



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCION ARTES AUDIOVISUALES
TRABAJO DE GRADO

LAS TRIBUS DEL BAJO: UN DOCUMENTAL SOBRE EL ROCK COMO FENÓMENO SOCIAL

Presentado, por:
Oviedo Posada, Melisa

Como requisito parcial para optar al título de:
Licenciado en Comunicación Social

Realizado con la tutoría del profesor:
Suárez, Emigdio

Caracas, Septiembre 2006

A mis tres sangres, ¡los amo!

AGRADECIMIENTOS

A Emigdio Suárez por ser más que un tutor y llevarme de la mano con su experiencia y jovialidad haciéndolo todo más fácil y divertido.

A Reinaldo J. Hernández S. por casarse conmigo estos años y haberme soportado, por ponerme a prueba siempre que ha hecho falta y por volverse necesario en mi vida.

A mis papás y a Andre por confiar en mí y por darme la seguridad que necesitaba para creer que “el equipo siempre gana”.

A mis fieles amigas de toda la carrera Ite, Ida, Yessy por seguir cerca después del largo proceso en el que nos convertimos mujeres.

A Lucy por darle un último sabor a la mención y acompañarme a cerrar con broche de oro la carrera.

A Gero por ese lindo impulso que me enseñó a preocuparme menos y a ocuparme más.

A Consuelo Rodríguez y Rafael Suárez por sus pertinentes y productivas correcciones.

A Laura Valdivieso Florido por cuidarme y regañarme desde donde quiera que esté.

Y a mis compañeros de carrera. ¡Nos vemos en la calle!

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
MARCO REFERENCIAL	4
1. Capítulo I: “De lo social al <i>rock</i> ”	4
1.1. Cultura y sociedad: procesos humanos	4
1.2. Subcultura y contracultura: reexaminar la sociedad.....	7
1.3. Tribus Urbanas.....	10
1.4. Un estudio: la subcultura del rock	10
1.5. Rock: Fenómeno cultural masivo	13
2. Capítulo II: El <i>rock</i> en sí mismo	15
2.1. Aproximación conceptual	15
2.2. Diferenciación de géneros y subgéneros	17
2.3. Los músicos, el mensaje y las letras	18
2.4. Desde los años 60.....	20
3. Capítulo III: La técnica audiovisual.....	22
3.1. El Documental.....	22
3.2. El Documental antropológico.....	23
3.3. El Docudrama.....	23
MARCO METODOLÓGICO	25
4. Objetivo General.....	25
5. Objetivos específicos.....	25
6. Propuesta del documental.....	25
6.1. Ficha técnica	25
6.2. Estilo Visual.....	26
6.3. Iluminación	27
6.4. Locaciones	27
6.5. Sonido y música	28
7. Desglose de producción	29
7.1. Por entrevistado	29

7.2.	Material de apoyo.....	34
7.3.	Material de archivo.....	35
7.4.	Desglose de ficción.....	35
8.	Técnica de montaje.....	36
9.	Plan de rodaje.....	38
10.	Presupuesto.....	39
10.1.	Resumen.....	39
10.2.	Detalles.....	39
11.	Análisis de costos.....	42
11.1.	Resumen.....	42
11.2.	Detalles.....	43
12.	Guión técnico.....	45
CONCLUSIONES.....		74
RECOMENDACIONES.....		78
ANEXOS.....		79
13.	Planteamiento.....	80
14.	Diseño de entrevistas.....	82
14.1.	Grupo A.....	82
14.2.	Grupo B.....	83
15.	Lista de tomas de ficción.....	85
16.	Escaleta de montaje.....	86
17.	Construcción de luces caseras.....	89
18.	Técnica de montaje.....	91
19.	Software utilizado para edición.....	92
20.	Modelo de carta release.....	93
21.	Entrevistas transcritas.....	94
FUENTES DE INFORMACIÓN.....		111

INTRODUCCIÓN

Una investigación que pretenda acercarse a un objeto de estudio tan contradictorio, complejo e inestable como el *rock* se encuentra con los propios obstáculos que la naturaleza del mismo contiene.

El *rock* visto como un género musical con alta carga simbólica y cultural ha generado innumerables discusiones a lo largo de la historia y ha sido, sin duda, el protagonista de múltiples investigaciones.

Si bien es cierto que las circunstancias originales del nacimiento del *rock* marcaron su carácter contestatario e irreverente, también es cierto que se ha ido propagando a lo largo del mundo cargándose de significados propios y nuevos del país a donde llega. Es sin duda un fenómeno de dimensiones masivas. El problema se presenta al tratar de responder la siguiente pregunta: ¿A pesar de su masificación, es el *rock* un fenómeno contracultural?

Las condiciones que se viven en Venezuela así como las tradiciones culturales e incluso las condiciones geográficas determinan en gran medida la naturaleza de un producto que ha llegado como préstamo. Para los *rockeros* venezolanos las condiciones no son las mismas, ni en tiempo ni espacio, como para que vivan el *rock* como originalmente lo fue: un proceso ideológico además de musical que nació entre grupos segregados y socialmente marginados.

Es indudable que el *rock* de Venezuela en el 2006 no puede ser el mismo de los años 50 en la primera potencia mundial. Pero ¿qué tanto se parece?

Introducción

Se plantea entonces la pregunta sobre el verdadero carácter contracultural que tiene el *rock* en Venezuela actualmente y qué tanto se ha alejado de aquello que pretendía en su nacimiento.

El acercamiento al objeto de estudio y la aproximación al fenómeno del *rock* que se pretenden con esta investigación se apoyan en entrevistas realizadas tanto a los protagonistas del mismo como a científicos de las Ciencias Sociales que han estudiado las manifestaciones musicales y cuya experiencia aporta luces a esta investigación. De tal forma, se contrastan los puntos de vista de las experiencias personales y se certifican con la autoridad de los expertos.

La delimitación geográfica del estudio se circunscribe de Caracas pues la restricción en tiempo y experiencia no permite cubrir todo el territorio nacional. Sin embargo, los hallazgos y referencias podrán proyectarse a la situación venezolana en los casos en los que el escenario presentado no sea exclusivo de la ciudad sino propios de la cultura y condiciones socioeconómicas nacionales.

La música es un asunto de amplias dimensiones que puede ser abarcado incluso en sus múltiples facetas desde diferentes puntos de vista. En este caso, se funden el tema del *rock* con los comportamientos sociales de aquellos individuos que coinciden en gustos musicales.

El método cualitativo, estudiado a través de sus propios protagonistas, justifica la aplicación de técnicas documentales para reconstruir el escenario investigado y traducirlo al lenguaje audiovisual. De esta forma, el discurso final en imágenes y sonido tiene mayor alcance y difusión pues se convierte en un producto más digerible y poderoso que los resultados en papel.

Introducción

Las limitaciones de un trabajo de investigación de pregrado están determinadas justamente por la poca experiencia de los investigadores así como por el poco tiempo disponible para llevar a cabo los objetivos planteados. Sin embargo, existen en este caso otras limitaciones respectivas al objeto de estudio. Entre ellas la compleja definición teórica del género *rock* y los difusos límites que lo separan de otros géneros; la difícil diferenciación entre la característica *underground* y la comercialización; y la gran dimensión y heterogeneidad del grupo estudiado.

Más allá de la difusión del discurso final materializado en un producto audiovisual, se trata de profundizar en los temas que atañen a la humanidad y sobre los cuales la misma se construye. La mirada al propio entorno permite comprenderse a sí mismo y justificar las piezas que conforman el todo.

Los productos audiovisuales permiten congelar, a través de la cámara, una realidad particular de momentos determinados. En este sentido, este documental puede ayudar a la reconstrucción de la memoria histórica de la sociedad de este siglo en el aspecto musical y de manifestaciones culturales.

MARCO REFERENCIAL

1. CAPÍTULO I: “DE LO SOCIAL AL *ROCK*”

Gidens (1994) define a la *sociología* como “el estudio de la vida social humana, de los grupos y sociedades” (p. 41) y además explica que su terreno de acción es muy amplio en tanto que abarca lo cotidiano y lo de carácter mundial.

En este sentido, es válido circunscribir un fenómeno musical que posee características culturales y sociales, como el *Rock*, al campo de estudio de la sociología.

1.1. Cultura y sociedad: procesos humanos

Los individuos que pertenecen a este contexto están inmersos en un espacio y tiempo que determinan sus acciones, estilos de vida e ideología. Visto desde esta perspectiva, valdría la pena preguntarse si los llamados “*rockeros*” forman parte de una cultura y, más específicamente, de una subcultura.

Cultura es entonces un término clave para comprender la aproximación sociológica de este fenómeno. Rocher (1973) la define como:

Un conjunto trabado de maneras de pensar, de sentir y de obrar más o menos formalizadas, que, aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas, sirven, de un modo objetivo y simbólico a la vez, para constituir a esas personas en una colectividad particular y distinta. (pp. 111, 112)

Gelles y Levine (2000) añaden a esta definición un rasgo distintivo sobre la ideología y las expectativas de los miembros que pertenecen a una determinada sociedad. Para los autores la cultura determina, además de las características físicas y conductuales, el modo en que se perciben el comportamiento de los otros y la forma correcta de actuar.

De esta forma se entiende a la cultura como un proceso intrínseco al ser humano. “Somos animales productores de sentido, lo cultural es lo natural”. (D. Mato en conversación personal, 31 de mayo de 2006).

Es ahora preciso diferenciar entre los términos de *cultura* y *sociedad* puesto que, según explica Gidens (1994), es necesaria la existencia de la segunda para que la primera sea posible. Este autor define sociedad como “un sistema de interrelaciones que conecta a los individuos entre sí” (p. 65)

Se puede señalar que también se refiere a grupos de personas que comparten territorio, figura política, cultura e identidad. (Gelles y Levine, 2000). Los autores también añaden a la lista algunos de los elementos que conforman la cultura como normas y sanciones, lenguaje, símbolos y tecnología.

Ahora bien, la *internalización de las normas y valores culturales* no es un proceso innato con el ser humano sino que, por el contrario, es un proceso particular y aprendido que se lleva a cabo en el individuo tanto a nivel personal como con su entorno o instancias socializadoras. Sin embargo, algunos autores aseguran que al considerar otras aristas se puede concebir la participación del individuo en el proceso de internalización de cultura. Así:

Las creencias concebidas abstractamente como parte de una cultura objetivamente descrita, se convierten en creencias del individuo. Los valores se incorporan a su sistema motivacional,

sus necesidades y objetivos, aunque constituidos culturalmente, funcionan como necesidades y fines de carácter personal (Hallowel, 1965, p. 43)

Es decir, aunque ciertamente la socialización se inicia a través del aprendizaje y del contacto con la cultura en la que el individuo está inmerso; durante el proceso se depositan características propias de su personalidad y los valores asimilados adquieren significado personal.

De igual forma, la cultura específica de una sociedad está sometida a la influencia de otras sociedades. Así lo explica el sociólogo Samuel Pérez (En conversación personal, 18 de marzo de 2006) para quién en dicha influencia se da lugar a la transmisión de valores, costumbres y “formas de ver el mundo” de unos individuos a otros, generándose incluso modificaciones de la propia conducta.

La *integración de la cultura* en la personalidad es un tema que desarrolla Rocher (1973), quien comenta que no es posible determinar en cada actor social qué porcentaje de carga subjetiva le asigna a lo que se recibe del medio pero que, una vez asimilados, los conocimientos y aprendizajes se convierten en obligaciones morales de la conciencia que determinan el modo de obrar. Sin embargo, estas obligaciones no se hacen totalmente consientes en cada uno de sus comportamientos cotidianos sino que son internalizadas y se traducen en su propia conformidad.

Con el panorama claro sobre el origen de la cultura y la integración de la misma por parte de los individuos de una sociedad específica, se hace necesario desarrollar, por lo menos *grosso modo*, el proceso de *adaptación al entorno social* que se produce paralelamente. En este sentido se pueden considerar diversos tipos de adaptación: a nivel biológico y psicomotor, afectivo y del pensamiento (Rocher, 1973). El autor plantea que este último

nivel de adaptación “proporciona unas categorías mentales, unas representaciones, unas imágenes, unos reconocimientos, unos prejuicios, unos estereotipos” (p. 138). De esta forma, se asignan unas maneras de pensar que, sin el desarrollo de las facultades intelectuales, podrían restringir el crecimiento de la memoria y la imaginación.

La globalización juega un papel clave para el entendimiento de la producción de cultura, vista como resultado de las interacciones de los actores sociales no como entes aislados sino como actores sociales.

El proceso de globalización implica ante todo establecimiento y desarrollo de nuevas interconexiones y densificación y creciente relevancia de las ya existentes. (...) Aquellas que de algún modo (...) tienden a vincular actores sociales en diversos lugares del planeta que anteriormente no estaban conectados, o, al menos no estaban tan conectados. (Mato, 1995, p. 26)

1.2. Subcultura y contracultura: reexaminar la sociedad

Dentro de una misma cultura pueden existir actores sociales que se agrupen porque comparten gustos, ideología, valores o incluso habilidades que pueden o no coincidir con las de la sociedad hegemónica a la que pertenecen. Este tipo de grupo es conocido, en términos sociológicos, como *subcultura*.

Nanda (1982) la define como “un sistema de percepciones, valores, creencias y costumbres que son significativamente diferentes a los de la cultura dominante” (p.42).

Otra definición, aportada por Gelles y Levine (2000) se refiere a un “conjunto de pensamientos, comportamientos, objetos y vocabulario compartido que distinguen a los miembros de una categoría o grupo de otros

miembros de la sociedad mayor” (p. 691). Según estos autores el origen de las subculturas es el hecho de que la cultura no es enteramente aceptada por todos los individuos que están sometidos a ella en espacio y tiempo. Es por esta razón por la que surgen necesidades de estructuración social que no solamente se resumen al carácter étnico, siendo éste el más común, sino que también acepta vínculos religiosos, de ocupación, estilo de vida, orientación sexual o la edad. En resumen, “la clave es si ellos se ven y son vistos por otros como diferentes” (p. 103).

Marta y Sykes (cp. Costa, Pérez y Tropea, 1996) consideran que es en la juventud cuando la rebelión tiene su mayor potencia y que ésta se manifiesta en la delincuencia, el radicalismo y la bohemia. Las crisis de identidad, típicas de la adolescencia, y las inestabilidades emocionales son factores desencadenantes de conductas sociales como las de las subculturas.

Es entonces el período de la adolescencia una etapa decisiva en la conformación de subculturas pues allí los individuos se encuentran en búsqueda y construcción de su propia identidad y los grupos cercanos con los que comparten les permiten refugiarse y descubrirse a sí mismos. (S. Pérez, en conversación personal, 18 de marzo de 2006).

Los medios de comunicación son factores claves en el desarrollo de las sociedades y en la construcción de sus culturas. Así pues, si bien favorecen el desarrollo de éstas, también lo hacen con los grupos que surgen de ellas:

Si nuestra experiencia de lo real se organiza principalmente mediante las categorías que los medios nos proporcionan para interpretar el mundo, las subculturas también toman de los medios imágenes, marcos de referencia y elementos de diferenciación respecto a otros grupos, que les permiten configurar mejor su propio estilo y extenderse. (Costa, et al., 1996, p. 72)

La apreciación anterior permite visualizar la complejidad de los fenómenos subculturales puesto que más que una sección de la cultura son manifestaciones sociales de forma y carácter particular que no pueden pasar desapercibidos en un estudio del *rock* con aproximación social como el presente.

Otro caso surge cuando las personas que se agrupan poseen valores y costumbres que, a diferencia de los de los miembros de las subculturas, son contradictorios con los de la sociedad hegemónica. Este fenómeno es conocido como *contracultura* y ha sido definido por Gelles y Levine (2000) como los grupos que “activamente se oponen a los valores y prácticas de la sociedad en general” (p.103).

