a la cultura urbana. Además es mucho más probable que puedan tener contacto con las nuevas tecnologías que este tipo de formato requiere como lo es:

- Una computadora
- Internet
- Un reproductor de audio

3.1 Producción de un espacio urbano sonoro

Idea

Crear un programa seriado en formato podcast de interés social y cultural abordando el tema conocido como cultura urbana. Destacar su surgimiento, características, ramificaciones, exponentes, evolución e impacto del movimiento. Notar el hecho mundial y nacional que influyen dentro del aspecto regional tanto en la Ciudad de México como en Guadalajara y Monterrey.

Tema

La cultura urbana dentro de la Ciudad México, con el objetivo de mostrar los aspectos más relevantes de tal escena dar a conocer el por qué es una manifestación callejera.

Investigación

La investigación del tópico de acuerdo a su importancia y su nivel de acercamiento hacia el mismo, se basa principalmente en la recolección de fuentes como:

Entrevistas

MAX BARRERA. Skateboarder Profesional.

MEKETREFE. DiscJockey y Productor.

PSYHEL Graffitero y Diseñador Publicitario.

Revistas

Altenative Press.

Bloodwars Magazine.

Canvas Magazine.

Chakota Magazine.

Libros

Cultura Urbana.

Skate.

Sticker City: Paper Graffiti Art.

The Street Art Book.

Postura

Objetiva, el proyecto de producción sonora, expondrá a la cultura urbana, en dos vertientes. La primera de ellas visión de aquellos que son pertenecientes al movimiento, mientras que la segunda de aquellos que no lo son y notan tal manifestación desde fuera.

3.1.1 Proyecto de mala fama

Nombre / Slogan

Malafama. El podcast de la cultura urbana

El título, fue elegido basándose en los elementos con los cuales cuenta la cultura Urbana. Uno de ellos es la mala fama, ya que en la actualidad dicho movimiento tiene cierto desprestigio como manifestación cultural. Mientras que el slogan y submnobre, refuerzan la idea, particularidad y contenido del proyecto.

Tipo de Emisión

Social Cultural

Informativo

Justificación

Malafama. El podcast de la cultura urbana, es un proyecto sonoro que nace como producto de las necesidades de difundir las manifestaciones callejeras de la cultura contemporánea, en sus diferentes aristas, como lo son: el graffiti, el sticker, el stencil, el skateboard, el hip hop, electrónica y la música independiente, tan sólo por mencionar algunos ejemplos.

Por lo que el programa pretende difundir un concepto que con el paso de los años va tomando más auge, uno llamado “cultura urbana”. De tal manera Malafama, toma dicho concepto para abordar temas de interés juvenil que podrán ser fragmentados en sus emisiones semanales. Cada semana tratando un tema distinto sobre las novedades que se vislumbran en los escenarios callejeros.

A través de un programa sonoro descargable por Internet, se destacarán las manifestaciones alternativas de la nueva cultura, exponiéndole al oyente los aspectos más relevantes de la escena local en México. Pero sin dejar de lado las aportaciones que la influyen de la escena mundial. Esto debido a que las urbes de los distintos países del mundo son un reflejo de dicho movimiento.

Además, Malafama pretende esclarecer la falsa concepción de las expresiones callejeras. Una que se encuentra llena de aspectos negativos. Sin embargo, el programa pretende enaltecer tal movimiento, de manera objetiva, clara y concreta. Por otra parte, la elección de ser un proyecto sonoro de podcast, tiene que ver con la versatilidad que brinda este tipo de producto.

El podcast le permite al público acercarse al programa en el momento que quiera, a la hora que elija y escucharlo cuantas veces lo desee por medio de un reproductor digital de MP3. Pero por si fuera poco, el espectador puede almacenar todos los programas elaborados para coleccionarlos y usar tales archivos como una fuente de información para ocasiones futuras.

Por tal motivo, Malafama. El podcast de la cultura urbana, debido a su contenido permite aproximarse a distintos sectores sociales, generando así, un espacio multidisciplinario para la juventud vanguardista, ya que satisface las necesidades de un público que busca una alternativa ante los estándares establecidos.

Objetivos Generales:

Mostrar un proyecto sonoro contemporáneo, claro y concreto.
Realizar un podcast que aborde la temática de la cultura urbana.
Difundir una nueva manifestación cultural en sus distintas aristas.

Objetivos Particulares:

Esclarecer el concepto de cultura urbana.
Exponer las bases y sustentos de dicho movimiento alternativo.
Entender los diversos modos de expresión de la cultura urbana.

Perfil del Programa

Mostrar el surgimiento de la Cultura Urbana como manifestación cultural. Además de presentar el nacimiento de las distintas subculturas y corrientes existentes dentro de la misma. Dar a conocer los exponentes del movimiento, cuáles son sus obras representativas y cómo influyen en sus demás componentes.

Público Meta

Jóvenes - Jóvenes Adultos

Edad entre: 20 a 30 años

Sexo

Masculino y femenino

Nivel Socioeconómico y Cultural

Clase Media - Media Alta

Escolaridad

Media Superior - Superior

Hosting

www.podsonoro.com/user/malafama

Periodicidad / Publicación

Serie de 20 Capítulos / 5 meses

Capítulo Semanal / Viernes 12:00 pm

Duración

20:00 minutos / 1200 segundos

Contenido

Dos locutores darán a conocer información del tema de la semana, exponiendo datos relevantes y curiosos. El contenido y la música son las bases principales del programa generando dinamismo espacio - temporal. Además de enriquecerse con secciones de entrevistas, tops y recomendaciones.

Formato

Género: Cultural Formato: Híbrido

Carácter: Interés General / Entretenimiento

Personalidad: Dinámica Informativa

3.2 Características del Programa

Desarrollo del Programa

Un proyecto sonoro seriado

Diseño Sonoro

Se genera a través del montaje de los elementos sonoros obtenidos, a partir de la investigación elaborada, con la posibilidad de crear distintos estilos ya sea lineal, paralelo o rítmico.

3.2.1 Recursos del Programa

Recursos Humanos

- Productor
- Asistente de Producción
- Operador
- Diseño de Audio
- Investigación
- Guionista
- Locutores

Recursos Técnicos

- Computadora
- Pro Tools / Soundbooth / Audition
- Monitores
- Mixer de cuatro o seis canales
- Micrófonos unidireccionales
- Estudio de grabación
- Tiempo de estudio / Una hora semanal
- CD grabable por sesión.

Presupuesto

Concepto	Capítulos	Tarifa Unitaria	Subtotal
----------	-----------	-----------------	----------

Pre-producción			
Investigación / Guionista	20	500	10 000.00

Producción			
Productor	20	600	12 000.00
Asist. de Producción	20	400	8 000.00
Operador	20	300	6 000.00
Locutor 01	20	250	5 000.00
Locutor 02	20	250	5 000.00

Post-Producción			
Diseño de Audio	20	500	10 000.00
Recursos Técnicos	20	200	4 000.00

Total			60 000.00
-------	--	--	-----------

* Tarifa sin IVA

Anexo

Inicia Malafama. El podcast de la cultura urbana

Escaleta

#		T. Sección	Tiempo Aire
---	--	------------	-------------

Primer Bloque - Cultura Urbana			
01	Rubrica de Entrada	00:40	00:40
02	Introducción	00:55	01:35
03	Información C. Urbana	02:45	04:20
04	Conclusión	00:40	05:00

Segundo Bloque - Graffiti			
01	Información Graffiti	01:30	01:30
02	Entrevista PSYHEL	03:10	04:40

Tercer Bloque - Skateboarding			
01	Información Skateboarding	01:30	01:30
02	Entrevista MAX BARRERA	02:00	03:30

Cuarto Bloque - Hip Hop / Dj's			
01	Información Hip Hop	01:25	01:25
02	Información Dj's	01:40	03:05
03	Entrevista MEKETREFE	03:10	06:15
04	Rubrica de Salida	00:35	06:50

Tiempo Total			20:00:00
--------------	--	--	----------

Anexo

Inicia Malafama. El podcast de la cultura urbana

Malafama

El podcast de la cultura urbana

Guiones Radiofónicos

1 **PODCAST:** Malafama
2 **TEMA:** Cultura Urbana
3 **GUIÓN:** Javier Guzmán Barocio
4 **ESTILO:** Técnico

6 **OPERADOR ENTRA SFX SINTONIA ESTACION DE RADIO.**

7

8 **VOZ 01** Bienvenidos a una nueva emisión...