El *rock*, como género musical, dio origen a manifestaciones que se consideraron contraculturales y que tuvieron consecuencias en la sociedad. Actualmente este fenómeno, aunque sigue siendo considerado *underground* por algunos autores, se ha convertido a lo sumo en una subcultura y se ha alejado de la definición contracultural pues a pesar de ser en su mayoría irreverente ante la sociedad, comparte muchas tradiciones de ella. Este tema será ampliado más adelante en este mismo capítulo.

Más allá de determinar cuán contradictorio es un grupo con respecto a la sociedad mayor, vale la pena detenerse en la función social que éstos cumplen. Así:

Las subculturas y aún las contraculturas juegan un importante rol en la sociedad. La ‘rebeldía simbólica’ asegura que los valores y símbolos culturales dominantes no están equivocados con relación a la forma en que las cosas deben ser. Desafiando la cultura de la corriente principal, las subculturas les obligan a los miembros de una sociedad a reexaminar y quizá reafirmar o revisar sus ideas. (Weinstein, 1991, cp. Gelles y Levine, 2000, p. 107)

1.3. Tribus Urbanas

Desde la perspectiva sociológica se puede hablar de *tribus urbanas*, vistas éstas como la “expresión de prácticas sociales y culturales más soterradas, que de un modo u otro están dando cuenta de una época vertiginosa y en constante proceso de mutación cultural y recambio de sus imaginarios simbólicos” (Zarzuri, Ganter, 2006)

El primer autor que utilizó este término fue Michell Maffesolí para quien la sociedad actual no se organiza en grandes instituciones sino en tribus que comparten gustos diversos. Se trata entonces de una “respuesta al proceso de *desindividualización* consustancial a las sociedades de masas, cuya lógica consiste en fortalecer el rol de cada persona al interior de la agrupación” (Maffesolí, cp. Zarzuri, Ganter, 2006)

Igualmente, Costa et al. (1996, p. 57), definen las tribus urbanas como “un conjunto de pautas específicas –subculturales- en las que el joven reafirma su imagen. Este proceso involucra un nivel significativo de compromiso personal”. Para los autores “música y espectáculo deportivo constituyen los dos circuitos más potentes a través de los cuales las tribus canalizan sus energías vitales, las válvulas de escape de mejor y mayor rendimiento emocional” (p. 80).

1.4. Un estudio: la subcultura del rock

El *rock* ha sido objeto de estudio de múltiples discusiones e investigaciones de diversos tipos. Entre ellas ha sido común la aproximación sociológica y antropológica pues se ha presentado en la escena mundial desde su nacimiento primitivo en los años 50 como un fenómeno indiscutiblemente arrasador.

No es casualidad entonces que se explore este mundo valiéndose de las herramientas que aportan las ciencias sociales. Al respecto De Garay (1993) señala que la importancia del estudio del *rock* es que es “un intrincado proceso socio-cultural compuesto por una variada gama de elementos que lo hacen ser una de las expresiones músico-culturales con mayor aceptación y penetración masiva en el mundo contemporáneo” (p. 10).

Sin embargo, hasta ahora se ha hablado del *rock* como fenómeno cultural pero ¿qué características especiales lo hacen diferenciarse de los otros géneros como gustos musicales inmersos en la sociedad?

Dancis (cp. Costa et al., 1996,) interpretó el nacimiento del *rock* como:

Respuesta a la crisis de los valores tradicionales y a la falta de oportunidad para los jóvenes que se manifiestan en los años setenta: el *punk rock* expresa la rabia de las filas del paro y la desilusión de la sociedad moderna por parte de los jóvenes. (p. 79)

Igualmente, Townshen (en Arnaiz, 1980, cp. De Garay, 1993) escribió “el *rock* es un reflejo de lo que está ocurriendo alrededor. Si lo que ocurre es caótico, se puede extraer un orden de ese caos llamándolo caos”. (p. 27)

Por otro lado, Costa et al. (1996) se refieren a la ejecución particular de los miembros del denominado grupo *punk* marcando diferencia con otros jóvenes de otras subculturas quienes se identificaban con productos musicales del mercado comercial, mientras que los *punketos* creaban su propia música con un lenguaje y metalenguaje que transmitía su crítica social.

Estos señalamientos permiten apreciar la cualidad subcultural del *rock* pues precisan características de dichos grupos: crítica social, inconformidad

con los valores impuestos, tradiciones propias, gustos (musicales) en común, necesidades comunicacionales similares e incluso ocupaciones compartidas (hacer música).

Uno de los mejores ejemplos se encuentra justamente en una subcultura estrechamente vinculada al *rock and roll*: el punk. A este grupo pertenecían jóvenes de la clase obrera pero su lenguaje tomaba préstamos de otras tendencias como el *glam rock* con estilos más sofisticados. Sin embargo, “pese a sus acentos proletarios, la retórica *punk* resumada ironía. (...) La retórica canalla y su fijación con la clase y la distinción estaban expresamente diseñadas para debilitar el intelectualismo de la generación anterior de músicos de *rock*.” (Hebdige, 2004, pp. 90 y 91).

Eran grupos con altas cargas de simbología desde su apariencia física hasta las prédicas contra la sociedad burguesa. Sin embargo, dicha simbología está incluso cargada de contradicciones, pues:

La estética punk puede ser leída en parte como la ‘traducción blanca’ de la ‘identidad étnica’ negra (...) por ejemplo, unos de los típicos peinados consistente en una melena petrificada y mantenida en tensión vertical con vaselina, laca o jabón se asemejaba a los estilos ‘natty’ o dreadlock de los negros. (Hebdige, 2004, pp. 92 y 95).

Sin embargo, el punk como muchas de las manifestaciones subculturales de la época se recreó y, a medida que fue definiendo más estáticamente su esquema visual e ideológico, mutó y dio origen a otras formas musicales con carga simbólica y cultural. Tales mutaciones se consolidaron dentro de la propia sociedad hasta el punto en que, como relata Hebdige (2004, p. 133), “el vestido y los emblemas del punk podían comprarse por correo en el verano de 1977” y la evidente masificación de la subcultura se consolidaba en la comercialización de la frase que reza:

“Escandalizar es chic”.

1.5. Rock: Fenómeno cultural masivo

Un género musical que desde sus inicios surgió como herramienta de expresión para un sector marginado de la sociedad, ha estado conformado en sí mismo por contradicciones. De esa forma, existen diversas aristas y perspectivas a considerar para un estudio integral del mismo.

De esa forma, definir al *rock* en tanto que contracultura, subcultura o incluso parte de la cultura hegemónica puede causar un problema metodológico. G. Montiel (en conversación personal, 13 de Diciembre de 2005) propone una diferencia y explica que el *rock* es considerado subcultura desde la perspectiva *underground* de los grupos anónimos que aún no han logrado figurar en los medios. Sin embargo, el fenómeno comercial que se vive en Venezuela, en el que reconocidas marcas y empresas de consumo han firmado contratos con grupos de *rock* reconocidos a nivel nacional e internacional para promocionar sus productos o hacer campañas especiales, lo convierte más en una cultura dado el nivel masivo que ha adquirido.

Así lo apunta Hebdige: “El surgimiento de una subcultura espectacular viene acompañado indefectiblemente de una oleada de histeria en la prensa, Esa histeria es, como no, ambivalente: oscila entre el miedo y la fascinación, entre el escándalo y el entretenimiento” (2004, p. 128).

De tal forma, queda claro que la construcción de una subcultura o contracultura está expuesta a mediatización comercial y es ahí donde corre el riesgo de pasar a formar parte de la corriente principal y convertirse en un fenómeno masivamente aceptado. Como explica A. Calzadilla (en conversación personal, 15 de marzo de 2006) un fenómeno puede nacer

Marco Referencial

como contracultura pero con el tiempo puede convertirse en la cultura de la mayoría. En dicha discusión tiene razón esta investigación.

2. CAPÍTULO II: EL *ROCK* EN SÍ MISMO

“Me botaron de mi casa cuando supieron que me iba a meter a cantante (...) Volví a un ambiente hostil, no me hablaban, de noche dormía con un sombrero y una bolsa para que no me cortaran el pelo. Le dijeron a mi mamá que yo era homosexual, que iba a entrar en las drogas...”

(Trino Mora, cp. por Montiel, 2004, p. 28)

2.1. Aproximación conceptual

Cuando se habla de un género musical como el *rock* es importante determinar la dimensión conceptual según la cual se va a abordar el objeto de estudio.

Por un lado existe la posibilidad de abordarlo netamente como producto musical, para lo cual habría que consultar fuentes especializadas que lo definan en términos de compases y componentes rítmicos. Por otro, está la visión antropológica y sociológica según la cual se consideran aspectos relacionados con las conductas sociales y culturales de *rock* y su entorno. La última visión aporta luces a esta la investigación aunque no se pueden ignorar los términos de la primera.

Ambas vías implican riesgos a la hora de construir un concepto pues, cómo género, tiene préstamo de otros ritmos y como producto cultural pertenece diversas sociedades. A medida que se amplía el horizonte de investigación se van haciendo más evidentes los débiles límites que lo separan de otros géneros como el *hip hop* o el *reggae*.

Se trata entonces del abordaje de un tema que, como apunta F. Allueva (en conversación personal, 15 de diciembre de 2005), por su complejidad representa en sí mismo una contradicción:

Es una moneda de dos caras: el *rock* nace como contracultura, criticando lo existente y en contra de lo establecido y sigue renovando ese carácter contracultural después de 40 años (...) porque sigue siendo contestatario. La otra cara es el mercado, el dinero, el negocio. El *rock* es un gran negocio. Muchos grupos nacen contraculturales y terminan representando al mercado, como los Rolling Stone. (...) El *rock* desde el punto de vista sociocultural es un gran movimiento donde se involucran contracultura y mercado. En algunos momentos es más una cosa que otra pero siempre están presentes los dos elementos.

La caracterización de este género musical que nació como contracultura favorece su esclarecimiento. De Garay (1993) lo define como transnacional, transclasista y transmediático porque no discrimina entre fronteras, clases sociales ni medios de comunicación.

De igual forma, G. Montiel (en conversación personal, 2005) lista algunos de los rasgos particulares de quienes pertenecen al contexto del *rock*. Entre ellos se encuentra la presencia de los tres instrumentos: guitarra, bajo y batería; la vestimenta particular; la referencia a las drogas; las letras de sus canciones; la visión crítica de la sociedad e inconformidad así como el espíritu altruista, iconoclasta y experimental.

Allueva (en conversación personal, 2005) define al *rock* en términos musicales como “un cuarteto electrificado donde hay batería, bajo, otra guitarra y la voz... muy ruidosa de alto volumen y que generalmente las letras están vinculadas a una etapa de la vida que es la adolescencia y la post adolescencia (...)”.

Para Horacio Blanco, vocalista de uno de los grupos más importantes de la historia en Venezuela (en conversación personal, 6 de junio de 2006) lo que diferencia al *rock* de otros géneros musicales es la carga simbólica y la actitud. Premisa en la que A. Escalante (en conversación personal, 30 de junio) coincide y añade que este género es “irreverente, irrespetuoso y grosero”.

En resumen, al definir al *rock* originalmente como fenómeno cultural y musical hay que mencionar el compás rítmico y los instrumentos así como la actitud contestataria que cuestiona las normas y parámetros establecidos.

2.2. Diferenciación de géneros y subgéneros

El *rock* es un género musical que desde sus inicios se ha visto influenciado por diversas tendencias: desde el *rhythm and blues*, country, surf, soul, fult e incluso el jazz y el hip hop. Esta híbrida anatomía produce a su vez que su crecimiento y desarrollo vaya dirigido a la múltiple diversificación hasta el punto de que hoy es posible encontrar versiones latinas, sinfónicas e incluso folklóricas del *rock*.

Tan múltiples como variados son los tipos de *rock* existentes en la actualidad que los límites que separan a un estilo de otro o a un género de otro se hacen cada vez más delgados, dificultando así la categorización de los mismos. “Se ha diversificado tanto que debemos hablar del *rock* fusión. Vamos hacia la fusión y estamos en ella” (F. Allueva, en conversación personal, 2005).

Para la limitación metodológica de esta investigación se considerará banda de *rock* aquella que contenga el formato musical antes mencionado, la imagen evidente respectiva y que se defina a sí misma como tal.

2.3. Los músicos, el mensaje y las letras

“Quiero trabajar en el gobierno

Para que nadie a mi me aguante

Para no sufrir la escasez

Para que me besen los pies

Para tener cinco mujeres

Para ser parte de la corrupción

Para demostrar que soy un buen ladrón”

(Letra del tema Miraflores, Álbum “Aunque usted no lo quiera”, Sentimiento muerto, 1996)

Un fenómeno que empieza cuando los adolescentes escuchan *rock* se va desarrollando y luego son ellos mismos quienes se organizan y forman sus propias bandas de *rock* para imitar pero también para producir su música.

Como explica De Garay (1993, p. 33) “el camino se inicia, en su gran mayoría, por la reunión de amigos o conocidos que comparten determinados gustos, estilos e ideas musicales y que (...) han adquirido cierto conocimiento y dominio de algún instrumento musical”.

Las características de los principales consumidores del *rock* desembocan en la creación de estas comunidades debido al “aspecto psicológico propio de la adolescencia y la necesidad de pertenencia a un grupo. Obviamente ese grupo no son tus padres y te revelas. Músicos, novias, fan, técnicos: ellos son tu grupo de pertenencia.” (F. Allueva, en conversación personal, 15 de diciembre de 2005).

Se podría hablar entonces de un ciclo donde están los que hacen música y quienes la escuchan, que al mismo tiempo pueden llegar a convertirse en productores de nuevo material.

Son dos requisitos fundamentales que deben cumplirse según explica De Garay (1993): “Para ser músico de *rock* se requiere, en términos generales, poseer determinados ‘saberes y técnicas’ musicales, y haber acumulado algún tipo de capital cultural en relación a la historia del *rock*, nacional y extranjero” (p. 33).

Una vez que han surgido los grupos de *rock*, que en un principio imitan, se empiezan a generar sus propios productos musicales que no necesariamente van cargados de sentido ideológico pues según explica Montiel (en conversación personal, 13 de diciembre de 2005) “no en todos los casos hay ideología de fondo. Hay unos en los que no hay análisis social sino un planteamiento artístico y estético”.

Las canciones son un elemento distintivo de este género porque “es quizá la única forma musical que en el contenido de sus letras ‘dice lo que otros callan’, motivo importante por el que llegó a considerarse al *rock* como una contracultura” (De Garay, 1993, p. 26).

Sin embargo, algunos autores aseguran que no es el contenido de las canciones lo que hace al *rock* tan particular pues, según ellos, una vez que las letras son escuchadas pueden llegar a ignorarse debido al sonido y ritmo. “Los *fans* saben que las palabras son sonidos que podemos sentir antes de que sean afirmaciones que podemos comprender” (Marcus, cp. De Garay, 1993, p. 26)

2.4. Desde los años 60

El *rock and roll* es el padre de lo que hoy conocemos como *rock*. Aquel nació a mediados de los años 50 como producto de la mezcla de dos géneros: el *rhythm and blues* propio del proletariado negro norteamericano y el *country and western* que representaba la pobreza y los flujos migratorios. De ambos, el *rock and roll* heredó la estructura rítmica pero también la significación política colectiva y la crítica social.

Posteriormente, ese género híbrido se fue diversificando cada vez más y fusionándose con otros ritmos y tendencias como el folk, el jazz, la cultura hippie y la música latinoamericana, entre otros. El *rock* nació en los 60 como mutación de estilos y así ha sido su desarrollo en la diversidad cultural y musical.

F. Allueva (en conversación personal, 15 de diciembre de 2005) así lo apuntaba: “El *rock* es único y múltiple. Único por su composición musical y múltiple porque en el país donde llega tiene la capacidad de adaptarse”.

De esta forma, llega a Venezuela alrededor de los años 60 y los grupos emergentes empezaron a versionar temas de grandes agrupaciones extranjeras como Los Beatles, The Who, Paul McCartney y Jhon Lennon, entre otros.

G. Montiel (2004) distingue varias etapas en la historia del *rock* venezolano. Al principio sólo se imitaba, luego los grupos empezaron a cantar en inglés y posteriormente a componer material propio. Sin embargo, explica que para ese entonces, aún el *rock* nacional no tenía personalidad propia. Fue justo en 1972 cuando el “sabor venezolano” sale a relucir con más producciones discográficas.