9 **VOZ 02** Well get...

10

11 **OPERADOR ENTRA FILTRO A VOZ.**

12

13 **VOZ 03** Muy buenos días tengan todos ustedes...
14 mis queridos radioyentes...

15

16 **OPERADOR ENTRA SFX SCRATCH ANTES DE CADA VOZ.**

17

18 **VOZ 01** Hola amigos...

19 **VOZ 03** Presentamos este programa...

20 **VOZ 02** With latin melodies...

21 **VOZ 04** Pero con sentimiento...

22 **VOZ 05** De la calle...

23 **VOZ 03** In authentic latin beat...

24 **VOZ 06** To all my people nigros and latinos and even the gringos...

25 **VOZ 07** Pero si quieren saber un poco más de que se trata...

26 **VOZ 04** Quédense unos minutos con nosotros.

27

28 **OPERADOR ENTRA PISTA JS1 EN PP BAJA A 2P 10''.**

29

30 **VOZ INST.** Malafama... El podcast de la cultura urbana.

31

1 **OPERADOR ENTRA RAFAGA- INTERFERENCIA EN PP LIGAR CON**
2 **AHA- TAKE ON ME EN PP 2” BAJA A 3P 18” / REMATA.**

3
4 **J. PABLO**

La vida se encuentra en constante cambio...

5 La vida que existía en las ciudades hace poco más de veinte
6 años no se asemeja en nada a lo que acontece hoy en día. El
7 mundo fue testigo de: Una guerra fría. La caída del muro de
8 Berlín. La creación del Euro. La elección de un candidato afro
9 americano para ejercer el cargo presidencial en Estados
10 Unidos. La muerte del rey del Pop.

11
12 **OPERADOR ENTRA ALPHAVILLE- BIG IN JAPAN EN 3P 12” /**
13 **REMATA.**

14
15 **J. PABLO**

En pocas palabras se vislumbraron múltiples acontecimientos,
16 económicos, políticos y sociales. Pero, también científicos y
17 tecnológicos. La música paso de ser escuchada en cassette's
18 a cd's y poco tiempo después a lo que hoy conocemos como
19 reproductores digitales.

20
21 **OPERADOR ENTRA RAFAGA- VIENTO EN PP LIGAR CON**
22 **KRAFTWERK- P. CALCULATOR EN 3P 20” / REMATA.**

23
24 **J. PABLO (FX FILTRO)**

25 El mundo se volvió cada vez más pequeño gracias a la
26 globalización y a la incursión de nuevas tecnologías como lo
27 es... el Internet.

28
29 **OPERADOR ENTRA RAFAGA- VIENTO EN PP**

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29

J. PABLO

Estos son tan sólo algunos ejemplos de sucesos que permitieron cambiar la manera de pensar del hombre ciudadano, acostumbrado de disfrutar una vida pacífica y placentera. Una vida que dentro de las urbes ya no puede existir en la actualidad, ya que la vida citadina se transformó, dando origen a un nuevo movimiento...
llamado...
Cultura Urbana.

OPERADOR ENTRA RAFAGA- INTERFERENCIA EN PP LIGAR CON MARRS- PUMP OF THE VOLUME EN 3P 45'' / REMATA.

AMPARO

La cultura urbana, ésta directamente relacionada con la historia de las ciudades del mundo. La historia de cada una de ellas suele ser muy larga, dado que las primeras ciudades surgieron hace más de 15 mil años. Todas fueron creadas para buscar el porvenir, el crecimiento y desarrollo del hombre. No por nada, las ciudades más importantes cuentan con un desarrollo, descomunal. Aunque cabe mencionar que hay sus excepciones, pero a final de cuentas todas están sufriendo un cambio continuo que se ha ido generalizando a través de los años y se ha vuelto cada vez mas latente en distintas partes del planeta, dando cabida a lo que hoy se conoce como cultura urbana, la cual para muchos ha sido desapercibida, mientras que para otros ya forma parte de su cotidianeidad.

OPERADOR CHISPA MUSICAL.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29

J. PABLO

La cultura urbana, es un movimiento que se genera a partir de las manifestaciones callejeras...

(FX FILTRO)

específicamente dentro de los años ochenta alrededor del mundo.

OPERADOR ENTRA RAFAGA- VIENTO EN PP LIGAR CON GUNS N' ROSES- WECOLME TO THE JUNGLE EN 3P 15" CROSSFADE CON PEARL JAM- DO THE EVOLUTION.

J. PABLO

No obstante, los primeros en contar con ésta corriente fueron: Nueva York y Londres. Esto debido a que los sucesos que acontecían en tales lugares y en dicha época fueron de cambios radicales para sus habitantes y la mayoría de ellos necesitaban buscar un escaparate para expresar sus sentimientos e ideas. Por tal motivo, varios nichos de personas se empezaron a congregarse para reaccionar ante los diversos sucesos que se presentaron, como lo fueron: las guerras, las invasiones, la uniformidad de los estándares comerciales, la masificación de la información y por supuesto... La globalización.

OPERADOR CHISPA MUSICAL / REMATA. ENTRA WAKAL- RECODO AND I EN 3P 31" / REMATA. ENTRA SEO2- HOLA MUNDO EN 3P.

AMPARO

Tiempo después, los movimientos urbanos se fueron expandiendo a otras ciudades como la Ciudad de México,

Johannesburgo, Río de Janeiro y Tokio... **(Continúa)**

Toda ellas vivieron similitudes, pero claro, todas conservaban sus características regionales, mostrando en las calles un reflejo de lo que se vivía, a través de las diversas subculturas nacientes. Movimientos sociales, que comenzaron a utilizar las calles como un nuevo medio de comunicación, ya sean en las artes, la música y en los estilos de vida. La globalización jugó un papel muy importante ya que como bien decía Herbert Marshall McLuhan...

(FX FILTRO)

El mundo se convertirá en una “aldea global” con similitudes de pensamientos...

Y así fue, no por nada se dio el nacimiento de la cultura urbana, la cual tiene como común denominador: el usar las calles para expresarse.

OPERADOR CHISPA MUSICAL / REMATA.

ENTRA ELEMENT- GLOBAL EN 3P 40” CROSSFADE CON LUSCIOUS JACKSON- CITY SONG 40”.

J. PABLO

Octavio Paz, afirmaba de que en el mundo actual globalizado, cada vez quedaba menos lugar para la sectorización. Sin embargo, en la actualidad tal idea se ve un poco opacada debido a la naciente cultura urbana, en la cual no dejan de surgir grupos y movimientos subculturales, cada vez más sectorizados que demandan el derecho de ser reconocidos como un estilo de vida,

(FX FILTRO) diferente al standard social.

Por tal motivo, se dio inicio a la formación de pequeños

1 núcleos sociales conocidos como tribus urbanas... **(Continúa)**
2 ejemplo de ellos son: los skateboarders, graffiteros, hip-
3 hoppers, Dj's, y muchos otros más, que viven la marginalidad
4 social, no como un castigo, sino por el desconocimiento y
5 poco interés de lo que es una alternativa de identidad...
6 Y de vida urbana.

8 **AMPARO**

9 La cultura urbana, es el reflejo de la evolución de la
10 sociedad. Un ente social que busca destacarse con la
11 exposición de sus ideas como una reacción de lo que se vive,
12 haciéndose valer de los recursos que le provee una
13 metrópoli... las calles. Un espacio que con un toque de cliché,
14 es tan grande pero a su vez es tan pequeño, debido a que la
15 mayor parte de ellas se encuentran atiborradas de tantas
16 cosas que no permiten su verdadero flujo para lo que una
17 ciudad fue destinada. Existe tanta demanda social en una
18 urbe, que ni la propia ciudad en ocasiones puede dar abasto a
19 sus habitantes, por lo que las redes sociales que la albergan
20 se manifiestan y marcan la pauta de lo que es éste concepto.

21 **OPERADOR CHISPA MUSICAL / REMATA.**

22 **ENTRA RAFAGA- INTERFERENCIA EN PP LIGAR CON**
23 **FREAK- CONTRA LA CIUDAD EN 3P 55'' CROSSFADE**
24 **CON SKOOL 77- COLOR EN LA CIUDAD 23''.**

26 **J. PABLO**

27 Uno de los movimientos que forman parte de la cultura urbana
28 es el ya conocido graffiti. Una manifestación cultural que inicio
29 en los años ochenta y en nuestros días ha alcanzado una
fuerza extraordinaria... **(Continúa)**

1 Los estilos del graffiti en la actualidad son variados, existen
2 creaciones con esténciles, stickers o pegantitas...

3 **(FX FILTRO)**

4 pero su sello distintivo es el uso del aerosol y el muro.

5 Dentro del graffiti convencional, las obras pueden
6 diferenciarse entre las dos formas existentes para pintar: la
7 legal y la ilegal. Los graffiteros a través de estos dos medios
8 buscan crear y elevar sus estándares existentes, con el
9 objetivo de hacer una pieza agradable a la vista. Un
10 movimiento que ha perseguido la perfección desde el
11 momento que surgió y que se encuentra en constante
12 evolución.

14 AMPARO

15 El graffiti, surgió como una reacción al entorno. Una que los
16 graffiteros llaman:

17 **(FX FILTRO)**

18 bombardeo a anuncios y señalizaciones.

19 Sin embargo, las señales y anuncios que se encuentran en
20 las urbes fueron creados por la misma demanda del ser
21 humano por tener un control del espacio ciudadano. La historia
22 de este movimiento comenzó cuando un grupo de individuos
23 en los barrios bajos de la ciudad de Nueva York, empezaron
24 hacer pintas para captar la atención del público, en medio de
25 tanta invasión visual proporcionada por la publicidad. No
26 obstante, varias personas que no están inmersas en tal
27 manifestación cultural, califican al graffiti como terrorismo
28 visual que daña el espacio de terceros. Una enunciación que
29 bien o mal resulta ser una realidad al hacerse de forma ilegal.

1 **OPERADOR** **ENTRA SKOOL 77- COLOR EN LA CIUDAD**
2 **DEL 01:24 AL 01:34 / REMATA.**
3 **ENTRA RUBRICA ENTREVISTA – GRAFFITI.**
4 **ENTRA RAFAGA- VIENTO EN PP LIGAR CON JEMAPUR-**
5 **ABSENCE EN 3P CROSSFADE CON MONO CHROME-**
6 **TWO / FADE AL TERMINAR LA ENTREVISTA.**
7
8 **JAVIER** Hola Toño ¿Cómo estas?
9
10 **PSYHEL** Que onda, cómo estas Javi
11
12 **JAVIER** Puedes decirnos cuál es tu tag...
13
14 **PSYHEL** Pues bueno ahorita la que estoy usando, que ya llevo un rato
15 usando es... “Psyhel”, P, S, Y, H, E, L, empecé con una que
16 se llamaba “Frat”, pero bueno eso fue como a los trece años
17 yo creo. De ahí me cambie luego a “Hesel” y luego a “Psyhel”,
18 la cambie por que tuve una influencia muy, muy loca de
19 repente, muy visual que es “Psy” de psycho y “Hell” que es de
20 infierno en ingles, de ahí el Psyhel.
21
22 **JAVIER** Empezaste a los trece años pero... ¿Qué fue lo que te llevo a
23 hacer graffiti?
24
25 **PSYHEL** Hijole, pues es una pregunta... medio complicada porque
26 fueron varias cosas. En primera que me gustaba pintar y
27 dibujar y lo hacia bien, para la edad que tenia lo hacia
28 bastante bien. Entonces... este, las paredes yo las veía como
29 un espacio de nadie, completamente disponible... **(Continúa)**

1 porque por mucho que las casas tengan dueño, las paredes
2 forman parte del ir y venir diario de muchas personas,
3 entonces yo quería comunicarle algo a esas personas, a lo
4 mejor no sabia que era, para mí nada más era la parte
5 artística, pero en realidad no sabia bien que se comunicaba
6 con eso. Y pues básicamente lo que me llevo así, tal cual, fue
7 la habilidad de poder hacer los dibujos que yo quería y la
8 satisfacción de ponerlos en donde yo quisiera.

9
10 **JAVIER** Se que eres graffitero, pero también trabajas ¿No?

11
12 **PSYHEL** Bueno, pues mi vida profesional, digamos por la que me
13 pagan... Soy diseñador publicitario y el B-Side es graffitero,
14 que es como un trabajo para mí, pero... no conlleva la misma
15 responsabilidad de que alguien este sobre ti. Es una onda
16 mucho más artística.

17
18 **JAVIER** ¿Crees que el graffiti es una moda o una etapa?

19
20 **PSYHEL** Ja ja ja, no, pues una moda no, no creo. En realidad la
21 historia se remonta hasta la Grecia Antigua, donde
22 empezaron. No con el fin que tienen ahorita, era un fin
23 meramente publicitario, casualmente y... pues sigue hasta la
24 fecha. Entonces una moda, a menos que sea una moda muy,
25 muy extensa ¿No? Y una etapa, no, puede que en cierto
26 momento de tu vida marque una diferencia, pero una vez que
27 la marca es muy difícil que termine, pero pues, no, una moda
28 y una... una etapa, tal cual, no los considero.

1 **JAVIER** ¿Cómo ves la escena del graffiti actualmente?

2

3 **PSYHEL** Yo te puedo decir que cuando yo tenía trece años veía mas,
4 mas banda, mas crew's que ahorita. Ahorita lo bueno es que
5 no hay tanta gente haciendo graffiti. Pero los que lo hacen ya
6 traen un nivel muy pro, incluso bueno, pues ya compiten sin
7 broncas a nivel internacional, obviamente si te vas Alemania o
8 a varios países extranjeros, digamos que aquí en México
9 apenas estaría despegando en comparación con los de allá,
10 porque los de allá despegaron hace veinte años, ósea, hay
11 que tomar en cuenta que... el graffiti no... nunca ha sido muy
12 aceptado en México porque lo consideran como vandalismo,
13 cuando en otros países lo consideran arte de la mas pura
14 calidad. Pero en general yo lo veo a la alza, ya se están
15 metiendo en ondas mas culturales, mas de raíces mexicanas.
16 Eso habla de que el nivel en México esta subiendo, porque ya
17 esta teniendo una identificación con el país, ya no es nada
18 mas pintar para que salga bonito, sino ya es comunicar tu
19 cultura y eso esta chido.

20

21 **OPERADOR ENTRA RAFAGA- INTERFERENCIA EN PP LIGAR CON**
22 **WAVVES- KING OF THE BEACH EN PP 2'' BAJA A 3P 15''**
23 **CROSSFADE CON THE TRASHMEN- KING OF THE SURF**
24 **10'' CROSSFADE CON LOSTPROPHETS- LAST SUMMER**
25 **20'' / FADE.**

26

27 **J. PABLO** El skateboard, un componente más dentro de la cultura
28 urbana tuvo sus inicios a finales de los años setenta y
29 principios de los ochenta. **(Continúa)**

1 De manera específica el skateboarding se originó al sur de
2 California, en los Estados Unidos, influido por la escena surf.
3 En la actualidad aún se desconoce a quién se le ocurrió la
4 idea de ponerle ruedas a una tabla de surf, pero ese fue el
5 parte aguas para la elaboración de las patinetas tal como las
6 conocemos hoy en día. Conforme el patinaje se fue
7 propagando, surgieron también dos modalidades básicas
8 dentro de esta corriente, la del patinaje vertical, realizado en
9 rampas; y la de estilo libre, realizado en superficies planas o
10 en tramos de cualquier entorno urbano.

11 **AMPARO**

12 Debido a su dificultad y su factor de riesgo, el skating se
13 mantuvo como un deporte relativamente subterráneo durante
14 toda la década de los 80.

15 **OPERADOR** ENTRA 311- COME ORIGINAL EN 3P 15” / REMATA 16 ENTRA RAGE AGAINST- SLEEP NOW IN THE FIRE.

17 **AMPARO**

18 Para inicios de los años 90, el skateboarding tuvo un nuevo
19 repunte de popularidad masiva, impulsado por el interés
20 generalizado hacia los llamados deportes extremos, y la
21 aparición de compañías especializadas en patinaje y de
22 competencias con patrocinios comerciales. Durante esta
23 etapa, se extendió la costumbre de grabar en video toda clase
24 de secuencias y coreografías de trucos, los cuales
25 incrementaron aún más la exposición masiva del skating y
26 todos los usos y costumbres creados a su alrededor. No por
27 nada hoy en día, este movimiento se ha vuelto cada vez más
28 complejo y ha ganado un gran número de seguidores.

1 **OPERADOR CHISPA MUSICAL.**

2 **ENTRA RUBRICA ENTREVISTA – SKATE.**

3 **ENTRA RAFAGA- VIENTO EN PP LIGAR CON MATENLO-**

4 **CHIC SKATEBOARDING EN 3P CROSSFADE CON**

5 **MATENLO- GATEANDO / REMATA AL TERMINAR LA**

6 **ENTREVISTA.**

7
8 **JAVIER**

Max, cuéntame cómo empezaste a patinar...