La trayectoria venezolana va desde Los Impala, Los Demonios, Trino Mora, Los Clanners, Los 007, Lady WC, Nancy Ramos; pasando por Vytas Brenner, Spiteri y Gerry Weil; hasta llegar a bandas como La misma gente, Aditus, Arkángel, Resistencia, Témpano, Carlos Morean, Carlos Almenar Otero, Los Buitres, Los Terrícolas, Paul Gilman, Sentimiento Muerto, Desorden Público, Los Amigos Invisibles, Zapato 3 y Caramelos de Cianuro; e incluso hasta otras más contemporáneas que fusionan ritmos y tendencias como Candy 66, Papashanty Sound System, Masseratti y Todosantos

Más de 40 años de historia en las que diversas agrupaciones tratan de dar estilo propio al *rock* nacional. Sin embargo, el proceso de evolución y desarrollo continúa mientras todo indica que la fusión es el camino.

3. CAPÍTULO III: LA TÉCNICA AUDIOVISUAL

El acercamiento al objeto de estudio está condicionado por la perspectiva escogida para tratarlo. En ese sentido, el género audiovisual en el cual se construye el discurso es determinante.

3.1. El Documental

Fundamentalmente, Clemente (1960) lo define como la “película, carente de ficción, que informa con sentido creador y recreativo sobre la vida del hombre actual en su relación con los otros hombres y con el mundo y las circunstancias que lo rodean” (p 24).

Sin embargo, otra definición, un poco más completa, aporta un sentido más personal a su realización. Marciano (citado por Duque, 1999) interpreta al documental como:

(...) Un *collage* de elementos encontrados, tratados y manipulados, pero que cada uno tiene un significado que le es propio. (...) Justamente, el trabajo del documentalista es colocarlos de cierta manera, mezclarlos con otras cosas que también han sido encontradas y cuya composición comienza a tener significado distinto. (...) El documentalista, con todo derecho, los recorta como un *collage*, eliminando su significado original y otorgándoles un valor metafórico distinto, nuevo, más amplio que el significado original (p. 45).

Esta definición permite concebir un documental donde el autor le imprime su sello a la obra final y hacer que ésta siga siendo representación de la realidad y no una mera manipulación de hechos y testimonios.

3.2. El Documental antropológico

El género documental ha sido definido por diversos autores desde los hermanos Lumiere, Flaherty y Grierson hasta autores más contemporáneos. Sin embargo, su clasificación es una tarea ardua y compleja.

La bibliografía aporta un catálogo diverso de tipos de documentales según su intención, su contenido, su estilo e incluso según ejemplos de la historia del cine.

Miranda (Citado por Serrano, 1999) divide al documental antropológico venezolano de acuerdo al tema desarrollado, así: creencias; juegos y trabajos; y, Caracas y otras marginalidades.

Al respecto, los resultados de Aponte (1995) en su investigación sobre el documental antropológico venezolano concluye que este tipo de documental:

Busca que los mismos personajes expresen su visión del mundo. Poner los medios en manos de los protagonistas para que ellos hagan su historia, así se puede llegar a pasar de un documento a un testimonio. Cada documental se debe abordar diferente de acuerdo a la historia y a las costumbres presentes en esa sociedad. (p. 34, 35)

El hombre en sociedad se convierte entonces en el protagonista de un documental sobre las características culturales del *rock*.

3.3. El Docudrama

Dentro del género documental existe una diferenciación llamada *docudrama* que si bien no es muy común en la actualidad no es un invento

reciente. En el docudrama se logra el punto intermedio entre un documento aferrado a la realidad y circunstancias manipuladas en las que participan personajes (actores) que ayudan a relatar y representar dicha realidad. Así: “En el docudrama no se da la combinación de géneros (documental y drama) porque documental y drama son géneros que pertenecen a clasificaciones genéricas cerradas, completas y tan disímiles que ni siquiera se tocan” (Almendros, consultado en la página web <http://www.nestoralmendros.galeon.com> en fecha 11 de agosto de 2006).

Almendros amplía esta definición explicando que:

Si en algo se diferencia este género de los demás géneros fílmicos, es en las peculiares relaciones entre el actor y el personaje que interpreta. En el docudrama, el actor ha padecido los sucesos que se relatan en sus propias carnes. Es, pues, a la vez, sujeto y objeto de la narración.

Este género es en resumen una forma de documentar la realidad haciendo uso de recursos dramáticos para representarla.

MARCO METODOLÓGICO

4. OBJETIVO GENERAL

Realizar un documental sobre el *rock* como fenómeno social en la zona metropolitana de Caracas.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contextualizar el nacimiento del *rock* en Venezuela.
- Definir el entorno social en el que se desarrollan actualmente las bandas de *rock* de la zona metropolitana.
- Especificar las necesidades comunicacionales en los mensajes que emiten los grupos musicales emergentes.
- Asociar el género musical con la necesidad comunicacional.
- Explorar el panorama actual en el que se desarrolla el *rock* como fenómeno de ruptura.
- Determinar el nivel de rechazo o aceptación de la sociedad con respecto a la cultura *rock*.

6. PROPUESTA DEL DOCUMENTAL

6.1. Ficha técnica

Nombre: “*Rock: una cultura hecha documental*”.

Duración: 20 min (aprox.)

Género: Documental antropológico

Dirigido por: Melisa Oviedo

Producido por: Melisa Oviedo

Cámara: Reinaldo Hernández

Edición y montaje: Melisa Oviedo y Harry Febres.

Formato: Video (DVD NTSC)

Sinopsis:

Un personaje real del mundo del *rock* ilustra a través de su rutina diaria la constante contradicción a la que se ve sometida la ideología contracultural que caracteriza a quienes se comprometen con este género musical. Tanto caras conocidas por la industria discográfica como rostros anónimos del negro y del metal relatan sus experiencias en el escenario *rockero* venezolano y demuestran las muchas o pocas gratificaciones que han obtenido de él.

Caracas, 2006.

6.2. Estilo Visual

El documental que surgirá de esta investigación pretenderá dar respuesta a la pregunta sobre el carácter *underground* del *rock* y en ese sentido buscará reproducir el clima psicológico de este fenómeno musical y cultural así como de los personajes que lo conforman.

La participación de la realizadora se hará tangible en el ensamblaje de las piezas, el ritmo y el tono del producto final. Sin embargo, la tendencia a la manipulación de la investigación será controlada.

El hilo conductor entre entrevistas, material de apoyo e información será un personaje que pertenece al entorno estudiado pero quien representará a un personaje de ficción que sirva para ilustrar la cotidianidad de aquellos a los que se refiere el documental. Dicho personaje irá haciendo su rutina del día mientras se va contando una ficción recreada con su historia para verlo incluso en ocasiones describiendo como testimonio sus propias apreciaciones de lo que vive. Esta herramienta otorga al documental el

carácter de docudrama, en el cual se usa a un personaje real del escenario estudiado para representar frente a la cámara las actividades que usualmente lleva a cabo en su rutina diaria.

Se usarán distintas diagonales en los ejes de miradas de los entrevistados para generar una especie de diálogo entre ellos y hacer contrastes con la información obtenida (comparándola, contrastándola o incluso contradiciéndola).

Con la intención de generar un contraste se realizarán las tomas de apoyo y las imágenes de ficción con cámara en mano y movimientos más arriesgados para recrear el ambiente urbano.

6.3. Iluminación

Para las entrevistas en exteriores de los expertos se usará iluminación natural rebotada o iluminación artificial solo en caso de que las condiciones ambientales no sean favorables.

La intención que se quiere lograr es una iluminación que se vea normal sin ser demasiado saturada pero tampoco muy oscura pues el tema restringe un poco la temperatura a usar (para lograr reproducir el clima *underground*). Es decir, para los expertos se usará una iluminación más blanca y para los *rockeros* un tono más bajo que imite el tono emotivo y psicológico.

6.4. Locaciones

Las locaciones para la ficción serán urbanas pues se trata de desarrollar la historia de un personaje que representa al *rockeros* venezolanos y que de día trabaja pero de noche participa de esa cultura.

Igualmente la ciudad como urbe será la columna vertebral en la que se articula el planteamiento pues es el lugar en el conviven todas las fuerzas planteadas en el documental: lo underground y lo comercial, la sociedad y sus contrastes...

Se usarán distintos exteriores y serán escogidos de acuerdo a la intención y tipo de entrevistado. El código de los expertos en ciencias sociales será un ambiente más tranquilo y armonioso como símbolo del conocimiento. Por su parte, los representantes del *rock*, estarán ubicados en escenarios más urbanos y cargados de la realidad social en la que están inmersos. Sin embargo, la locación seleccionada para realizar las entrevistas se adecua a la agenda y disponibilidad del entrevistado, procurando mantener el código estético.

6.5. Sonido y música

Por ser un documental sobre un género musical como el *rock*, se usarán algunos temas respectivos a dicho género. Sin embargo, se hará uso de diferentes estilos para darle otro tono y personalidad a la pieza así como para nutrirla de otras tendencias.

Se usarán los silencios en los momentos adecuados para generar expectativas y reflexión así como para no saturar el contenido audiovisual.

La locución será preferiblemente de una voz masculina no tan grave para darle al mismo tiempo carácter de autoridad y jovialidad pensando en la audiencia.

7. DESGLOSE DE PRODUCCIÓN

7.1. Por entrevistado

- Alejandro Calzadilla
Fecha: 15 de marzo de 2006.
Hora: 10:00 a.m.
Locación: Artimagen.
Condición: Exterior/Día.
Iluminación: Luz natural reforzada con luz artificial direccionada.
Equipos: 2 luces Lowell 250W , balitas inalámbricas, trípode y cámara.
Temas a discutir: Cultura, música, subcultura, identidad cultural, *rock* como subcultura.

- Samuel Pérez
Fecha: 18 de marzo de 2006.
Hora: 04:00 p.m.
Locación: Artimagen.
Condición: Exterior/Día.
Iluminación: Luz natural rebotada.
Equipos: Balitas inalámbricas, trípode, cámara y multidisk.
Temas a discutir: Cultura, música, subcultura, identidad cultural, *rock* como subcultura.

- Daniel Mato
Fecha: 31 de mayo de 2006.
Hora: 11:00 a.m.
Locación: Santa Fe Sur (Residencia del entrevistado).
Condición: Interior/Día.
Iluminación: Luz artificial indirecta.

Equipos: 2 luces caseras 500W (*), balitas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Cultura, música, subcultura, identidad cultural, *rock* como subcultura, globalización.

(* Ver Construcción de luces, Anexo 5 p. 91)

- Luis Laya

Fecha: 01 de junio de 2006.

Hora: 10:00 a.m.

Locación: Artimagen.

Condición: Exterior/Día.

Iluminación: Luz natural reforzada con luz artificial direccionada.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Cultura, música, subcultura, identidad cultural, *rock* como subcultura.

- Abraham García

Fecha: 18 de mayo de 2006.

Hora: 10:00 a.m.

Locación: El Cafetal (Residencia del entrevistado).

Condición: Exterior/Día.

Iluminación: Luz natural reforzada con luz artificial direccionada.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- Horacio Blanco

Fecha: 06 de junio de 2006.

Hora: 07:00 p.m.

Locación: Universidad Simón Bolívar (Estudios de Televisión)

Condición: Interior/Noche.

Iluminación: Luz artificial directa.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- Ivan Loscher

Fecha: 15 de junio de 2006.

Hora: 08:00 a.m.

Locación: Pimentón Films (Estudio de radio).

Condición: Interior/Día.

Iluminación: Luz natural reforzada con luz artificial indirecta.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, apreciaciones del *rock* venezolano, cultura, música, subcultura, identidad cultural, *rock* como subcultura

- Norton Pérez

Fecha: 19 de junio de 2006.

Hora: 07:00 p.m.

Locación: Los dos caminos (Garaje del grupo).

Condición: Interior/Noche.

Iluminación: Luz natural reforzada con luz artificial indirecta.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- PTT Lizardo

Fecha: 26 de junio de 2006.

Hora: 12:00 m.

Locación: Universidad Central de Venezuela (Hospital de profesores)

Condición: Interior/Día.

Iluminación: Luz natural reforzada con luz artificial indirecta.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- Rafael Cadavieco

Fecha: 30 de junio de 2006.

Hora: 10:00 a.m.

Locación: La Mega 107.3 (Sala de reuniones)

Condición: Interior/Día.

Iluminación: Luz natural reforzada con luz artificial indirecta.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- Rafael Juárez y Chaos Avatar

Fecha: 03 de julio de 2006.

Hora: 08:00 p.m.

Locación: CCCT (Estudio de grabación)

Condición: Interior/Noche.

Iluminación: Luz artificial indirecta.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- Alfredo Escalante

Fecha: 04 de julio de 2006.

Hora: 10:30 a.m.

Locación: 92.9 FM (Sala de reuniones)

Condición: Interior/Día.

Iluminación: Luz natural reforzada con luz artificial indirecta.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- Pablo Dagnino

Fecha: 05 de julio de 2006.

Hora: 11:00 a.m.

Locación: Café Arábigo.

Condición: Interior/Día.

Iluminación: Luz natural reforzada con luz artificial indirecta.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- Grupo: Skin

Fecha: 07 de julio de 2006.

Hora: 06:00 p.m.

Locación: Estudios de grabación "*Rock and Fulk*".

Condición: Interior/Noche.

Iluminación: Luz artificial directa.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- Asier Cazalis

Fecha: 18 de julio de 2006.

Hora: 7:00 p.m.

Locación: Estudios de grabación “*Rock and Fulk*”.

Condición: Interior/Noche.

Iluminación: Luz artificial directa.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

- Grupo: Why Me?

Fecha: 20 de julio de 2006.

Hora: 7:00 p.m.

Locación: Los Samanes (Residencia de uno de los integrantes)

Condición: Exterior/Noche.

Iluminación: Luz artificial directa.

Equipos: 2 luces caseras 500W, balitas inalámbricas, trípode, cámara.

Temas a discutir: Experiencias, definiciones de éxito, apreciaciones del *rock* venezolano.

7.2. Material de apoyo

Contenido:

- Tomas de festivales (Nuevas Bandas)
- Grupos ensayando
- Tomas de “comegatos”
- Planos de la ciudad
- Sabana Grande
- Toma de zapatos convers rayados
- Ilustraciones de cangrejo
- Tomas de basura
- Tomas de guitarras e instrumentos

Equipos:

- Cámara MiniDV Panasonic
- Luces (eventualmente)
- Micrófono (sonido ambiente)

Notas:

- Las ilustraciones formaran parte del recurso narrativo

7.3. Material de archivo

Contenido:

- Historia del *rock* en Vzla.
- Nacimiento del *rock* en el mundo.
- Imágenes de estilos *rockeros* en otros países
- Festivales internacionales (Woodstock y otros)
- Festivales Nuevas Bandas
- Videos musicales de grupos

Fuentes:

- Fundación Nuevas Bandas
- Archivo audiovisual de los grupos
- PumaTV

7.4. Desglose de ficción

El recurso “ficcionalizado” del docudrama se manejará según la entrevista con el personaje central que hilará las secuencias. Es decir, partiendo de la entrevista se le preguntará qué actividades hace en su cotidianidad y la cámara lo seguirá. De ser necesario manejar otras tomas adicionales se pautarán según las necesidades de video y audio.

La persona seleccionada para grabar dicho recurso es Andrés Mazzei, baterista de uno de los grupos entrevistados, pues su perfil coincide con el del personaje buscado: que luzca como una persona normal con aspecto y cotidianidad similar a la de cualquier venezolano.

Para la pauta de grabación se seguirá una lista de tomas como punto de partida pero los planos realizados se adaptarán al espacio, tiempo y la necesidad narrativa así como a las ideas que surjan en las locaciones respectivas. La ficción se realizará en un único día en las siguientes locaciones: casa del personaje (cuarto, baño, sala), calle cercana y estudio de ensayos con su grupo. Todos, sitios que revelen su rutina diaria. (Ver lista de tomas en Anexo 3, p. 87).