9
10 **MAX**

Pues mira, empecé en Guadalajara, yo soy nacido en Guadalajara, tengo 18 años patinando, más de la mitad de mi vida, empecé por los amigos de la cuadra que empezaron con una patineta y... empecé a patinar con mis amigos, por mis amigos de Guadalajara, Saúl y Adrián que se los agradezco, que me dieron esa pequeña llave en mi vida y... pues así empecé.

11
12
13
14
15
16
17
18 **JAVIER**

Yeah... y... ¿Cómo ves la escena del skate en México?

19
20 **MAX**

Pues mira yo siento que el skate en México viene muy fuerte, ya era hora, la verdad teníamos muchos años como en el underground, abajo. Yo creo que es falta de cultura aquí en México, lo que nos hace falta, credibilidad con la gente, que no lo vean tanto ya como vagos ¿No? Que lo vean como un estilo de vida. Yo lo veo así, es mas que un deporte, para mi me ha hecho viajar por todo el mundo, he conocido Australia, Vancouver, Brazil, Argentina, he conocido a gente increíble gracias a la patineta... Y vivo de esto. Este... no cualquiera patina, no es un deporte fácil, es... **(Continúa)**

1 Para mi todos lo deportes son extremos, para mi el skate del
2 surf, snowboard, son como mas alternativos, ¿No? Y esto
3 eres mas tú, tienes que tener el apoyo de tu familia y de tus
4 amigos ¿No?

5
6 **JAVIER** Bueno... ya que nos hablaste del contexto general del skate
7 tú qué sugerirías...

8
9 **MAX** Pues que se ponga las pilas el gobierno, yo creo es el
10 momento de apoyar a la juventud, creo el setenta por ciento
11 de la población en todo México es joven y fomentar mas el
12 deporte, no nada mas el skate, está el roller, está la bicicleta,
13 hacer parques para que la gente patine mejor. Todo esta
14 enfocado a la juventud. A mí, mira el skate me salvo mi vida,
15 este... y me hizo volar.

16
17 **OPERADOR ENTRA RAFAGA- INTERFERENCIA EN PP LIGAR CON**
18 **KANYE WEST- DRIVE SLOW EN PP 2'' BAJA A 3P 5''**
19 **CROSSFADE CON P. PEREZ- JAMAICA 8'' / REMATA.**

20
21 **J. PABLO** Otro de los componentes dentro de la cultura urbana es: el
22 Hip Hop. Los antecedentes del Hip Hop se remontan a la
23 década de los sesenta, cuando en los barrios pobres de
24 Jamaica, por falta de recursos, no se podían contratar bandas
25 de música en vivo y se optó por usar tocadiscos para
26 musicalizar fiestas.

27
28 **OPERADOR ENTRA POS- OPTIMIST EN 3P 13'' CROSSFADE CON**
29 **ZEROHALIAS- FUNKY LIPS INC.**

1 **J. PABLO**

Pero como movimiento cultural ciudadano, inicia a partir de los años ochenta, con la similitud de que las personas de escasos recursos, que vivían en las zonas marginales de Nueva York, no podían tener acceso a los centros nocturnos, ya que el costo de ellos era muy elevado. Así, decidieron hacer fiestas en las calles con un tornamesas, el cual tenía la opción de opacar las voces de las canciones y aumentar su velocidad, para que la música fuera másailable.

10 **OPERADOR CHISPA MUSICAL / REMATA.**

11 **ENTRA KNAAN- ABC'S EN 3P 15''**

13 **AMPARO**

Sin embargo eso no fue todo, tales ritmos eran acompañados de rimas que la gente hacía, para darle un nuevo sentido a la música. Dicha técnica fue conocida como rapping o rapeo. Individuos asiduos a las fiestas de las calles incursionaron en tal estilo y empezaron hacer juegos de palabras.

19 **OPERADOR KNAAN- ABC'S DEL 0:47 AL 0:50 / REMATA.**

20 **ENTRA THE GAME- THIS IS HOW WE DO**

21 **EN 3P 20'' / REMATA.**

23 **AMPARO (FX FILTRO)**

Después crearon rimas con duraciones específicas y se dio inicio a un nuevo movimiento musical pero también a un estilo de vida.

Los primeros intérpretes de Hip Hop, se agrupaban de modo similar a las pandillas callejeras, aunque muchas veces eran confundidos, a pesar de tener otro fin... **(Continúa)**

1 Pero para bien o para mal eso les generó la creación de una
2 imagen de trasgresión, la cual hasta la fecha sigue siendo
3 parte de su atractivo.

4 (FX FILTRO) Una imagen mala de lucha callejera.

5
6 **OPERADOR ENTRA YALZEE- ESTO ES HIP HOP EN PP DEL 1:25 AL**
7 **1:30 / REMATA.**

8 **ENTRA RAFAGA- INTERFERENCIA EN PP LIGAR CON**
9 **ANDRE VII- RHODESIA ON ACID EN PP 2'' BAJA A 3P 20''**
10 **/ FADE .**

11
12 **J. PABLO** Un nuevo movimiento que nace gracias al Hip Hop es el de
13 los Dj's. El término Dj, resulta de la contracción de la palabra
14 compuesta Discjockey's. Los Discjockey's o Dj's notaron que
15 la ambientación de su música daba para mucho más.

16
17 **OPERADOR CHISPA MUSICAL.**

18
19 **J. PABLO** Así que algunos incursionaron en hacer música electrónica de
20 manera independiente a pesar de las limitaciones del equipo
21 con el que contaban.

22
23 **OPERADOR ENTRA ASKILLZ- STRAWBERRY EN 3P 15'' / REMATA**

24
25 **J. PABLO** Este movimiento comenzó a integrar nuevas bases de ritmo,
26 ante las notas musicales de canciones de otros intérpretes,
27 para así, poder crear lo que hoy en día conocemos como
28 música electrónica, específicamente el
29 (FX FILTRO) "turntablism".

1 **OPERADOR ENTRA KRAFTWERK- COMPUTERLOVE EN 3P 10'' /FADE**

2
3 **J. PABLO** Si bien ya existían grupos como Kraftwerk que utilizaban
4 instrumentos electrónicos para crear canciones, no eran
5 precisamente Dj's ya que estos no incorporaron el
6 tornamesas como uno de sus principales instrumentos.

7
8 **OPERADOR ENTRA BLOODY BEETROOTS- WARP1.9 EN PP 2'' BAJA**
9 **A 3P 25'' CROSSFADE CON LOUIS LAROCHE- PEACH 5''.**

10
11 **AMPARO** Se entiende que este movimiento va mucho más allá que sólo
12 desempeñarse en la ambientación y producción de la música
13 Hip Hop. No por nada en la actualidad existen un sin numero
14 de subgéneros dentro de tal manifestación cultural como lo
15 es: el house, trance, techno, drum & bass, dubstep, etcétera.
16 Subgéneros que son identificables por la velocidad de los
17 beats en las canciones y por el tipo de ritmos que se utilizan
18 en ellas, unos son más rápidos y graves mientras que otros
19 son más suaves y lentos.

20
21 **OPERADOR ENTRA VICENTE GAYO- COSAS QUE ENCONTRAR EN 3P**
22 **20'' / FADE.**

23
24 **AMPARO** Los Dj's en la actualidad forman parte de una amplia gama
25 musical ya que otros géneros musicales han adoptado ciertas
26 particularidades de dicha música para insertarla en sus
27 canciones...

28 **(FX FILTRO)** la música pop, rock, hasta el reggae...
29 son algunos ejemplos.

1 **OPERADOR** **ENTRA RUBRICA ENTREVISTA – DJ’S / ELECTRONICA.**
2 **ENTRA RAFAGA- VIENTO EN PP LIGAR CON ROBAN-**
3 **RECREO EN 3P CROSSFADE CON BITMAN- SHINE 40’’**
4 **CROSSFADE ZEROHALIAS- GET ON THE FLOOR REMIX /**
5 **FADE AL TERMINAR LA ENTREVISTA.**
6

7 **JAVIER** Meketrefe... ¿Cómo fue que empezaste a ser Dj?

8
9 **MEKETREFE** Mmm... Pues desde chiquito me gusto todas las cosas que
10 representaban así, el barrio y todo, pues graffiti, tatuajes, bicis
11 y pues no era muy apto para tocar algún instrumento. Pero,
12 sin embargo, me gustaba mucho la música y tenia buen
13 gusto, por mi padre que era muy melómano, por eso decidí
14 incursionar en el mundo de la producción y de Dj. Y pues
15 incursioné y me clave más en lo de la música ¿No? Y hace un
16 par de años tuve la oportunidad de comprar equipo y de
17 empezarme a juntar con gente que... pues dominaba la
18 escena tanto en el rock como de Dj que me motivo a hacerlo
19 ya de manera profesionalmente, por ese tipo de influencias
20 que tenía. ¿No?

21
22 **JAVIER** ¿Cuánto tiempo llevas siendo Meketrefe?

23
24 **MEKETREFE** Alrededor de dos años tengo con éste proyecto, que ha ido
25 subiendo yo creo de manera muy rápida. Sin embargo, quiero
26 seguir... con mi preparación y pues que mejor ciudad que
27 Nueva York ¿No?, que es una de las ciudades que superan al
28 D.F. la otra sería Tokio y el común denominador en estas
29 ciudades, es que su escena urbana es... **(Continúa)**

1 muy parecida, de vanguardia, de metrópoli... de capital. Y
2 pues Nueva York, por qué, porque me late todo el pedo del
3 tatuaje, el graffiti, me late la escena musical que se esta
4 dando ahorita, con los nuevos géneros y los nuevos Dj's y los
5 nuevos tipos de scratcheos y todo. Entonces como a mí me
6 gusta todo eso, pues también es una buena opción para...
7 para crecer en otros aspectos.

8
9 **JAVIER** ¿Qué es lo que te caracteriza?

10
11 **MEKETREFE** Mmm... Pues no se, que tengo un estilo propio, muy urbano y
12 pues no finjo nada, igual puedo... le puede gustar lo que hago
13 a gente con... de diferentes desde el barrio, hasta cosas
14 finas y todo, ósea, abarco muchas cosas, muchos géneros y
15 pues siento que represento todo lo que hago.

16
17 **JAVIER** ¿Cómo ves la escena actual del Dj?

18
19 **MEKETREFE** Pues la veo bien, hay gente que dice “que ahora todos
20 quieren ser Dj's” y yo no creo que eso éste mal. Yo creo que
21 antes si había cien instrumentos musicales que no fueran
22 digitales. Ahora hay doscientos que son gracias a los
23 controladores MIDI y que son muchísimo más baratos y que
24 con un aparato puedes hacer baterías, puedes hacer lo que tú
25 quieras, entonces la gente hace que esa tecnología sea más
26 accesible a la gente y su primera incursión pues es querer ser
27 Dj. De ahí empiezan a salir live sets, empiezan a salir
28 cuestiones de producción y ya se va ampliando el mercado
29 ¿No?. Entonces yo la veo bien... **(Continúa)**

1 y creo que si hay muy buen nivel, lo mismo se toca aquí que
2 en Nueva York o donde sea, ósea, nosotros somos capital del
3 mundo, aquí se hace lo que no se hace ni en... no sé... en
4 ciudades como Ámsterdam...

5

6 **JAVIER** Me puedes dar algunos ejemplos...

7

8 **MEKETREFE** Mmm... Pues no se, dentro de los famosos... Ya todos
9 conocen a No Somos Machos, que son Karim y Pato Watson,
10 son los mejores Dj's, de los mejores. Y de scratcheros, pues
11 el Aztek, tiene una técnica muy buena y... pues de los nuevos
12 de la underground, pues Andre y La Royale que son mis
13 amigos que somos los que tenemos todo el nuevo crew
14 underground en este pedo, organizamos fiestas de más de
15 dos 37mil personas que ningún antro mete eso, ni ningún
16 crew, tenemos gente que nos apoya, como la gente del
17 Imperial, la gente del Rhodesia, Sicario. No sé, tenemos
18 residencia en los mejores antros, ósea, somos un trabuco a la
19 verga.

20

21 **OPERADOR ENTRA RAFAGA INTERFERENCIA LIGAR CON SFX**
22 **SINTONIA DE RADIO CROSSFADE INTERFENCIA ENTRA**
23 **PISTA JS1 EN 3P.**
24 **AL TERMINAR LA VOZ INST. SUBE A PP 10''/ FADE.**

25

26 **VOZ INST.** Escuchaste Malafama...
27 El podcast que fragmenta tu espacio y tiempo.
28 Para llenarte de... cultura urbana

1 **PODCAST:** Malafama
2 **TEMA:** Cultura Urbana
3 **GUIÓN:** Javier Guzmán Barocio
4 **ESTILO:** Literario

6 **VOZ 01** Bienvenidos a una nueva emisión...

7

8 **VOZ 02** Well get...

9

10 **VOZ 03** Muy buenos días tengan todos ustedes...
11 mis queridos radioyentes...

12

13 **VOZ 01** Hola amigos...

14

15 **VOZ 03** Presentamos este programa...

16

17 **VOZ 02** With latin melodies...

18

19 **VOZ 04** Pero con sentimiento...

20

21 **VOZ 05** De la calle...

22

23 **VOZ 03** In authentic latin beat...

24

25 **VOZ 06** To all my people nigros and latinos and even the gringos...

26

27 **VOZ 07** Pero si quieren saber un poco más de que se trata...

28

29 **VOZ 04** Quédense unos minutos con nosotros.

30

31 **VOZ INST.** Malafama... El podcast de la cultura urbana.

1 **J. PABLO**

La vida se encuentra en constante cambio...

2 La vida que existía en las ciudades hace poco más de veinte
3 años no se asemeja en nada a lo que acontece hoy en día. El
4 mundo fue testigo de: Una guerra fría. La caída del muro de
5 Berlín. La creación del Euro. La elección de un candidato afro
6 americano para ejercer el cargo presidencial en Estados
7 Unidos. La muerte del rey del Pop. En pocas palabras se
8 vislumbraron múltiples acontecimientos, económicos, políticos
9 y sociales. Pero, también científicos y tecnológicos. La música
10 paso de ser escuchada en cassette's a cd's y poco tiempo
11 después a lo que hoy conocemos como reproductores
12 digitales. El mundo se volvió cada vez más pequeño gracias a
13 la globalización y a la incursión de nuevas tecnologías como
14 lo es... el Internet. Estos son tan sólo algunos ejemplos de
15 sucesos que permitieron cambiar la manera de pensar del
16 hombre ciudadano, acostumbrado de disfrutar una vida pacífica
17 y placentera. Una vida que dentro de las urbes ya no puede
18 existir en la actualidad, ya que la vida citadina se transformó,
19 dando origen a un nuevo movimiento...

20 llamado...

21 Cultura Urbana.

22 **AMPARO**

23 La cultura urbana, ésta directamente relacionada con la
24 historia de las ciudades del mundo. La historia de cada una
25 de ellas suele ser muy larga, dado que las primeras ciudades
26 surgieron hace más de 15 mil años. Todas fueron creadas
27 para buscar el porvenir, el crecimiento y desarrollo del
28 hombre. No por nada, las ciudades más importantes cuentan
29 con un desarrollo, descomunal. **(Continúa)**

1 Aunque cabe mencionar que hay sus excepciones, pero a
2 final de cuentas todas están sufriendo un cambio continuo
3 que se ha ido generalizando a través de los años y se ha
4 vuelto cada vez mas latente en distintas partes del planeta,
5 dando cabida a lo que hoy se conoce como cultura urbana, la
6 cual para muchos ha sido desapercibida, mientras que para
7 otros ya forma parte de su cotidianeidad.

9 **J. PABLO**

10 La cultura urbana, es un movimiento que se genera a partir de
11 las manifestaciones callejeras... específicamente dentro de
12 los años ochenta alrededor del mundo. No obstante, los
13 primeros en contar con ésta corriente fueron: Nueva York y
14 Londres. Esto debido a que los sucesos que acontecían en
15 tales lugares y en dicha época fueron de cambios radicales
16 para sus habitantes y la mayoría de ellos necesitaban buscar
17 un escaparate para expresar sus sentimientos e ideas. Por tal
18 motivo, varios nichos de personas se empezaron a congregarse
19 para reaccionar ante los diversos sucesos que se
20 presentaron, como lo fueron: las guerras, las invasiones, la
21 uniformidad de los estándares comerciales, la masificación de
22 la información y por supuesto... La globalización.