8. TÉCNICA DE MONTAJE

La investigación en esencia exigía la realización de numerosas entrevistas pues el escenario estudiado es vasto y complejo donde el arqueo de información proveniente de múltiples fuentes otorga mayor credibilidad. Sin embargo, se presenta una nueva dificultad en el manejo del material grabado pues se hace arduo el montaje de un discurso coherente y sólido con un material tan extenso.

El uso de una particular técnica de montaje facilitó el ensamblaje de las piezas que conforman el producto audiovisual concluido. Dicha técnica consiste en construir una especie de cartelera donde se colocan en trozos de papel los clips de video capturados de forma que se construya con ellos el argumento de la pieza.

Para este documental se distinguieron por colores los clips pertenecientes a los distintos entrevistados, agrupados en categorías

discursivas. De igual forma, se utilizaron otros colores para todos los recursos a utilizar en la edición como material de apoyo, fotos, ficción, ilustraciones y música. (Ver fotos en Anexo 6, p. 93). La colorida cartelera permitió identificar el uso excesivo de tal o cual entrevistado o herramienta y modificar su posición en tanto que añadiera desarrollo al argumento y dinamismo al montaje.

Cada trozo de papel contenía el nombre del clip según se había capturado así como una breve descripción del contenido del mismo para poder asignarle una posición en la estructura general.

El marco utilizado para la colocación de los trozos del papel fueron cuatro láminas de anime que representaban los cuatro actos en los que se dividió en documental. Así:

- Acto 1: Introducción. “El *rock* en esencia”: la ciudad como escenario, antecedentes históricos del *rock*, definición del género.
- Acto 2: “¿*Rock* contestatario en Venezuela?”: presentación del argumento.
- Acto 3: “El *rock* que se estira”: desarrollo y defensa del argumento.
- Acto 4: “El *rock* cubre todo”: cierre y conclusiones (el *rock* ha perdido su esencia y como categoría se ha ampliado; es inofensivo en la sociedad venezolana y esta se ha acostumbrado a él; no es un buen negocio en Venezuela)

El programa utilizado para la edición fue *Final Cut 5.0* para *Mac* en cual se construyó un *story board* según el orden establecido en la cartelera de clips. Dicha estructura sirvió como base para el inicio de la fase de postproducción aunque las selecciones fueron modificadas durante la edición y complementadas con material de apoyo y el resto de los recursos.

9. PLAN DE RODAJE

DIA	FECHA	ACTIVIDAD
1	15/03/06	Entrevista Alejandro Calzadilla
2	18/03/06	Entrevista a Samuel Pérez
3	18/05/06	Entrevista a Abraham García (Cangrejo)
4	31/05/06	Entrevista a Daniel Mato
5	01/06/06	Entrevista a Luis Laya
6	06/06/06	Entrevista a Horacio Blanco
7	15/06/06	Entrevista a Ivan Loscher
8	19/06/06	Entrevista a Norton Pérez
9	26/06/06	Entrevista a PTT Lizardo
10	30/06/06	Entrevista a Rafael Cadavieco
11	03/07/06	Entrevista a Rafael Juárez y Chaos Avatar
12	04/07/06	Entrevista a Alfredo Escalante
13	05/07/06	Entrevista a Pablo Dagnino
14	18/07/06	Entrevista a Asier Cazalis
15	20/07/06	Entrevista a Why Me?
16	07/07/06	Entrevista a Skin
17	27/07/06	Ficción
18	28/07/07	Material de apoyo
19	29/07/06	Material de apoyo
20	31/07/06	Material de apoyo

10. PRESUPUESTO

10.1. Resumen

CONCEPTO	COSTO (BS.)
Equipos	5.975.000
Personal técnico	3.550.000
Material virgen	270.000
Transporte y alimentación	130.000
Edición y grafismos	2.000.000
Gastos de oficina y contingencia	100.000
TOTAL (Bs.)	12.025.000

10.2. Detalles

EQUIPOS			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Cámara	150.000	20 (*)	3.000.000
Luces	150.000	17 (*)	2.550.000
Trípode	0	0 (*)	0
Micrófono	50.000	17 (*)	85.000
Balitas inalámbricas	100.000	16 (*)	1.600.000
TOTAL (Bs.)			5.975.000

(*) Pautas de alquiler

Proveedores:

- Artimagen Digital: 12º calle entre 7º y 8º transversal, Altamira. Tlf: 0212-267.11.67. Contacto: Carolina Omedas.

Marco Metodológico

- Contodo Producciones: Av. Ppal Santa Eduvigis. Tlf: 0416-639.16.51. Contacto: Gabriel Guerra.
- Arcorent: Av. Rio de Janeiro c/c New York, Edif.. Guaran. Las Mercedes. Tlf: 0212-993.52.36.

PERSONAL TÉCNICO			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Camarógrafo	50.000	20 (*)	1.000.000
Asist. de iluminación	50.000	17 (*)	850.000
Asist. de audio	50.000	17 (*)	850.000
Asist. de producción	50.000	17 (*)	850.000
TOTAL (Bs.)			3.550.000

(*) Pautas de alquiler

Proveedores:

- Artimagen Digital: 12º calle entre 7º y 8º transversal, Altamira. Tlf: 0212-267.11.67. Contacto: Carolina Omedas.
- Contodo Producciones: Av. Ppal Santa Eduvigis. Tlf: 0416-639.16.51. Contacto: Gabriel Guerra.
- Arcorent: Av. Rio de Janeiro c/c New York, Edif.. Guaran. Las Mercedes. Tlf: 0212-993.52.36.

MATERIAL VIRGEN			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
MiniDV	15.000	15	225.000
DVD	1800	25	45.000
TOTAL (Bs.)			270.000

Proveedores:

- Videophone: CC. Sambil. Tlf: 0212-263.01.49
- Pablo Electrónica: La Candelaria. Tlf: 0212-576.76.85
- Martell: Av. Francisco de Miranda. Chacao. Tlf: 0212-263.73.75

TRANSPORTE Y ALIMENTACIÓN			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Transporte	30.000	1	30.000
Alimentación	100.000	1	100.000
TOTAL (Bs.)			130.000

EDICIÓN Y GRAFISMOS			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Edición	1.500.000	1	1.500.000
Grafismos	500.000	1	500.000
TOTAL (Bs.)			2.000.000

Marco Metodológico

Proveedores:

- Reinaldo Hernández: Tlf. 0412-566.68.51
- Artimagen Digital: 12º calle entre 7º y 8º transversal, Altamira. Tlf: 0212-267.11.67 Contacto: Carolina Omedas.

GASTOS DE OFICINA Y CONTINGENCIA			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Papelería	50.000	1	50.000
Teléfono	50.000	1	50.000
TOTAL (Bs.)			100.000

Proveedores:

- Ofimanía: Av. Andrés Galárraga. Chacao. Tlf: 0212-264.23.23
- Nacho: CC. Galerías Paraíso. El Paraíso. Tlf: 0212-443.77.37
- El mundo del papel: Av. Blandín. Chacao. Tlf: 0212-263.31.44

11. ANÁLISIS DE COSTOS**11.1. Resumen**

CONCEPTO	COSTO (BS.)
Equipos	80.000
Personal técnico	0
Material virgen	290.000
Transporte y alimentación	130.000
Edición y grafismos	300.000
Gastos de oficina y contingencia	140.000
Imprevistos (10%)	92.000
TOTAL (Bs.)	1.032.000

11.2. Detalles

EQUIPOS			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Cámara	0	1	0
Luces (*)	40.000	2	80.000
Trípode	0	1	0
Micrófono	0	1	0
Balitas inalámbricas	0	1	0
TOTAL (Bs.)			80.000

(*) Luces caseras construidas (Ver Anexo 5, p. 91)

PERSONAL TÉCNICO			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Camarógrafo	0	20 (*)	0
Asist. de iluminación	0	17 (*)	0
Asist. de audio	0	17 (*)	0
Asist. de producción	0	17 (*)	0
TOTAL (Bs.)			0

(*) Pautas de alquiler

MATERIAL VIRGEN			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
MiniDV	15.000	15	225.000
DVD	1800	25	45.000
CD	1000	20	20.000
TOTAL (Bs.)			290.000

TRANSPORTE Y ALIMENTACIÓN			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Transporte	30.000	1	30.000
Alimentación	100.000	1	100.000
TOTAL (Bs.)			130.000

EDICIÓN Y GRAFISMOS			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Edición	300.000	1	300.000
Grafismos	0	1	0
TOTAL (Bs.)			300.000

GASTOS DE OFICINA Y CONTINGENCIA			
Concepto	Costo	Cant.	Sub-total (bs.)
Papelería	50.000	1	50.000
Teléfono	50.000	1	50.000
Transcripciones	40.000	1	40.000
TOTAL (Bs.)			140.000

12. GUIÓN TÉCNICO

IMAGEN	AUDIO
FADE IN	
CANGREJO	<p>“Rock and Roll es revolución, that is, eso es lo que es rock and roll, es contestatario. Rock no es conformismo. Todos somos devotísimos de la Santísima Trinidad, sexo, droga y rock and roll”.</p>
ENTRA PRESENTACIÓN (Clips de video de los entrevistados, alternados con fotos)	Música
TEXTO: “SEXO, DROGA Y ROCK AND ROLL”	
TOMAS DE APOYO PARA LA NARRACIÓN	<p>Locutor: “El rock: un género que nació rompiendo parámetros como voz de los grupos sociales marginados. La música que engendró dentro sí críticas a la sociedad burguesa y a las instituciones, hoy forma parte del hecho cotidiano en gran parte del mundo. El rock viajó desde Estados Unidos, la meca del desarrollo, hasta Venezuela, una sociedad caribeña del tercer mundo donde mutó en un nuevo producto híbrido y confuso.</p> <p>El <i>rock and roll</i> nació a mediados de los años 50 como producto de la mezcla de dos géneros: el <i>rhythm and blues</i>, propio</p>

IMAGEN	AUDIO
	<p>del proletariado negro norteamericano, y el <i>country and western</i>, que representaba la pobreza y los flujos migratorios. De ambos, el <i>rock and roll</i> heredó la estructura rítmica pero también la significación colectiva y la crítica social.</p>
<p>DANIEL MATO INSERT: Doctor en Ciencias Sociales.</p>	<p>“El rock en principio, aunque esto lamentablemente, creo se ha desvirtuado mucho, aparece como un movimiento de ruptura de trasgresión con convenciones sociales establecidas y aparece como un reto al poder, al poder político, al poder económico y al poder de ciertas instituciones sociales de la familia; hay montones de rock que tanto en letras como en música, pues, son absolutamente, diría yo, como <i>edulcorados, Light</i>”.</p>
<p>HORACIO BLANCO INSERT: Desorden Público.</p>	<p>“La carga simbólica, yo creo que eso, es lo que más lo diferencia, hoy día incluso más allá de un tema estético de instrumentación, es un cuento de actitud, lo que diferencia al rock de otras tendencias”.</p>

IMAGEN	AUDIO
LUIS LAYA INSERT: Autor del libro Zona de Bandas.	“El rock, como movimiento, entre comillas, éste ha ido perdiendo su filo trasgresor, se ha ido acomodando a ser un accesorio más de la moda y de lo que pasa con los medios de comunicación. El rockero prácticamente se diluye o se mimetiza con cualquier consumidor de otro tipo de música”.
JOSÉ HERNÁNDEZ INSERT: Vocalista Why me?	“Lo digo aquí delante de todo el mundo, yo escuchaba reggeaton, cuando se escuchaba solamente por jams, cuando todavía no era popular”.
PABLO DAGNINO	“Ser rockero ya ni siquiera es romper las reglas, las convenciones”.
IVAN LOSCHER INSERT: Locutor	“Lo que llamamos contestatario incluso ha cambiado el enfoque, la contracultura en los sesenta era una contracultura con una enorme dosis utópica, lo que se trataba era de intentar cambiar la sociedad como un todo”
RAFAEL CADAIECO	“Es una música con mucha energía y con mucha confianza, con mucha actitud, que tiene algo específico que decir, pero que lo dice gritado de alguna manera”.

IMAGEN	AUDIO
<p>ALFREDO ESCALANTE INSERT: Locutor</p>	<p>“Bueno, el rock venezolano que yo sepa, nunca ha sido contestatario, ojala fuese contestatario, este es el momento para que el rock venezolano sea contestatario, pero aquí los músicos no se que les pasa están o achantados o les tienen un bozal de arepa. El rock siempre ha sido el que rompe esquemas, no solamente ponerse una pinta, un pantalón roto, ni pararse los pelos ni nada, ni dejarse el cabello largo, nada de esas cosas, esa es parte de la esencia del rock”.</p>
<p>FICCIÓN: Él personaje se levanta de su cama, va al baño y ensaya batería.</p>	
<p>MATERIAL DE APOYO AL TEXTO</p>	<p>Locutor: Si un grupo rebelde es rechazado por la sociedad, se consolidan los vínculos entre los miembros de esta llamada nueva tribu a la par de que ellos mismos se refugian entre sus atuendos, maquillaje y peinados. Comienza entonces un juego entre la ruptura total y la aceptación obligatoria.</p>
<p>SAMUEL PÉREZ INSERT: Sociólogo</p>	<p>“Un mecanismo para identificarme con mis pares y es al mismo tiempo, un mecanismo para diferenciarme del resto</p>

IMAGEN	AUDIO
	de los que no me gustan, con los que no estoy de acuerdo, los que critico”
RAFAEL JUÁREZ	“El esfuerzo es incluso por tratar de pegar con la sociedad, el proceso es tratar de entender, el esfuerzo es tratar de que la gente no se horrorice cuando yo hablo las cosas que yo pienso, básicamente, no es al revés, no es que yo pienso que soy diferente, ahora voy a tratar de ser diferente, no”.
IVAN LOSCHER	“Se pasó, de los grupos que querían cambiar al mundo, al individuo que quería insertarse en una sociedad más justa, porque somos seres gregarios, queremos pertenecer y en el pertenecer a ciertos grupos nos identificamos y nos brindamos una razón de ser, sobre todo cuando se es muy joven”.
DANIEL MATO	“Esta es la música con la que me identifico, esta es la vestimenta a través de la cual construyo mi identidad, estos son mis amigos, estos son los espacios, en los cuales a mi me gusta hacer mi vida, estos son mis valores, este es mi horizonte de sentido, como individuo y como persona que participa de ciertos colectivos, la familia, el grupo de edad, el colegio, lo que sea, no importa, o sea,

IMAGEN	AUDIO
	mi trabajo, el momento político, pero hay distintos colectivos.
SAMUEL RODRÍGUEZ	“Como pueden ver, nosotros buscamos mucho eso, quizá llamar la atención.”
ASIER CAZALIS INSERT: Caramelos de Cianuro	“Yo creo, que como todos los grupos, al inicio, uno trata de hacer un poco de shock, ¿no?, así llegar, que es lo que te digo, que es lo que me parece que falta un poco ahora no, alguien que diga ahhhhh, que la gente tu sabes, que la gente se escandalice.”
ILUSTRACIONES Y CLIPS DE GRUPOS TOCANDO.	RESPECTIVO A LOS VIDEOS DE LOS GRUPOS.
TEXTO: “LLEGÓ EL ROCK INGENUO A UNA SOCIEDAD INGENUA”	“El rock, como movimiento, entre comillas, éste ha ido perdiendo su filo trasgresor, se ha ido acomodando a ser un accesorio más de la moda y de lo
	que pasa con los medios de comunicación. El rockero prácticamente se diluye o se mimetiza con cualquier consumidor de otro tipo de música”.
TOMAS DE SABANA GRANDE	LOS BEATLES.
LUIS LAYA	“Pero al principio llegó el rock con una visión ingenua, no, o llega con una visión ingenua para insertarse en una sociedad ingenua, entonces eran como dos mochos que se encontraron para rascarse.”