23 **AMPARO**

24 Tiempo después, los movimientos urbanos se fueron
25 expandiendo a otras ciudades como la Ciudad de México,
26 Johannesburgo, Río de Janeiro y Tokio... Todas ellas vivieron
27 similitudes, pero claro, todas conservaban sus características
28 regionales, mostrando en las calles un reflejo de lo que se
29 vivía, a través de las diversas subculturas nacientes.

Movimientos sociales,

(Continúa)

1 que comenzaron a utilizar las calles como un nuevo medio de
2 comunicación, ya sean en las artes, la música y en los estilos
3 de vida. La globalización jugó un papel muy importante ya que
4 como bien decía Herbert Marshall McLuhan... El mundo se
5 convertirá en una “aldea global” con similitudes de
6 pensamientos... Y así fue, no por nada se dio el nacimiento
7 de la cultura urbana, la cual tiene como común denominador:
8 el usar las calles para expresarse.

10 **J. PABLO**

11 Octavio Paz, afirmaba de que en el mundo actual globalizado,
12 cada vez quedaba menos lugar para la sectorización. Sin
13 embargo, en la actualidad tal idea se ve un poco opacada
14 debido a la naciente cultura urbana, en la cual no dejan de
15 surgir grupos y movimientos subculturales, cada vez más
16 sectorizados que demandan el derecho de ser reconocidos
17 como un estilo de vida, diferente al standard social. Por tal
18 motivo, se dio inicio a la formación de pequeños núcleos
19 sociales conocidos como tribus urbanas... ejemplo de ellos
20 son: los skateboarders, graffiteros, hip-hoperos, Dj's, y
21 muchos otros más, que viven la marginalidad social, no como
22 un castigo, sino por el desconocimiento y poco interés de lo
23 que es una alternativa de identidad...

24 Y de vida urbana.

25 **AMPARO**

26 La cultura urbana, es el reflejo de la evolución de la
27 sociedad. Un ente social que busca destacarse con la
28 exposición de sus ideas como una reacción de lo que se vive,
29 haciéndose valer de los recursos que le provee una
30 metrópoli... las calles. **(Continúa)**

1 Un espacio que con un toque de cliché, es tan grande pero a
2 su vez es tan pequeño, debido a que la mayor parte de ellas
3 se encuentran atiborradas de tantas cosas que no permiten
4 su verdadero flujo para lo que una ciudad fue destinada.
5 Existe tanta demanda social en una urbe, que ni la propia
6 ciudad en ocasiones puede dar abasto a sus habitantes, por
7 lo que las redes sociales que la albergan se manifiestan y
8 marcan la pauta de lo que es éste concepto.

10 **J. PABLO**

11 Uno de los movimientos que forman parte de la cultura urbana
12 es el ya conocido graffiti. Una manifestación cultural que inicio
13 en los años ochenta y en nuestros días ha alcanzado una
14 fuerza extraordinaria... Los estilos del graffiti en la
15 actualidad son variados, existen creaciones con estenciles,
16 stickers o pegantitas... pero su sello distintivo es el uso del
17 aerosol y el muro. Dentro del graffiti convencional, las obras
18 pueden diferenciarse entre las dos formas existentes para
19 pintar: la legal y la ilegal. Los graffiteros a través de estos dos
20 medios buscan crear y elevar sus estándares existentes, con
21 el objetivo de hacer una pieza agradable a la vista. Un
22 movimiento que ha perseguido la perfección desde el
23 momento que surgió y que se encuentra en constante
24 evolución.

25 **AMPARO**

26 El graffiti, surgió como una reacción al entorno. Una que los
27 graffiteros llaman: bombardeo a anuncios y señalizaciones.
28 Sin embargo, las señales y anuncios que se encuentran en
29 las urbes fueron creados por la misma demanda del ser
humano por tener un control del espacio ciudadano. **(Continúa)**

1 La historia de este movimiento comenzó cuando un grupo de
2 individuos en los barrios bajos de la ciudad de Nueva York,
3 empezaron hacer pintas para captar la atención del público,
4 en medio de tanta invasión visual proporcionada por la
5 publicidad. No obstante, varias personas que no están
6 inmersas en tal manifestación cultural, califican al graffiti como
7 terrorismo visual que daña el espacio de terceros. Una
8 enunciación que bien o mal resulta ser una realidad al
9 hacerse de forma ilegal.

10 ENTREVISTA GRAFFITI.

11 **JAVIER** Hola Toño ¿Cómo estas?

12
13 **PSYHEL** Que onda, cómo estas Javi

14
15
16
17 **JAVIER** Puedes decirnos cuál es tu tag...

18
19 **PSYHEL** Pues bueno ahorita la que estoy usando, que ya llevo un rato
20 usando es... "Psyhel", P, S, Y, H, E, L, empecé con una que
21 se llamaba "Frat", pero bueno eso fue como a los trece años
22 yo creo. De ahí me cambie luego a "Hesel" y luego a "Psyhel",
23 la cambie por que tuve una influencia muy, muy loca de
24 repente, muy visual que es "Psy" de psycho y "Hell" que es de
25 infierno en ingles, de ahí el Psyhel.

26
27 **JAVIER** Empezaste a los trece años pero... ¿Qué fue lo que te llevo a
28 hacer graffiti?

1 **PSYHEL** Hijole, pues es una pregunta... medio complicada porque
2 fueron varias cosas. En primera que me gustaba pintar y
3 dibujar y lo hacia bien, para la edad que tenia lo hacia
4 bastante bien. Entonces... este, las paredes yo las veía como
5 un espacio de nadie, completamente disponible... porque por
6 mucho que las casas tengan dueño, las paredes forman parte
7 del ir y venir diario de muchas personas, entonces yo quería
8 comunicarle algo a esas personas, a lo mejor no sabia que
9 era, para mí nada más era la parte artística, pero en realidad
10 no sabia bien que se comunicaba con eso. Y pues
11 básicamente lo que me llevo así, tal cual, fue la habilidad de
12 poder hacer los dibujos que yo quería y la satisfacción de
13 ponerlos en donde yo quisiera.

14
15 **JAVIER** Se que eres grafittero, pero también trabajas ¿No?

16
17 **PSYHEL** Bueno, pues mi vida profesional, digamos por la que me
18 pagan... Soy diseñador publicitario y el B-Side es graffitero,
19 que es como un trabajo para mí, pero... no conlleva la misma
20 responsabilidad de que alguien este sobre ti. Es una onda
21 mucho más artística.

22
23 **JAVIER** ¿Crees que el graffiti es una moda o una etapa?

24
25 **PSYHEL** Ja ja ja, no, pues una moda no, no creo. En realidad la
26 historia se remonta hasta la Grecia Antigua, donde
27 empezaron. No con el fin que tienen ahorita, era un fin
28 meramente publicitario, casualmente y... pues sigue hasta la
29 fecha. **(Continúa)**

1 Entonces una moda, a menos que sea una moda muy, muy
2 extensa ¿No? Y una etapa, no, puede que en cierto momento
3 de tu vida marque una diferencia, pero una vez que la marca
4 es muy difícil que termine, pero pues, no, una moda y una...
5 una etapa, tal cual, no los considero.

6

7 **JAVIER** ¿Cómo ves la escena del graffiti actualmente?

8

9 **PSYHEL** Yo te puedo decir que cuando yo tenía trece años veía mas,
10 mas banda, mas crew's que ahorita. Ahorita lo bueno es que
11 no hay tanta gente haciendo graffiti. Pero los que lo hacen ya
12 traen un nivel muy pro, incluso bueno, pues ya compiten sin
13 broncas a nivel internacional, obviamente si te vas Alemania o
14 a varios países extranjeros, digamos que aquí en México
15 apenas estaría despegando en comparación con los de allá,
16 porque los de allá despegaron hace veinte años, ósea, hay
17 que tomar en cuenta que... el graffiti no... nunca ha sido muy
18 aceptado en México porque lo consideran como vandalismo,
19 cuando en otros países lo consideran arte de la mas pura
20 calidad. Pero en general yo lo veo a la alza, ya se están
21 metiendo en ondas mas culturales, mas de raíces mexicanas.
22 Eso habla de que el nivel en México esta subiendo, porque ya
23 esta teniendo una identificación con el país, ya no es nada
24 mas pintar para que salga bonito, sino ya es comunicar tu
25 cultura y eso esta chido.