IMAGEN	AUDIO
MATERIAL DE APOYO	Locutor: Y Venezuela no escapó de la gran difusión que estaba viviendo el rock. Sin embargo, los primeros pasos correspondieron al de un rock prematuro y novato que quiso copiar lo que se hacía en otras partes, como en Estados Unidos. Estas nuevas versiones fueron sin duda un importante antecedente para lo que luego empezó a desarrollarse en el país.
CALZADILLA INSERT: Antropólogo.	“Eran grupos que básicamente copiaban lo que se hacía fuera pero lo copiaban en el sentido estricto y perfecto, hacían lo mismo, el formato era el mismo, las canciones eran las mismas y en el mejor de los casos las cantaban en español.
MATERIAL DE APOYO	Locutor: De la Venezuela de los años 50 a la de hoy hay grandes diferencias. Sin embargo el cambio no se ve solo en las calles que se construyeron sobre las fincas ni en los semáforos que sustituyeron a unos cuantos árboles. La sociedad Venezolana dejó de ser ingenua y se apropió de múltiples significados para construir una cultura nueva. ¿Qué se puede decir del nuevo rebelde del rock? ¿Cómo se inserta él en esta sociedad actual?

IMAGEN	AUDIO
SIGUE MATERIAL DE APOYO (TOMAS DE LA CIUDAD)	CANCIÓN "NADA SIGUE IGUAL" DE SENTIMIENTO MUERTO.
TEXTO: ¿CÓMO ES EL ROCKERO VENEZOLANO?	
LUIS LAYA	"Una persona que consume muy rápidamente modas, estilos, tendencias pero que tiene el filo crítico un poco mellado".
IVAN LOSCHER	La contracultura terminó siendo un bluejean de altos costos, no, o sea la contracultura devino en mercancía.
ASIER CAZALIS	"Por otro lado, el que hace música no hace música, cuando comienza, ni en ningún momento por dinero realmente, porque uno hace la música porque le gusta y porque es una necesidad que uno tiene de expresarse".
IVAN LOSCHER	"Por un lado los rock stars viven aun de la predica contra la sociedad, pero se insertan dentro de lineamientos existenciales absolutamente burgueses."
RAFAEL JUÁREZ	Uno no tiene que lidiar con eso, uno se adapta o se va.
CANGREJO INSERT: Ex Seguridad Nacional.	"Yo llegué y me dije a mi mismo, hace unos dos años, bueno vale, yo voy a tener un estilo y mi estilo va a ser netamente underground, y voy ponerle un nombre, yo me voy a quedar en mi casa, yo no voy a salir de mi casa,

IMAGEN	AUDIO
	<p>verdad, y si de verdad mis canciones, verdad, y si de verdad mis canciones y mi cangrejo es alguien, van a tener que venir a mi casa a tocar la puerta”.</p>
<p>PABLO DAGNINO</p>	<p>“En Venezuela tú te pones al margen de la sociedad y te vas a morir de hambre. Me explico, porque aquí el mercado es muy distinto, es mucho más pequeño”.</p>
<p>RAFAEL JUÁREZ</p>	<p>“Sí es de desubicados, sí es un género súper marginado, porque estamos en el Caribe, pues, porque el Caribe es así, entonces, todo lo que tenga que ver con eventos para rockeros, merchandising para rockeros, web site para rockeros, etc., etc., etc., es como artesanal es de a poquito dura poco”.</p>
<p>FICCIÓN: El personaje ve tv, sale de su casa, camina en la calle y se va en taxi.</p>	
<p>RAFAEL CADAVIECO</p>	<p>“Existe el caso del rockero que eventualmente se da cuenta que con el rock no va a poder vivir como quisiera y que eventualmente, tiene que buscar un trabajo adicional para eso, probablemente, y por lo general tienes que haber mantenido una carrera mientras seguías con esto del rock, diseñadores gráficos en cada banda hay uno o dos, en todas las bandas vas</p>

IMAGEN	AUDIO
	a encontrar probablemente un arquitecto, comunicadores sociales a patadas, médicos muy pocos, pero hay”.
RAFAEL JUÁREZ	“Lo que está haciendo el grupo, sigue siendo una inversión a largo plazo, yo soy psicólogo graduado de la Universidad Central de Venezuela, pero trabajo haciendo diseños de página web y música para cine y televisión. Y cada quien tiene su trabajo, hace sus cosas.”
ANDRÉS MAZZEI INSERT: Baterista Chaos Avatar.	“Yo soy Licenciado en Traducción e Interpretación, de la Escuela de Idiomas de la Central, pero más que traducir, más que interpretar conferencias, más que dar clases de interpretación o de cualquier otra cosa, mi meta en la vida, aparte de una familia, una casa, un perro, un hijo y un carro, es despertarme y no tener que hacer otra cosa sino agarrar esta dos y tocar y poder vivir tranquilo de eso.”
RAFAEL JUÁREZ	“En efecto, yo nunca jamás, le recomendaría a nadie en Latinoamérica que piense que se va a dedicar a vivir sólo de la música o sólo de su grupo a menos que su trabajo sea tocar versiones o tocar en bodas y fiestas y esas cosas, si tu vives sólo de la

IMAGEN	AUDIO
	música, entonces tienes que hacer lo que el que te va a pagar quiere que hagas.”
CANGREJO	Yo vivo de las rentas y de ese monto de las rentas me financio mi postura de loco, que es tener todo el tiempo de la vagancia para yo ser yo y vivir este riesgo que yo vivo”.
PTT LIZARDO INSERT: La misma gente	“Aquí no ha sido un gran negocio, tener una bandad de rock and roll, mantener una banda de rock and roll, cuesta unos reales, chama, solamente comprar cuerdas y actualizar tus equipos, eso es una fortuna”
ALFREDO ESCALANTE APOYO: TOMA DE PRECIOS DE LOS INSTRUMENTOS.	“Cuando se le comience a poner difícil la situación de comprar instrumentos para montar una banda se empezarán a dar cuenta de que hacer rock no es cuestión de comprarse la mejor guitarra, sino con la que tengas, hacer el mejor rock”.
FICCIÓN Va al ensayo y camina por el estacionamiento.	Música del ensayo
ALFREDO ESCALANTE	“El rock es irrespetuoso, irreverente y grosero”.

IMAGEN	AUDIO
ASIER CAZALIS	“Todos, todos odiamos, también, pero trato de no drenar eso mucho en mis canciones, pues me parece que no es bueno para el arte”.
CANGREJO	“Esta sociedad obliga al dinero, a mi el parámetro mercantil de la existencia me parece un sumamente mediocre, muy bobo, desde muy pequeño, siempre dije, pero por qué la mentalidad humana llega hasta acá, esta cuestión del interés y dame acá, dame tanto, entonces tu mérito, es tan tonto, igual estoy obligado a parir dinero”.
PABLO DAGNINO INSERT: Ex Sentimiento Muerto/ Píxel.	“Rockero que se respeta nunca va a ser realmente de la sociedad, pero los que tienen que pagar alquiler y hacer un poco de cosas, ya forman parte del sistema”.
CANGREJO	“Pero es un riesgo porque ese tipo de entrega no ofrece ninguna garantía de que tu entrega va a ser remunerada luego”.
PABLO DAGNINO	A Cangrejo si le dieras un programa de televisión estoy seguro que le echaría pichón.

IMAGEN	AUDIO
LUIS LAYA	<p>“La normalidad es la mediana, el más comprometido eventualmente quiere llegar a grabar esa música y eventualmente quiere ser reconocido. El rockero está entrampado con la fama, quiere dar a conocer su producto y como lo va hacer si él lo que es, es un artista, entonces ya no es un tipo que monta unos aparejos en una plaza y hace arte para la calle, bien lo pudiera hacer si no tuviera ese compromiso con su ego, pudiera agarrar su enchufe y ponerse a tocar para la gente, por unas monedas, pero quiere más, allí entra el intermediario que es la piraña de la historia, que se vale de la gente que esta sangrando por fama, por todo eso.</p>
CANGREJO	<p>“Mira, la fama creo que es el atributo que le corresponde a los que hacen cosas excepcionales, así les guste a ellos o no les guste la fama. Vamos a decir que me interesa o no me interesa, vamos a decir que nosotros cuando nacemos locos, vivimos en una eterna contradicción, que es lo que hace que nuestro producto cautive a los demás, mientras esa contradicción está y el querer ser famoso y a la misma vez</p>

IMAGEN	AUDIO
	tampoco quiere serlo creer en la fama y te importa un bledo igual la fama.
HORACIO BLANCO	“El hecho de que una compañía discográfica firme a un artista no necesariamente lo convierte en un producto de laboratorio, en un producto de escritorio, ni remotamente, ni remotamente, mas si tomamos en cuenta que este tema de las casas disqueras, ya es casi parte de la historia, las grandes casas disqueras ya no tienen el poder que tuvieron hace diez años y mucho menos el que tuvieron hace veinte años, hoy en día como que impera la autogestión desde la óptica de los músicos y quizá lo que de alguna forma pueda hacer que una banda se sienta menos subterránea es su contacto, su aparición en los medios masivos de comunicación”.
MATERIAL DE APOYO	Locutor: “El trópico no perdona ni a los más rebeldes. Un paseo por el boulevard de Sabana Grande basta para entender cuán desordenada y homogénea es esta ciudad. ¿Cómo se puede esperar entonces que el rock que rompe parámetros y que critica el orden establecido pueda hacer ruptura en esta

IMAGEN	AUDIO
	sociedad?”
TEXTO: ¿CUÁL ORDEN?	
MATERIAL DE APOYO	Locutor: “Todos terminan llegando a un acuerdo y así lo revelan los grupos que están en la cima pues son producto de un rock casi tropicalizado”
ALEJANDRO CALZADILLA	“Y ese es el caso de Amigos Invisibles y es el caso de Desorden Público y es el caso de Caramelos de Cianuro que se atreve a hacer un tema que se llame ‘martillo tuyero’ o la Puta Eléctrica que se atreve a grabar un tema con Gualberto Ibarreto”.
ILUSTRACIONES CON VIDEOS DE LOS GRUPOS	MÚSICA DE LOS VIDEOS
IVAN LOSCHER	“Ahorita no hay un esquema ideal de construcción de una sociedad, sino un rechazo a la actual”.
RAFAEL JUÁREZ	“Osea, que haya una cola y que nada se mueva en la cola y que estamos ocho horas en la cola, a la gente puede no molestarle, pero hay una de esas personas que dice por qué tiene que haber cola, pregunta y la gente se ríe de ella y cuando tu dices por qué coño tiene que haber cola y te dicen no sé porque hay cola”.

IMAGEN	AUDIO
ALEJANDRO CALZADILLA	“Yo creo que, uno de los elementos más interesantes de la cultura es, cómo ella misma, y cuando habló de cultura habló de gente también, se las arregla para tomar las cosas, bien sea por las buenas o por las malas, procesarlas y de ellas generar productos nuevos”.
TEXTO: “LLEGÓ EL ROCK INGENUO A UNA SOCIEDAD INGENUA”	“El rock, como movimiento, entre comillas, éste ha ido perdiendo su filo trasgresor, se ha ido acomodando a ser un accesorio más de la moda y de lo que pasa con los medios de comunicación. El rockero prácticamente se diluye o se mimetiza con cualquier consumidor de otro tipo de música”.
PTT LIZARDO	“Aquí la gente le tiene muchísimo miedo a los cambios, a los cambios personales y sociales”.
RAFAEL JUÁREZ INSERT: Vocalista Chaos Avatar.	“Esta sociedad es así, esta sociedad es de salsa, merengue, Belmont, Caracas-Magallanes y más nada, aquí no hay más nada, esta sociedad es como Sabana Grande, ¿qué hay en Sabana Grande?, hay millones de puestos de ropa y todos venden lo mismo, hay millones de puestos de discos y todos venden lo mismo, hay millones de puestos de películas y ninguno tiene

IMAGEN	AUDIO
	JFK”
ALFREDO ESCALANTE	“Venezuela es un país <i>sui generis</i> , un país muy extraño y la gente es muy extraña”.
TEXTO: EPISODIO III: “SE TE VA A QUITAR CUANDO MADURES”	
MATERIAL DE APOYO (FESTIVAL INTERCOLEGIAL DEL NUEVAS BANDAS)	MÚSICA
SAMUEL PÉREZ INSERT: Sociólogo UCV	“Este tipo de comportamiento es muy frecuente sobre todo en los adolescentes, hay una búsqueda, digamos quién voy a ser yo en definitiva hacia el futuro, qué voy hacer con mi vida”.
IVAN LOSCHER	“Eso responde a una necesidad inmanente en el ser humano de cooperar a un grupo determinado. Simplemente estás en búsqueda de eso de cuál es tu lugar en la vida”.
ALEJANDRO CALZADILLA INSERT: Antropólogo	“La clave en el caso del rock es el tema de cómo hizo puente con las generaciones de adolescentes y de jóvenes.”

IMAGEN	AUDIO
PTT LIZARDO	<p>“Que yo fui primero músico de rock and roll que estudiante de bachillerato y estudiante de medicina. Aquí en Venezuela todavía se ve el rock and roll como si fuera el acné de los quince años, como si fueran los primeros besos, los primeros amores, como si fuera algo que se te va a quitar cuando madures”.</p>
<p>COLLAGE DE ADOLESCENTES HABLANDO SOBRE EL ROCK</p>	<p>“Cuando me puse a oír el rock así determinadamente, es que me llegó, me llegó, me empezó a gustar y esto es lo que quiero ser.</p> <p>“Es un género de música donde tú puedes descargar, pues, pienso yo, uno puede expresarse verdaderamente como uno es.</p> <p>Pasarla con tus amigos, gozar, cantar y hacer que la gente disfrute.</p> <p>Se siente demasiado bien hacer canciones propias y todo eso, es así como guao y arreglos y arrecheras que uno pasa con la banda, me dijeron así, ahí viene el come gato, en realidad yo no soy come gato, ni nada de eso, nada mas yo soy yo, entonces no me gusta que me tilden de algo no soy.</p> <p>Prácticamente como nosotros, mis letras</p>

IMAGEN	AUDIO
	son de protesta más que todo, sí es un desahogo, es como una forma de expresar lo que tiene, lo que sientes y lo que piensas de la vida.”
HORACIO BLANCO	“A todos se nos vende como un imaginario, como una estructura cultural de qué es un rockero, qué es un rebelde, cómo se debe comportar y qué debe hacer y qué no debe hacer”.
MAS COLLAGE	<p>“Y nos quedamos emocionados ese día y guao.</p> <p>Bueno, mis padres dicen que le eche pichón y ya. Y si a mi papá no le gusta, pues lo siento mucho. Siempre tienes que sacrificar algo, pero yo dudo que tenga que sacrificar algo, porque me gusta lo que hago.</p>
SAMUEL PÉREZ	“Entonces vives como a medias, digamos, no, bueno si yo estoy aquí con mis padres, porque bueno, tengo las cosas más o menos resueltas, voy como cabalgando, no, voy a medias entre una cosa y la otra”.
MATERIAL DE APOYO	Locutor: “Es indudable que en Venezuela el aspecto cultural está estrechamente ligado a lo económico pues la fama garantiza también la difusión de una cultura y sin ésta no hay

IMAGEN	AUDIO
	nada que vender”.
NORTON PÉREZ INSERT: La Puta Eléctrica / Pixel	“La idea es hacer dinero de la música”
ANDRÉS MAZZEI	“Pero si tu quieres que la gente te pague por tocar, si tu quieres que la gente compré tu disco, si tu quieres que la gente vaya a tus conciertos, tu tienes que hacer música para ellos”.
SAMUEL PÉREZ	“A veces, pues, digamos, el éxito exclusivamente medido en términos comerciales depende de cuan profundas sean esas concesiones”.
CANGREJO	“Estamos acondicionados a través de los medios de nuestra educación, de que es lo qué es el éxito y mientras el éxito no se parece a lo que nos dice la televisión, entonces cada uno vive frustrado”.
ASIER CAZALIS	“Cuando uno se siente a gusto, más natural, conforme con lo que uno es, no, empiezas a ser mejor artista, yo creo, no, y eso la gente se da cuenta y que es lo contrario que mucha gente piensa, que mucha gente piensa no se vendieron, fíjate que no tienen eso que tenían en sus primeros discos, no, que yo no se que lo que es, porque a la final son discos que nadie compraba”.

IMAGEN	AUDIO
PTT LIZARDO	“La irreverencia de Los Caramelos de Cianuro, ellos no han tenido que, en absoluto, mediatizar su pensamiento”.
RAFAEL JUÁREZ	“Tuvo que dejar de ser tan Caramelos de Cianuro y comenzar a ser tan pop, pero tan, tan, tan pop, que bueno, a más que tienen un montón de años echándole pichón, adaptaron sus canciones y lo lograron, pero y aún así,
	es uno, no son diez es uno solo, un solo grupo que usa guitarras eléctricas y que suenan las guitarras eléctricas y que lo escucha todo el mundo en todos lados”.
ALFREDO ESCALANTE INSERT: Locutor	“O sea, no creo que vayan, ahh, por el billete a excepción de grupos como Caramelos de Cianuro que identifican por los instrumentos y por la pinta con el rock, pero son producto de un sistema promocional publicitario pagado por grandes transnacionales, no con esto digo que tengan la culpa, ni mucho menos, ellos nunca han sido contestatarios, siempre han sido muy fashion muy dados a complacer.”
RAFAEL JUÁREZ	“El asunto es que para el mercado uno necesita ser una sola cosa, necesita ser como un perrero que vende perros y hamburguesas, más nada, no puede ser

IMAGEN	AUDIO
	un restaurante que vende muchos tipos de comida diferentes, porque entonces, la gente, y básicamente los medios no hayan en que hueco meterte”.
FICCIÓN: Revisa los discos en la tienda.	
CANGREJO	“Nos convertimos en un <i>underground</i> , pero a fuerza de no querer serlo, porque uno lo que quiere es como enseñar lo que se desarrolla”.
CALZADILLA	“Frente al panorama comercial del rock venezolano, por debajo tu tienes un sustrato muchísimo más grande y más fuerte que el que ves arriba”.
JOSÉ HERNANDEZ	“Y a la sociedad me la como yo”
HORACIO BLANCO	“No podemos pues, ser unos James Din o unos Morrison, Jims Morrison, porque es que no pega y no vamos a poder repetir esa historia, además, que es ridículo pretender repetirla”.
PABLO DAGNINO	“Una bandera de rock nacional y vamos todos a ¿qué?, a ser un país de rockeros, me entiendes, o sea, no pana, es música, no es un partido político, ¿qué pasa?”.

IMAGEN	AUDIO
PTT LIZARDO	Porque el rock no tiene que tener ideología, primero que nada el rock en otras latitudes sí ha servido como un vehículo, como un instrumento, un medio de cambio, ha contribuido a las grandes luchas de algunos sectores, pero no en el caso nuestro.
SIGUE PTT LIZARDO	“En Venezuela todavía sigue siendo bastante libre, entonces tu puedes ser frívolo o tu puedes ser serio”
ALEJANDRO CALZADILLA	“Muchas cosas han nacido como respuesta cultural, la gente les ha llamado contraculturas pero al poco tiempo se ha convertido, pues, en cultura del status o cultura de las grandes mayorías o cultura mediática”.
ILUSTRACIONES Y VIDEO DE SENTIMIENTO MUERTO	TEMA NADA SIGUE IGUAL DE SENTIMIENTO MUERTO.
TEXTO: EPISODIO IV: EL ROCK ES COMO LAS CUCARACHAS.	
MATERIAL DE APOYO	Locutor: “Entonces al rockero no le queda más remedio que adaptarse a la sociedad en la que está inmerso porque el reducido mercado no le permite estar fuera de ella. Debe adaptarse a la homogeneidad venezolana y dirigirse a todos en el mismo lenguaje. Para vivir del rock, este debe ser una pieza más

IMAGEN	AUDIO
	del desordenado rompecabezas que constituye a Venezuela. “
LUIS LAYA	“Porque supuestamente vive al margen de la sociedad, pero cuando tu lo ves en la realidad, pareciera que no, que está totalmente digerido por la sociedad”.
DANIEL MATO	“La industrialización de eso que románticamente se asume como las bellas artes, digamos que democratiza el disfrute”.
IVAN LOSCHER	“Abstraerse absolutamente de la sociedad es casi un gesto imposible, sea lo que sea que hagas, siempre estás inserto dentro de la sociedad, porque es irrecusable”.
PABLO DAGNINO	“Para que tu puedas vivir de ello absolutamente tienes que jugar el juego, tienes que meterte en el sistema, es una especie de virginidad mental, ahí, es extraña o de pudor que no tiene ningún sentido, o sea, somos parte de un país, vivimos en la ciudad, hacemos música y si hay gente que oye nuestra música, compré nuestros discos y si son muchos y vendemos muchos discos, ¿cuál es el problema?”

IMAGEN	AUDIO
IVAN LOSCHER	“El capitalismo ha sido siempre muy inteligente, el capitalismo ha sabido evolucionar en el tiempo, si en los cincuenta, este, la moral estadounidense hablaba horrores del rock and roll , en los sesenta se dieron cuenta que lo que tenía que hacer era insertarlo y venderlo como mercancía, sencillamente”.
MATERIAL DE APOYO	Locutor: ¿Que hay dentro de la etiqueta rock? La respuesta sería una hilera de múltiples palabras contradictorias incluso que dan prueba fiel de que el rock es elástico y se estira eternamente permeándose de todo lo que está a su alrededor.”
TEXTO: ¿QUÉ ES ROCK?	
NORTON PÉREZ	“La palabra rockero no existe”
DANIEL MATO	“Bueno, por eso es que yo creo, es mejor hablar de los rock que hablar de el rock, porque creo que efectivamente el rock termina siendo un concepto de genero muy amplio que alberga muchas variantes”.

IMAGEN	AUDIO
ASIER CAZALIS	“En primer lugar, hay que ver que es lo que es la denominación del rock, para muchos el rock es eso, una guitarra distorsionada, pero de repente hay rock que no tiene ni guitarra y eso no quiere decir que sea menos pesado o menos rock and roll que otros”:
HENRY HERNÁNDEZ INSERT: VOCALISTA WHY ME?	“No pienso que porque me gusta el pop, tengo que andar vestido de cierta forma y cuando agarro la guitarra siento quizá lo mismo que siente cualquier persona que se vista de una forma”.
DANIEL MATO	“En sus orígenes, efectivamente el rock es un movimiento contracultural, pero terminó siendo un género incorporado”.
ALEJANDRO CALZADILLA	“Para nosotros la música forma parte del hecho cotidiano en el ambiente, en la calle, en la casa, en la escuela, en el carrito por puesto, somos en esencia unas culturas musicales.”
NORTON PÉREZ	“Hay de todo, puede sonar en la radio, este, puedes dar unos buenos conciertos, puedes tener unas buenas tarimas al año, pero es lo que te digo, no trasciende de ahí”.
ALEJANDRO CALZADILLA	“Yo, creo que el rock es como las cucarachas, a estas alturas, si el rock ya pasó todas las pruebas y ha logrado

IMAGEN	AUDIO
	sobrevivir y mutar, yo creo que nadie va a poder matarlo”.
TEXTO: ¿EL ROCK ES UNA CONTRACULTURA?	
ALEJANDRO CALZADILLA	“Yo no creo que sea exactamente una subcultura o una contracultura, pero si creo que va generando productos nuevos”.
HORACIO BLANCO	“Un gran logro es que sin dejar de ser prioritariamente, mayoritariamente, masivamente subterráneo, underground, ya tiene aceptación, cabida, ya no, es muy raro que alguien ponga mala cara cuando ve a unos rockeros por ahí o escucha unos rockeros por ahí, aunque no les guste, lo entiende”.
LUIS LAYA	“En todo caso, el rock siempre ha estado a punto de morir y eso es una de sus características, que lo hace como una especie de guasón, como que se burla de la historia, porque la historia lo encasilla, lo digiere”
PABLO DAGNINO	“A mi me podrán decir, no, que el rock se murió, si chévere, espérate ahí espérate ahí, sabes, dime donde es el entierro”
TEXTO: PERO, ¿ES UN BUEN NEGOCIO?	
PTT LIZARDO	“Aquí en Venezuela nunca ha sido un buen negocio el rock and roll”.

IMAGEN	AUDIO
ALFREDO ESCALANTE	“Sí, el rock es un buen negocio, un tremendo negocio; en Venezuela, quizás no”.
LUIS LAYA	“Mira, es un buen negocio sobre todo para las disqueras, para los músicos es un buen negocio solamente cuando tienen esos niveles de popularidad que yo no sé si tu o yo algún día conoceremos”.
PABLO DAGNINO	“Va a ser un buen negocio”.
HORACIO BLANCO	“Sí, el rock es un gran negocio, por supuesto, es un gran negocio, suele no serlo para los músicos, creo que tristemente quienes han hecho dinero con el rock han sido, en un tiempo, las casas disqueras, también los manager, también las televisoras”.
ALEJANDRO CALZADILLA	“Que el mercado que el más media se de cuenta que tiene un producto de venta, pues lo agarra y lo tritura y nos lo entrega digerido”.
LUIS LAYA	“Pero ninguno te dice que tu estás obligado a convertirte en un mediocre que acata absolutamente toda la basura que la sociedad quiere que tu te comas, seguramente en el camino te vas a comer parte de esa basura, pero no de la tienes que comer toda no es

IMAGEN	AUDIO
	obligado”.
FADE OUT	
TEXTO CROLL: DATOS DE INTERÉS	“Yo, creo que el rock es como las cucarachas, a estas alturas, si el rock ya pasó todas las pruebas y ha logrado sobrevivir y mutar, yo creo que nadie va a poder matarlo”.
LOGO DEL DOCUMENTAL COMO SELLO	SONIDO DE CAJA QUE CAE
CRÉDITOS	MÚSICA
FADE OUT	

CONCLUSIONES

Dada la naturaleza cualitativa, descriptiva y no experimental de esta investigación, en la que no hubo manipulación de variables, no se pueden realizar conclusiones definitivas pues las mismas carecerían de validez científica.

Según Salkind (1999) la información que se produce de investigaciones descriptivas permite obtener una imagen amplia de un tema que interese explorar y puede servir como base para estudios posteriores.

De esta forma, y una vez concluida la investigación, se pueden resaltar algunos hallazgos importantes con respecto a los objetivos planteados y al tema tratado.

Así, por un lado, el objetivo general se considera cumplido en su totalidad pues el documental audiovisual sobre el *rock* como fenómeno social que se presenta en esta tesis es prueba de ello.

Igualmente, los objetivos específicos planteados para la consecución del mencionado anteriormente fueron alcanzados. Estos se referían a contextualizar el nacimiento del *rock* en Venezuela, explorar y definir el entorno social en el panorama actual de las bandas *rock*, identificar la necesidad comunicacional asociada al género y determinar el nivel de ruptura o aceptación del *rock* por parte de la sociedad. Los hallazgos respectivos se comentan a continuación.

En cuanto al *rock* como género musical se puede comentar que aunque en Venezuela nació como imitación de lo que se hacía en Estados Unidos y la influencia anglosajona aún se ve presente, las producciones musicales

Conclusiones

nacionales de *rock* están empezando a tener identidad propia. Las tendencias van orientadas hacia la fusión de géneros y a la incorporación de instrumentos y ritmos más caribeños y autóctonos.

En el aspecto cultural, a pesar de que el *rock* surgió siendo contestario y con carga de crítica social, se ha diversificado en su naturaleza adaptándose a las tendencias de la mayoría. De igual forma, la sociedad se ha acostumbrado al *rock* tanto en el aspecto estético musical como en la propuesta cultural haciéndose cada vez menos alarmante su presencia en la cotidianidad venezolana.

En tal hecho, la globalización juega un papel determinante pues ella misma incorpora los elementos de la cultura y los reproduce para su propio desarrollo. De esta forma, el *rock* en su diversificación se ha masificado e incorporado a la sociedad como hecho cotidiano, causando menos impacto y ruptura dentro de ella.

Sin embargo, y a pesar de que la esencia de lo que se conoció como contracultura del *rock* ha mutado, se pueden encontrar dentro de dicha categoría ciertas excepciones en las que los personajes viven estilos de vida cercanos a la tradición original y profesan una auténtica actitud irreverente.

Es decir, la categoría del *rock* se ha convertido en una etiqueta polisemántica a la cual pertenecen tanto los extremos del radicalismo *underground* y de la cima comercial; como los puntos intermedios entre una cosa y otra, perfil en el que se encuentra la mayoría.

Más allá de las excepciones, no se puede omitir el hecho de que Venezuela es un país del trópico en el que las condiciones climáticas, geográficas y hasta políticas son distintas a las de los países desarrollados

donde el pragmatismo y el orden conforman parte de la cotidianidad.

Una ciudad cuyo crecimiento ha sido acelerado y desproporcionado al espacio disponible y donde existe sobrepoblación y desempleo no puede sin duda ser la cuna para fenómenos de ruptura a lo establecido como lo fue la subcultura del punk en Gran Bretaña. Surgen en cambio procesos de crítica menos radicales pues ciertamente no existe un rígido estado de las cosas al cual cuestionar. Simplemente, cada individuo responde a sus propias necesidades y deseos.

El hecho económico está estrechamente vinculado al aspecto ideológico, pues la situación ideal de rechazo y aislamiento de la sociedad es casi imposible en la cultura venezolana. Así lo reconoció Abraham García “Cangrejo” (En conversación personal, 18 de mayo) quien reconoció que aunque no comparte la necesidad mercantilista existente en el país, él mismo está obligado a producir dinero para mantenerse.

De igual forma, se confirma la tesis de que por más irreverente y contracultural que sea una banda o individuo necesita el reconocimiento de los demás. Luis Laya (En conversación personal, 01 de junio de 2006) certifica este hallazgo al explicar que el ser humano es referencial y necesita de sus pares para reconocerse a sí mismo. Por lo tanto el total aislamiento carece de sentido en la ideología contestataria del *rock*, al menos en Caracas.

Este hecho está vinculado a la idea de que efectivamente el *rock* no es un buen negocio en Venezuela y por lo tanto las personas que se dedican a él deben mantener una carrera paralela para vivir como quisieran. Así se afirma una vez más la escasa ideología en este escenario del *rock* pues se convierte en una actividad más que en un estilo de vida.

Conclusiones

Una vez confirmado por los entrevistados que el *rock* no es un buen negocio en Venezuela, se explica la razón por la cual la nueva tendencia en la producción musical es la “autogestión” como lo explicaba Horacio Blanco (en conversación personal, 06 de junio de 2006) pues las casas disqueras no invierten en el mercado venezolano y las bandas asumen la tarea con sus propios recursos.

La discusión sobre fenómenos considerados subculturales o contraculturales como el *rock* es universal y antigua, sin embargo sigue estando vigente, pues en ellos el ser humano es el objeto de estudio y su eterna evolución determina la constante investigación. Allí es donde justamente este documental encuentra su razón de ser pues se sostiene en un hecho indudablemente relevante para la sociedad.

RECOMENDACIONES

Para la grabación del documental se siguió el procedimiento estándar utilizado, sin embargo, la edición se realizó a través de la técnica visual de montaje analítico (Ver Marco Metodológico, p. 36).

Dicha técnica representó un verdadero aporte en la selección del material y facilitó el proceso de edición pues con ella permanece claro el planteamiento general del documental así como las premisas necesarias para lograr el objetivo. Igualmente, representa una forma fácil y viable para hacerle seguimiento al desarrollo de la idea en términos de contenido sin distracciones de forma.

A través del uso de colores para cada entrevistado o tipo de entrevistados se puede determinar en qué momento está usado en exceso tal o cual personaje o recurso y se pueden tomar decisiones rápidas y sencillas para no perder de vista el sentido de lo que se dice y lograr el ritmo adecuado.

Se recomienda entonces la aplicación de esta técnica para lograr un montaje con ritmo en un discurso coherente.