26

27 **J. PABLO** El skateboard, un componente más dentro de la cultura
28 urbana tuvo sus inicios a finales de los años setenta y
29 principios de los ochenta. **(Continúa)**

1 De manera específica el skateboarding se originó al sur de
2 California, en los Estados Unidos, influido por la escena surf.
3 En la actualidad aún se desconoce a quién se le ocurrió la
4 idea de ponerle ruedas a una tabla de surf, pero ese fue el
5 parte aguas para la elaboración de las patinetas tal como las
6 conocemos hoy en día. Conforme el patinaje se fue
7 propagando, surgieron también dos modalidades básicas
8 dentro de esta corriente, la del patinaje vertical, realizado en
9 rampas; y la de estilo libre, realizado en superficies planas o
10 en tramos de cualquier entorno urbano.

11 **AMPARO**

12 Debido a su dificultad y su factor de riesgo, el skating se
13 mantuvo como un deporte relativamente subterráneo durante
14 toda la década de los 80. Para inicios de los años 90, el
15 skateboarding tuvo un nuevo repunte de popularidad masiva,
16 impulsado por el interés generalizado hacia los llamados
17 deportes extremos, y la aparición de compañías
18 especializadas en patinaje y de competencias con patrocinios
19 comerciales. Durante esta etapa, se extendió la costumbre de
20 grabar en video toda clase de secuencias y coreografías de
21 trucos, los cuales incrementaron aún más la exposición
22 masiva del skating y todos los usos y costumbres creados a
23 su alrededor. No por nada hoy en día, este movimiento se ha
24 vuelto cada vez más complejo y ha ganado un gran número
25 de seguidores.

26 **ENTREVISTA SKATE.**

27 **JAVIER**

28 Max, cuéntame cómo empezaste a patinar...
29

1 **MAX** Pues mira, empecé en Guadalajara, yo soy nacido en
2 Guadalajara, tengo 18 años patinando, más de la mitad de mi
3 vida, empecé por los amigos de la cuadra que empezaron con
4 una patineta y... empecé a patinar con mis amigos, por mis
5 amigos de Guadalajara, Saúl y Adrián que se los agradezco,
6 que me dieron esa pequeña llave en mi vida y... pues así
7 empecé.

8
9 **JAVIER** Yeah... y... ¿Cómo ves la escena del skate en México?

10
11 **MAX** Pues mira yo siento que el skate en México viene muy fuerte,
12 ya era hora, la verdad teníamos muchos años como en el
13 underground, abajo. Yo creo que es falta de cultura aquí en
14 México, lo que nos hace falta, credibilidad con la gente, que
15 no lo vean tanto ya como vagos ¿No? Que lo vean como un
16 estilo de vida. Yo lo veo así, es mas que un deporte, para mi
17 me ha hecho viajar por todo el mundo, he conocido Australia,
18 Vancouver, Brazil, Argentina, he conocido a gente increíble
19 gracias a la patineta... Y vivo de esto. Este... no cualquiera
20 patina, no es un deporte fácil, es... Para mi todos lo deportes
21 son extremos, para mi el skate del surf, snowboard, son como
22 mas alternativos, ¿No? Y esto eres mas tú, tienes que tener el
23 apoyo de tu familia y de tus amigos ¿No?

24
25 **JAVIER** Bueno... ya que nos hablaste del contexto general del skate
26 tú qué sugerirías...

27
28 **MAX** Pues que se ponga las pilas el gobierno, yo creo es el
29 momento de apoyar a la juventud, **(Continúa)**

1 creo el setenta por ciento de la población en todo México es
2 joven y fomentar mas el deporte, no nada mas el skate, está
3 el roller, está la bicicleta, hacer parques para que la gente
4 patine mejor. Todo esta enfocado a la juventud. A mí, mira el
5 skate me salvo mi vida, este... y me hizo volar.

6
7 **J. PABLO**

Otro de los componentes dentro de la cultura urbana es: el
8 Hip Hop. Los antecedentes del Hip Hop se remontan a la
9 década de los sesenta, cuando en los barrios pobres de
10 Jamaica, por falta de recursos, no se podían contratar bandas
11 de música en vivo y se optó por usar tocadiscos para
12 musicalizar fiestas. Pero como movimiento cultural ciudadano,
13 inicia a partir de los años ochenta, con la similitud de que las
14 personas de escasos recursos, que vivían en las zonas
15 marginales de Nueva York, no podían tener acceso a los
16 centros nocturnos, ya que el costo de ellos era muy elevado.
17 Así, decidieron hacer fiestas en las calles con un tornamesas,
18 el cual tenía la opción de opacar las voces de las canciones y
19 aumentar su velocidad, para que la música fuera más
20ailable.

21
22 **AMPARO**

Sin embargo eso no fue todo, tales ritmos eran acompañados
23 de rimas que la gente hacia, para darle un nuevo sentido a la
24 música. Dicha técnica fue conocida como rapping o rapeo.
25 Individuos asiduos a las fiestas de las calles incursionaron en
26 tal estilo y empezaron hacer juegos de palabras. Después
27 crearon rimas con duraciones específicas y se dio inicio a un
28 nuevo movimiento musical pero también a un estilo de vida.
29 Los primeros intérpretes de Hip Hop, **(Continúa)**

1 se agrupaban de modo similar a las pandillas callejeras,
2 aunque muchas veces eran confundidos, a pesar de tener
3 otro fin... Pero para bien o para mal eso les generó la
4 creación de una imagen de trasgresión, la cual hasta la fecha
5 sigue siendo parte de su atractivo. Una imagen mala de lucha
6 callejera.

8 **J. PABLO**

9 Un nuevo movimiento que nace gracias al Hip Hop es el de
10 los Dj's. El término Dj, resulta de la contracción de la palabra
11 compuesta Discjockey's. Los Discjockey's o Dj's notaron que
12 la ambientación de su música daba para mucho más. Así que
13 algunos incursionaron en hacer música electrónica de manera
14 independiente a pesar de las limitaciones del equipo con el
15 que contaban. Este movimiento comenzó a integrar nuevas
16 bases de ritmo, ante las notas musicales de canciones de
17 otros intérpretes, para así, poder crear lo que hoy en día
18 conocemos como música electrónica, específicamente el
19 "turntablism". Si bien ya existían grupos como Kraftwerk que
20 utilizaban instrumentos electrónicos para crear canciones, no
21 eran precisamente Dj's ya que estos no incorporaron el
22 tornamesas como uno de sus principales instrumentos.

23 **AMPARO**

24 Se entiende que este movimiento va mucho más allá que sólo
25 desempeñarse en la ambientación y producción de la música
26 Hip Hop. No por nada en la actualidad existen un sin número
27 de subgéneros dentro de tal manifestación cultural como lo
28 es: el house, trance, techno, drum & bass, dubstep, etcétera.
29 Subgéneros que son identificables por la velocidad de los
beats en las canciones

(Continúa)

1 y por el tipo de ritmos que se utilizan en ellas, unos son más
2 rápidos y graves mientras que otros son más suaves y lentos.
3 Los Dj's en la actualidad forman parte de una amplia gama
4 musical ya que otros géneros musicales han adoptado ciertas
5 particularidades de dicha música para insertarla en sus
6 canciones... la música pop, rock, hasta el reggae... son
7 algunos ejemplos.

9 ENTREVISTA DJ'S / ELECTRONICA.

10
11 **JAVIER** Meketrefe... ¿Cómo fue que empezaste a ser Dj?

12
13 **MEKETREFE** Mmm... Pues desde chiquito me gusto todas las cosas que
14 representaban así, el barrio y todo, pues graffiti, tatuajes, bicis
15 y pues no era muy apto para tocar algún instrumento. Pero,
16 sin embargo, me gustaba mucho la música y tenía buen
17 gusto, por mi padre que era muy melómano, por eso decidí
18 incursionar en el mundo de la producción y de Dj. Y pues
19 incursioné y me clave más en lo de la música ¿No? Y hace un
20 par de años tuve la oportunidad de comprar equipo y de
21 empezarme a juntar con gente que... pues dominaba la
22 escena tanto en el rock como de Dj que me motivo a hacerlo
23 ya de manera profesionalmente, por ese tipo de influencias
24 que tenía. ¿No?

25
26 **JAVIER** ¿Cuánto tiempo llevas siendo Meketrefe?