Igualmente, se recomienda seguir profundizando en este tema pues el mismo lo requiere. Las investigaciones futuras pueden encaminarse a responder con más detalles las particularidades del *rock* en Venezuela y las redes de cooperación que existen entre los grupos emergentes. También podrían dirigirse a estudiar los pasos que deben seguir las bandas para su desarrollo en Venezuela (conformar el grupo, grabar los temas, presentarse en tarimas públicas, firmar con compañías disqueras, entre otros) así como los obstáculos que se les presentan en proceso de lograr el éxito comercial.

ANEXOS

13. PLANTEAMIENTO

Existe una contradicción entre el estilo de vida ideal de los miembros de la cultura del rock (particular en su carácter contestatario) y las situaciones reales en las que viven en Venezuela.

La realidad es que la situación económica del país, las tradiciones culturales e incluso las condiciones geográficas no permiten que sus estilos de vida se parezcan a lo que imitan: aquellos personajes que vivieron los inicios de un movimiento ideológico además de musical que nació entre grupos segregados y socialmente marginados.

Aquellos grupos se separaban de forma totalmente evidente de la sociedad más amplia que les rodeaba y a la cual criticaban, pero para los *rockeros* venezolanos del siglo XXI es más complejo. A pesar de reclamar los valores y las tendencias ideológicas de la mayoría, contradecir a sus padres e intentar alejarse de lo que piensan, hacen y quieren los demás; terminan acercándose de espaldas a esas costumbres pues no tienen ni la independencia económica, ni el total desapego por lo material como para sacrificar las comodidades de la ciudad por el destino incierto de quien lo cuestiona todo.

Tal realidad no implica la total ausencia de una verdadera ideología (aunque tampoco garantiza su existencia) sino que hace evidentes algunas situaciones particulares que no permiten, por ejemplo, el real aislamiento y congregación de los *rockeros* en comunidades y aldeas.

Las condiciones del país hace que entonces los músicos de negro y metal vivan entre dos aguas: por un lado tocando, escuchando y viviendo *rock* en esquinas con poca luz y donde no los vean los “globalizados”, “consumistas” y “coloridos” de sus vecinos; y, por otro, cuando es día, luciendo como zamuros entre las universidades y mientras pagan la luz o le compran el desayuno a la abuelita. Al terminar la noche están agotados de luchar contra las dos fuerzas y guindan sus convers negros en la pata de la cama.

Son *rockeros* que “viven el *rock*” mientras llega algún ejecutivo que los convierta en la nueva imagen de Pepsi y así podrán “vivir del *rock*”.

14. DISEÑO DE ENTREVISTAS

14.1. Grupo A

- ¿Qué es cultura visto desde la perspectiva de la música?
- ¿Cómo se difunde la cultura a través de la música?
- ¿Bajo que parámetros se puede definir una subcultura?
- ¿Podría ser el *rock* considerado en algunas de sus facetas como una subcultura?
- ¿Cuáles comportamientos sociales y culturales pueden ser observados entre los miembros de las bandas que los hagan asociarse y formar esta subcultura?
- ¿Qué elementos del *rock* se puede decir que crean su identidad cultural que lo diferencia de otro género musical?
- ¿Cómo puede llegar un género musical a convertirse en una subcultura?
- ¿La característica subcultural se ve afectada por el número de personas que pertenecen al grupo?
- ¿Qué tan diferentes deben ser los valores de ese grupo comparado con los de la sociedad en la cual están inmersos?
- Cómo se maneja la regionalidad o identidad de pertenencia con un territorio en las subculturas.
- Qué relación tiene la comercialización de los símbolos propios de una subcultura en su definición underground. ¿Esa comercialización hace que pierda el título de subcultura?
- Paradoja: Las bandas de *rock* se forman con intenciones de protesta de la sociedad a la que pertenecen. En medio de sus procesos de rebeldía generan símbolos que refuerzan su identidad como grupo pero que al mismo tiempo se van masificando en todos los países. ¿Sería

contradictorio entonces pensar que mientras luchan por separarse de un grupo social amplio, crean otro paralelo más amplio aún?
(GLOCALIZACIÓN)

14.2. Grupo B

- Cuéntame un poco como empezaste en el mundo de la música.
- ¿Por qué el *rock*? ¿Cuál es la virtud más valiosa que tiene para ti el genero?
- ¿Cuáles son los símbolos que construyen la identidad de los *rockeros*? ¿Cómo se relacionan el *rock* y carácter demográfico de la edad entre quienes se acercan al *rock*?
- ¿Qué piensas de los típicos comegatos que vemos “disfrazados” de *rockeros* en la calle todos vestidos de negro con collares de metal? ¿De verdad viven lo que transmiten o solo cumplen con un estereotipo?
- ¿En términos de ideología, qué diferencia al *rock* de otros géneros?
- ¿Qué tienen en común quienes hacen *rock*, o que deberían de tener en común?
- Según tu visión y experiencia, ¿que está pasando con el *rock* en Venezuela?
- ¿Se diferencia el *rock* venezolano del que se hace en otros países?
- ¿Tiene carácter particular y único o es más de lo mismo?
- ¿Cómo se hace para hacer que sea underground pero vivir de él al mismo tiempo?
- ¿El *rock* es un negocio rentable? ¿Se puede hacer *rock*, vivir de él y vivir bien o para hacer *rock* hay que empezar por desentenderse de lo material y sacrificar estilo de vida como parte de la ideología?
- ¿Qué tan fácil es desprenderse de los vicios de nuestra sociedad y asumir valores y rutinas de vida separadas de ello? ¿Qué tan difícil es decir, no me interesa como viven los demás, me aílo de este entorno y

genero mi propia subcultura? (No voy a la universidad, trabajo ni uso los servicios que usan los demás)

- ¿Qué opinas de aquellos que viven el *rock* pero no una forma tan intrínsecamente aceptada y “calbagan a medias” entre la sociedad y querer reclamar de ella?
- ¿Es Venezuela un territorio donde se puedan general subculturas o contraculturas fuertes como las de las tribus marginales donde nació el *Rock and Roll*?
- ¿Cómo se puede hacer *rock* con carácter venezolano?
- ¿De qué forma se puede explotar nuestra situación y circunstancias para crear productos de calidad y profundidad ideológica?
- ¿Cómo crees que serían, si existieran en Venezuela, las verdaderas tribus que vivieran el *rock*?
- ¿Sería posible que estas tribus pudieran apropiarse ciertos espacios y crear su propia territorialidad?
- ¿Qué tan cierto puede ser pensar que parte del desarrollo y evolución que ha tenido el *rock* en su historia es gracias al apoyo comercial?
- ¿Cómo luchar contra las compañías que quieren beneficiarse de la comercialización de *rock*? ¿Se desvirtúa éste al convertirse en un producto de consumo masivo?
- Hay quienes dicen por ahí que el “*rock* es como las cucarachas, ha sobrevivido todas las pruebas y ya nadie va a poder matarlo”. ¿Qué opinas de eso?
- Si pudieras tomar una foto en la que expresaras como se ve el *rock* en Venezuela actualmente, ¿qué veríamos en esa foto?

15. LISTA DE TOMAS DE FICCIÓN

- Paneo por el cuarto y la casa que reflejen el perfil del personaje
- Se levanta de la cama (puede ser con despertador o según la costumbre de Andrés)
- Se cepilla los dientes
- Se afeita
- Se viste, se arregla
- (Rutina de despertarse)
- Habla por teléfono
- Ve TV
- Lee un libro o una revista
- Prepara desayuno/almuerzo (desde varios ángulos para tener distintos planos y usar pantalla dividida)
- Ensaya (Sólo si lo suele hacer)
- Llega a su casa de noche
- Se acuesta de nuevo
- Sale del edificio y se monta en el metrobus, carro... (puede haber tild y paneos)
- Camina por la calle (juego de velocidades, zoom y planos cortos y generales desde distintos ángulos.
- Entra al banco
- Va a la panadería
- Compra el periódico (KIOSCO)
- Hace el mercado
- (Rutina diaria y según los locales y comercios que veamos cerca)
- Va a una tienda de discos y ve los que están en la categoría "Rock"
- Pasea por Sabana Grande
- Va a dar clase de batería

- Va al ensayo con su banda

16. ESCALETA DE MONTAJE

Clip / texto	Descripción
2daCangrejo10	Sexo, droga y <i>rock and roll</i> .
TEXTO 2	Esencia del <i>rock</i> y contexto histórico.
Mato5 ---- Escalante3	El <i>rock</i> debe ser... pero...
FICCION	Andrés tocando.
TEXTO 2	Imagen universal del <i>rockero</i> que rompe esquemas y no se adapta pero entre ellos se identifican y protegen.
Samuel8 --- Asier9	Identificación y posicionamiento de los <i>rockeros</i> .
IMAGEN-MÚSICA	Fotos de Caracas vieja y de los grupos que versionaban con sus canciones (Darts y 007).
Laya1	El <i>rock</i> llegó a una sociedad ingenua..
TEXTO 3	La llegada del <i>rock</i> a Venezuela..
Calzadilla5	Eran grupos que versionaban.
IMAGEN	Más tomas de la historia del <i>rock</i> en Vzla. LUEGO FADE
IMAGEN	Tomas de la ciudad: desorden, caos, cola, basura, caribe. Transición a que se hace de día.
TEXTO 4	La ciudad dejó de ser ingenua. ¿Cómo se posiciona el <i>rockero</i> dentro de esa nueva urbe desordenada y caótica?

Anexos

Laya3 --- RJ11	¿Cómo es el <i>rockero</i> en Vzla?
FICCIÓN	Rutina diaria. Usar el audio de su día y usar lo de su profesión.
Cadavieco4 --- Escalante7	<i>Rockeros</i> con otras profesiones. OJO: poner parte de ficción sobre el audio de la entrevista de Andrés.
IMAGEN	Tomas de la ciudad.
FICCION	Que va al estudio. Y camina en el CCCT.
Escalante8 --- Laya4	Al <i>rockero</i> no le queda más remedio que adaptarse a esa sociedad tropical. FADE
TEXTO 5	Esta sociedad subdesarrollada tiende a la homogeneización. Es la capital más grande del caribe y en esa condición al <i>rockero</i> se le dificulta causar verdaderas rupturas. Los más famosos terminan tropicalizándose y dejando la irreverencia un poco.
Loscher2 --- Escalante6	Esta sociedad es como Sabana Grande y la gente es muy extraña.
IMAGEN	Tomas del intercolegial.
Samuel5 --- Samuel6	Los adolescentes <i>rockeros</i> .
TEXTO 6	En Venezuela en hecho social y lo económico del <i>rock</i> se solapan. Es un ciclo: no hay nivel porque no hay donde tocar pero como no hay donde tocar el <i>rock</i> no se fortalece sino que se diluye con otro géneros y por ende no surge.
Norton8 --- RJ3	¿Que hay que hacer para vivir del <i>rock</i> ?
FICCIÓN	Cierre de la ficción.

2Cangrejo1-- Calzadilla3	Aquí el <i>rock</i> no tiene ideología. Hay que hablarle a todo el mundo.
TEXTO 7	Cierre: El <i>rockero</i> definitivamente debe adaptarse a esta sociedad porque le pequeño mercado no le permite estar fuera de ella si quiere vivir del <i>rock</i> . El capitalismo es tan inteligente que lo absorbe obligandolo.
Laya6 --- Calzadilla5	El <i>rockero</i> está digerido por la sociedad, el capitalismo lo incluyo en la sociedad Venezolana.
IMAGEN	Tomas de apoyo pa refrescar
Loscher8	Sigue la misma idea ¿?
TEXTO 8	Se ha desvirtuado el estereotipo del <i>rock</i> y la categoría se ha ampliado.
Skin2 --- Calzadilla5	La palabra <i>rockero</i> no existe (HAY DE TODO)
TEXTO 9	Hacia donde va el <i>rock</i> ¿Es un contracultura?
Calzadilla5 Dagnino15	No creo que el <i>rock</i> sea contracultura, pero no se ha muerto.
TEXTO 10	¿Es el <i>rock</i> un buen negocio en Venezuela?
Escalante1 --- Asier11	No es un buen negocio. Te adaptas pero no estas obligado a comerte toda la basura.

17. CONSTRUCCIÓN DE LUCES CASERAS

Materiales:

- 8 tubos PVC $\frac{3}{4}$ " de 15 cm.
- 2 tubos PVC $\frac{3}{4}$ " de 75 cm.
- 4 tubos PVC 1" de 15 cm.
- 2 tubos PVC 1" de 1.50 cm.
- 2 empates de T 1"
- 6 empates de T $\frac{3}{4}$ "
- 8 tapones $\frac{3}{4}$ " (Sin rosca)
- 2 reflectores de halógeno 500 W
- 2 pasadores
- Pega

Procedimiento:

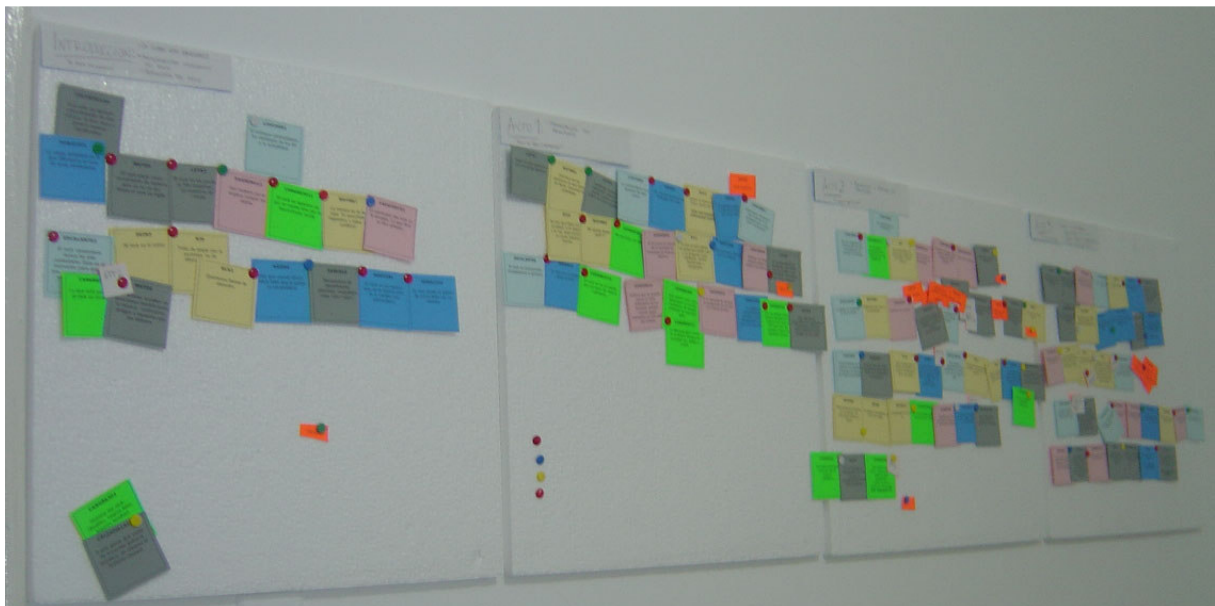
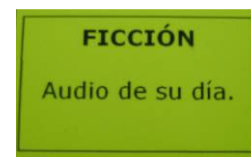
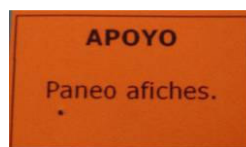
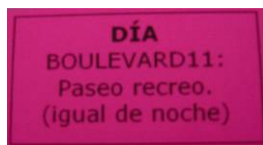
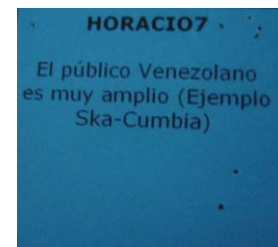
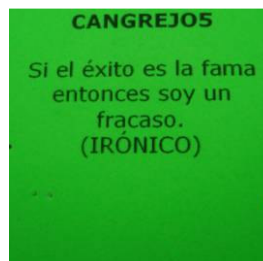
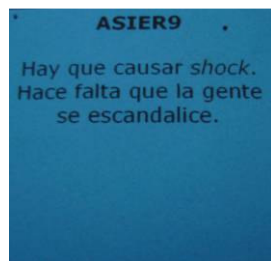
Con estos materiales se harán dos bases para las dos luces de halógeno. Primero se unen los dos tubos de 1" de 15 cm. con el empate de T de 1" haciendo que la parte mas pequeña quede orientada hacia arriba que es donde encajará el paral (esto se hace para cada base). A cada extremo restante se le coloca las T de $\frac{3}{4}$ " donde se pondrán los tubos de 15 cm. de $\frac{3}{4}$ ". Finalmente se le colocan los tapones en el extremo de los 4 tubos quedando una base cuadrada con forma de doble T.