27
28 **MEKETREFE** Alrededor de dos años tengo con éste proyecto, que ha ido
29 subiendo yo creo de manera muy rápida. **(Continúa)**

1 Sin embargo, quiero seguir... con mi preparación y pues que
2 mejor ciudad que Nueva York ¿No?, que es una de las
3 ciudades que superan al D.F. la otra sería Tokio y el común
4 denominador en estas ciudades, es que su escena urbana
5 es... muy parecida, de vanguardia, de metrópoli... de capital.
6 Y pues Nueva York, por qué, porque me late todo el pedo del
7 tatuaje, el graffiti, me late la escena musical que se esta
8 dando ahorita, con los nuevos géneros y los nuevos Dj's y los
9 nuevos tipos de scratcheos y todo. Entonces como a mí me
10 gusta todo eso, pues también es una buena opción para...
11 para crecer en otros aspectos.

12

13 **JAVIER** ¿Qué es lo que te caracteriza?

14

15 **MEKETREFE** Mmm... Pues no se, que tengo un estilo propio, muy urbano y
16 pues no finjo nada, igual puedo... le puede gustar lo que hago
17 a gente con... de diferentes desde el barrio, hasta cosas
18 finas y todo, ósea, abarco muchas cosas, muchos géneros y
19 pues siento que represento todo lo que hago.

20

21 **JAVIER** ¿Cómo ves la escena actual del Dj?

22

23 **MEKETREFE** Pues la veo bien, hay gente que dice “que ahora todos
24 quieren ser Dj's” y yo no creo que eso éste mal. Yo creo que
25 antes si había cien instrumentos musicales que no fueran
26 digitales. Ahora hay doscientos que son gracias a los
27 controladores MIDI y que son muchísimo más baratos y que
28 con un aparato puedes hacer baterías, puedes hacer lo que tú
29 quieras,

(Continúa)

1 entonces la gente hace que esa tecnología sea más accesible
2 a la gente y su primera incursión pues es querer ser Dj. De
3 ahí empiezan a salir live sets, empiezan a salir cuestiones de
4 producción y ya se va ampliando el mercado ¿No?. Entonces
5 yo la veo bien... y creo que si hay muy buen nivel, lo mismo
6 se toca aquí que en Nueva York o donde sea, ósea, nosotros
7 somos capital del mundo, aquí se hace lo que no se hace ni
8 en... no sé... en ciudades como Ámsterdam...

9
10 **JAVIER**

Me puedes dar algunos ejemplos...

11
12 **MEKETREFE**

Mmm... Pues no se, dentro de los famosos... Ya todos
13 conocen a No Somos Machos, que son Karim y Pato Watson,
14 son los mejores Dj's, de los mejores. Y de scratcheros, pues
15 el Aztek, tiene una técnica muy buena y... pues de los nuevos
16 de la underground, pues Andre y La Royale que son mis
17 amigos que somos los que tenemos todo el nuevo crew
18 underground en este pedo, organizamos fiestas de más de
19 dos 37mil personas que ningún antro mete eso, ni ningún
20 crew, tenemos gente que nos apoya, como la gente del
21 Imperial, la gente del Rhodesia, Sicario. No sé, tenemos
22 residencia en los mejores antros, ósea, somos un trabuco a la
23 verga.

24
25 **VOZ INST.**

Escuchaste Malafama...

26 El podcast que fragmenta tu espacio y tiempo.

27 Para llenarte de... cultura urbana

28

Bibliografía:

Libros:

- ABBAGNANO Nicola, *Diccionario de Filosofía*. México, Fondo de Cultura Económica, 1991, p.272
- BALSEBRE T. Armand, *El lenguaje radiofónico*. España, Ediciones Cátedra, España, 2004 p.200
- CASTELLS Manuel, *Crisis urbana y cambio social*. México, Siglo XXI, 1987, p.322
- CASTELLS Manuel, *La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos urbanos*. España, Alianza Editorial, 1987. p.566
- CASTELLS Manuel, *La cuestión urbana*. México, Siglo XXI, 1987, p.518
- GARZA Ramiro, *Radio presente pasado y futuro*. México, Edamex, 2000, p. 242
- GARZA Ramiro, *La Radio del siglo XXI*. México, Libros para Todos, 2008, p. 264
- MIZRUCHI, Ephraim & MEADOWS Paul, *Urbanism, urbanization and change: comparative perspectives*, Estados Unidos, Addison Welsey, 1976 p.301
- MORRIS Tee, *Podcasting for dummies*. Estados Unidos, Wiley Publishing Inc., 2006, p 340
- MOSTERÍN Jesús, *La cultura humana*. España, Espasa Calpe - Forum, 2009, p.400
- PRIESTMAN Chris, *Web Radio, for Internet straming*. Estados Unidos, Focal Press, 2005 p.276
- RICHARDSON Hill, *Blogs, Wikis, Podcasts and other powerful webtools for classrooms*, Estados Unidos, Asage Publication Company, 2006, p.143
- RODERO Antón Emma, *Producción radiofónica*. España, Ediciones Cátedra, Madrid, 2005. p.197
- SOSA Plata Gabriel, *Innovaciones tecnológicas de la Radio en México*. Fundación Manuel Buendía, 2004, p.300
- BLACKSHAW Ric, *The Street Art Book: 60 artists in their own words*. Estados Unidos, Harper Collins Publishers, 2009, p. 177
- GASTMAN Roger, *Cultura urbana*. España, Grupo Océano, 2007, p.384
- GASTMAN Roger, *Freight train graffiti*. Londres, Thames&Hudson, 2006, p.288
- HARMON Michael, *Skate*. Random House Books, 2008, p.140
- HUNDERTMERK Christian, *The art of rebellion: The world of street art*. Estados Unidos, Gingko
- MACIAS Anthony, *Mexican American Mojo: popular music, dance & urban culture*. Estados Unidos, Duke University Press, 2008, p. 392
- WALDE Claudia, *Sticker City: paper graffiti art*. Reino Unido, Thames&Hudson, 2005, p.192
- Press, 2005, p. 144
- OLVERA Ma. Fernanda, *Sonidos urbanos*. México, Sonidos Urbanos Producciones, 2008, p.364
- ROMERO Louis Bouis Romero, *Street Art: graffiti, stencils stickers logos*. España, Instituto Monsa, 2005, p.192

Revistas:

SFAUSTINA, *Bloodwars magazine*. Estados Unidos, Abril 2008, p. 88

SFAUSTINA, *Bloodwars magazine*. Estados Unidos, Agosto 2008, p.84

SFAUSTINA, *Bloodwars magazine*. Estados Unidos, Marzo 2009, p.64

SFAUSTINA, *Bloodwars magazine*. Estados Unidos, Julio 2009, p.84

Filmes:

Título: Amar Te Duele

Director: Fernando Sariñana

Guión: Carolina Rivera

Música: Claudia Becker

Montaje: Roberto Bolado

País: México

Año: 2002

Productora: Altavista Films

Duración: 104 min.

Título: And You Don't Stop: 30 Years of Hip-Hop

Director: Richard Lowe

Guión: Bill Adler

Música: Naughty By Nature, Run DMC, Snoop Gogg, Etc.

Montaje: Dana Heinz Perry

País: Estados Unidos

Año: 2004

Productora: Bring the Noise

Duración: 300 min.

Título: Lords Of Dogtown

Director: Catherine Hardwicke

Guión: Stacy Peralta

Música: Mark Mothersbaugh

Montaje: Nancy Richardson

País: Estados Unidos

Año: 2005

Productora: Columbia Pictures Corporation, Art Linson Productions & •Linson Films

Duración: 107 min.

Título: Radio Days
Director: Woody Allen
Guión: Woody Allen
Música: Dick Hyman
Montaje: Susan E. Morse
País: Estados Unidos
Año: 1987
Productora: Orion Pictures Corporation
Duración: 88 min.

Web:

www.adbusters.org
www.culturaurbana.es
www.dancingastronaut.com
www.flawlesshustle.com
www.streetart.com.mx
www.swindlemagazine.com
www.underground-productions.se

Entrevistas:

Carlos Serrano Gutiérrez, Productor de Radio, Grupo IMER, 2009
Marco Miranda Palacios. Productor de Radio, Grupo FORMULA, 2009
Oscar Trinidad Cárdenas, Productor de Radio, Grupo IMER, 2009
Francisco Hernández Lozano "lampaco" Discjockey, Músico, 2009
Oscar Aguilar "Fly One". Graffitero y Diseñador, Kolords Industrials, 2009
Rafael Cortes Leal "Cat Scratcho" Discjockey, Músico y Manager, 2009

PSYHEL. Graffitero y Diseñador Publicitario, Freelance, 2009
MAX BARRERA. Skateboarder Profesional, Casta, 2009
MEKETREFE. DJ y Productor, Imperial - Rhodesia, 2009