Para los paraleles se utilizarán los tubos de 1.50 cm. de 1" y de 75 cm. de $\frac{3}{4}$ ". Éste último irá dentro del primero y se le abrirán huecos a lo largo cada 10 cm. Haciendo que coincidan, se le abre al tubo de 1" un solo hueco en el extremo superior donde se pondrá el pasador que nivelará la altura de la luz.

Este paral se pondrá sobre la base armada anteriormente y al final se usarán dos empates de T añadidos a la luz para encajar en el tubo que tiene los huecos, quedando así el reflector a distintas alturas controlables. Posteriormente se realiza la conexión eléctrica para lograr que las luces funcionen correctamente. Se recomienda añadir a los cables un interruptor.

18. TÉCNICA DE MONTAJE

La técnica de montaje utilizada (Ver Marco Metodológico, p. 37) se ilustra a continuación con las imágenes de los trozos de papel correspondientes a cada uno de los clips capturados. Igualmente se ilustra la cartelera usada para armar la estructura argumental con los clips.



19. SOFTWARE UTILIZADO PARA EDICIÓN

- iMac G5 de 20"
- Procesador de 2.0 GHz
- 250 Gb Disco Duro
- 1 Gb RAM
- Final Cut 5.0
- Live Type
- After Effects
- DVD Studio Pro
- Photoshop para Mac

20. MODELO DE CARTA RELEASE

Caracas, 15 de agosto de 2006

Yo, Samuel Pérez, autorizo a Melisa Oviedo, productora general y directora este documental sobre el *rock* como fenómeno social, a que use mi imagen y voz para el producto audiovisual grabado en el 2006 como trabajo especial de grado para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello.

Samuel Pérez

Melisa Oviedo
Productora

21. ENTREVISTAS TRANSCRITAS

Cangrejo:

- ¿Cómo defines al *rock*?

Rock and Roll es revolución, that is, eso es lo que es. *Rock and roll* es contestatario. *Rock* no es conformismo, todos somos devotísimos de la Santísima Trinidad: sexo, droga y *rock and roll*. Yo creo que *rock and roll* sin actitud, sin vivencia real de los que lo están intentando hacer, simplemente no sirve, no llegan a ninguna parte. Mi actitud es propia. Yo llegué y me dije a mi mismo, hace unos dos años, bueno vale, yo voy a tener un estilo y mi estilo va a ser netamente underground, por ponerle un nombre, yo me voy a quedar en mi casa, yo no voy a salir de mi casa, verdad, y si de verdad mis canciones, verdad, y si de verdad mis canciones y mi cangrejo es alguien, van a tener que venir a mi casa a tocar la puerta.

- ¿Pero en ese estilo de vida te alejas de lo que se espera que hagas?
¿De que vives?

Yo vivo de las rentas y de ese monto de las rentas me financio mi postura de loco, que es tener todo el tiempo de la vagancia para yo ser yo y vivir este riesgo que yo vivo. Esta sociedad obliga al dinero. A mi el parámetro mercantil de la existencia me parece un sumamente mediocre, muy bobo, desde muy pequeño, siempre dije, pero por qué la mentalidad humana llega hasta acá, esta cuestión del interés y dame acá, dame tanto, entonces tu mérito, es tan tonto, tan mediocre, pero ciertamente desde que estoy muy joven lo estoy sufriendo, siento que es una imposición, yo no se, de mentes incapacitadas, no se, ya como un parámetro obsoleto de lo que es llevar la vida, igual estoy obligado a parir dinero. Pero como dices tu, mi estilo de vida es un riesgo porque ese tipo de entrega no ofrece ninguna garantía de que tu entrega va a ser remunerada luego, es una entrega de ti hacia ti mismo, pero no hay ningún título para músico, tu tienes que ver una vez que

tu te entregas a ver si por lo cual te entregaste le guste a los demás.

- ¿Te interesa la fama?

Mira, la fama creo que es el atributo que le corresponde a los que hacen cosas excepcionales, así les guste a ellos o no les guste la fama. Vamos a decir que me interesa y no me interesa, vamos a decir que nosotros cuando nacemos locos, vivimos en una eterna contradicción, que es lo que hace que nuestro producto cautive a los demás, mientras esa contradicción está y el querer ser famoso y a la misma vez tampoco quiere serlo, creer en la fama y te importa un bledo igual la fama. En realidad la vida que estamos diseñando hoy, dice que no estamos como muy preocupados en sacar esto adelante comercialmente, aunque estamos sufriendo la carestía económica en muchas partes, muchos aspectos, pero vamos a decir que eso es debido a nuestro propio sentido de libertad, y suerte que no queremos comprometernos con absolutamente nada, ni siquiera con lo que puede ser provechoso como para mi en este caso. Estamos acondicionados a través de los medios de nuestra educación, de que es lo que es el éxito y mientras el éxito no se parece a lo que nos dice la televisión, entonces cada uno vive frustrado.

Quizás uno es una especie de psicólogo loco de los que ve los acontecimientos y entonces te adelantas, quizás con las canciones en contra actitud, pero te adelantas tanto a tu propio medio donde vives que tu medio no entiende y como tu medio no entiende qué es lo que estás haciendo o qué es lo que quieres proponer, entonces te prohíben, pues, que fue lo que nos pasó a nosotros como la Seguridad Nacional y que nos mantuvo en lo que puede llamarse el underground.

Nos convertimos en un underground, pero a fuerza de no querer serlo, porque uno lo que quiere es como enseñar lo que se desarrolla, uno siempre quiere la aprobación de los demás quizás muchos de algunos románticos te digan que no, yo no creo en nada de eso, todo el que hace quiere que los demás aprueben lo que uno hace.

Ivan Loscher

- ¿Cree que el *rock* sea contestatario?

Lo que llamamos contestatario incluso ha cambiado el enfoque, la contracultura en los sesenta era una contracultura con una enorme dosis utópica, lo que se trataba era de intentar cambiar la sociedad como un todo. Pero ahora se pasó, de los grupos que querían cambiar al mundo, al individuo que quería insertarse en una sociedad más justa, porque somos seres gregarios, queremos pertenecer y en el pertenecer a ciertos grupos nos identificamos y nos brindamos una razón de ser, sobre todo cuando se es muy joven.

Pero actualmente ese enfoque ha cambiado. La contracultura terminó siendo un jean de altos costos, no, o sea la contracultura devino en mercancía. Y además está llena de contradicciones: por un lado los *rock* stars viven aun de la predica contra la sociedad, pero se insertan dentro de lineamientos existenciales absolutamente burgueses. Por eso digo que ahorita no hay un esquema ideal de construcción de una sociedad, sino un rechazo a la actual.

- ¿Entonces se puede decir que el *rock* se incorporado dentro de la sociedad?

El capitalismo tiene como lógica solamente pensar en su mera reproducción y su crecimiento, no este, desde esa perspectiva el capitalismo hecha mano de todo lo que le pueda servir para acrecentar su imagen y expandir su imagen en los distintos sectores de una sociedad. Y como los individuos no somos seres aislados buscamos estar en grupos. Eso responde a una necesidad inmanente en el ser humano de copertenecer a un grupo determinado. Simplemente estás en búsqueda de eso de cuál es tu lugar en la vida. Además está otro factor y es que abstraerse absolutamente de la sociedad es casi un gesto imposible, sea lo que sea que hagas, siempre estás inserto dentro de la sociedad, porque es irrecusable.

Entonces, el capitalismo ha sido siempre muy inteligente, el capitalismo ha sabido evolucionar en el tiempo, si en los cincuenta, este, la moral estadounidense hablaba horrores del *rock and roll*, en los sesenta se dieron cuenta que lo que tenía que hacer era insertarlo y venderlo como mercancía, sencillamente, y sigue siendo cada vez más una enorme potencial de mercancía, al extremo de que tenemos toda clase de *rock*. Tu te quieres escapar de la sociedad, quieres vivir en comuna, Ok, nosotros tenemos la musicalidad para eso, porque ya existe la musicalidad para eso, simplemente, entonces, firmamos a alguien que dé cuenta de ello.

Daniel Mato:

- ¿Es el *rock* una contracultura?

En sus orígenes, efectivamente el *rock* es un movimiento contracultural, pero terminó siendo un género incorporado. El *rock* en principio, aunque esto lamentablemente, creo se ha desvirtuado mucho, aparece como un movimiento de ruptura de trasgresión con convenciones sociales establecidas y aparece como un reto al poder, al poder político, al poder económico y al poder de ciertas instituciones sociales de la familia, mas que todo; pero hoy en día hay montones de *rock* que tanto en letras como en música, pues, son absolutamente, diría yo, como edulcorados, Light o algo por el estilo, donde todo eso se ha perdido.

- ¿Pero los individuos que pertenecen al *rock*, se mueven en grupos?
¿Eso los convierte en una subcultura?

No necesariamente. Ellos ubican: esta es la música con la que me identifico, esta es la vestimenta a través de la cual construyo mi identidad, estos son mis amigos, estos son los espacios, en los cuales a mi me gusta hacer mi vida, estos son mis valores, este es mi horizonte de sentido, como individuo y como persona que participa de ciertos colectivos, la familia, el grupo de edad, el colegio, lo que sea, no importa, o sea, mi trabajo, el

momento político, pero hay distintos colectivos, es como creo que nos vamos posicionando en nuestra participación en distintos sectores sociales y como se van produciendo, digamos, los posicionamientos de esos actores sociales, en tanto digamos combinatorias o integratorias de colectivos de individuos.

- ¿Cree que el *rock* se haya comercializado?

Bueno, la industrialización de eso que románticamente se asume como las bellas artes, digamos que democratiza el disfrute. Pero el *rock* ha cambiado mucho y ahora es difícil hablar de él en general. Por eso es que yo creo, es mejor hablar de los *rock* que hablar de el *rock*, porque creo que efectivamente el *rock* termina siendo un concepto de genero muy amplio que alberga muchas variantes.

Horacio Blanco:

- ¿Qué diferencia al *rock* de otras tendencias?

La carga simbólica, yo creo que eso, es lo que más lo diferencia, hoy día incluso más allá de un tema estético de instrumentación, es un cuento de actitud, lo que diferencia al *rock* de otras tendencias, por ejemplo, hoy día en Latinoamérica hay muchas bandas que tocan cumbia siendo *rockeros* y tu escuchas la música y es cumbia, pero ves a los tipos y no puedes dudar que están haciendo *rock*, por eso te digo, lo que diferencia al *rock* de otras tendencias es la actitud.

- ¿Un grupo pierde su esencia cuando se convierte en comercial?

El hecho de que una compañía discográfica firme a un artista no necesariamente lo convierte en un producto de laboratorio, en un producto de escritorio, ni remotamente, ni remotamente, mas si tomamos en cuenta que este tema de las casas disqueras, ya es casi parte de la historia, las grandes casas disqueras ya no tienen el poder que tuvieron hace diez (10) años y mucho menos el que tuvieron hace veinte (20) años, hoy en día como que impera la autogestión desde la óptica de los músicos y quizá lo que de alguna forma pueda hacer que una banda se sienta menos subterránea es

su contacto, su aparición en los medios masivos de comunicación. Cuando una banda aparece en dos (2) o tres (3) programas de Venevisión o de RCTV, o que sé yo, hasta ahí podría ser. Sin embargo, en mi opinión, eso no tiene porque desvirtuar la esencia de la banda ni siquiera su discurso, es solo que está empleando los medios de comunicación para mostrar lo que está haciendo.

- ¿Cómo es el *rock* en Venezuela?

A todos se nos vende como un imaginario, como una estructura cultural de qué es un *rockero*, qué es un rebelde, cómo se debe comportar y qué debe hacer y qué no debe hacer. Pero en Venezuela eso no puede ser así. No podemos pues, ser unos Jim o unos Morrison, Jims Morrison, porque es que no pega y no vamos a poder repetir esa historia, además, que es ridículo pretender repetirla. Este, en primer lugar, hay que ver que es lo que es la denominación del *rock*, para muchos el *rock* es eso, una guitarra distorsionada, pero de repente hay *rock* que no tiene ni guitarra y eso no quiere decir que sea menos pesado o menos *rock and roll* que otros.

- ¿Es contracultural en Venezuela?

Pues mira, yo creo que un gran logro es que sin dejar de ser prioritariamente, mayoritariamente, masivamente subterráneo, underground, ya tiene aceptación, cabida, ya no, es muy raro que alguien ponga mala cara cuando ve a unos *rockeros* por ahí o escucha unos *rockeros* por ahí, aunque no les guste, lo entiende.

- ¿Es un buen negocio?

Sí, el *rock* es un gran negocio, por supuesto, es un gran negocio, suele no serlo para los músicos, creo que tristemente quienes han hecho dinero con el *rock* han sido, en un tiempo, las casas disqueras, también los manager, también las televisoras y por supuesto quienes manejan los derechos de autor han hecho inmensas, inmensas fortunas, los músicos sentimos mucho más respeto, para nosotros es mucho más importante la creación artística, la exposición de nuestra creación que el negocio como tal

y nos solemos conformar con, no voy a decir las migajas porque va a sonar demasiado dramático, pero nos conformamos con una parte de una pequeña tajadita del negocio, es la verdad.

Luís Laya

- ¿Cómo es el *rock* en Venezuela hoy en día?

El *rock*, como movimiento, entre comillas, éste ha ido perdiendo su filo trasgresor, se ha ido acomodando a ser un accesorio más de la moda y de lo que pasa con los medios de comunicación. El *rockero* prácticamente se diluye o se mimetiza con cualquier consumidor de otro tipo de música. Nuestra historia no es igual que en EEUU. Aquí al principio llegó el *rock* con una visión ingenua, no, o llega con una visión ingenua para insertarse en una sociedad ingenua, entonces eran como dos mochos que se encontraron para rascarse. Por eso hoy en día el *rockero* es una persona que consume muy rápidamente modas, estilos, tendencias pero que tiene el filo crítico un poco mellado. Yo creo que la normalidad es la medianía, la medianía te dice que el más comprometido con la música eventualmente quiere llegar a grabar esa música y eventualmente quiere ser reconocido. El *rockero* venezolano está atrapado con la fama, quiere dar a conocer su producto y cómo lo va hacer si él lo que es, es un artista, entonces fíjate, ya no es un tipo que monta unos aparejos en una plaza y hace arte para la calle, bien lo pudiera hacer si no tuviera ese compromiso con su ego, este, pudiera agarrar su enchufe y meterlo en el piso y ponerse a tocar ahí para la gente, por unas monedas, pero quiere más, entonces allí entra el intermediario que es la piraña de la historia, que se vale de la gente que está sangrando, que esta sangrando por fama, por todo eso.

Algunas son personas que pueden tener ese elemento transgresor siempre presente en sus vidas y tal vez nunca graben un disco y yo creo que siempre el *rock* debió haber estado de ese lado. Pero no todos son así porque supuestamente viven al margen de la sociedad, pero cuando tu lo ves

en la realidad, pareciera que no, que está totalmente digerido por la sociedad.

- ¿Cuál es el futuro del *rock*?

El *rock* siempre ha estado a punto de morir y eso es una de sus características, que lo hace como una especie de guasón, como que se burla de la historia, porque la historia lo encasilla, lo digiere.

- ¿Es un buen negocio en Venezuela?

Mira, es un buen negocio sobre todo para las disqueras, para los músicos es un buen negocio solamente cuando tienen esos niveles de popularidad que yo no sé si tu o yo algún día conoceremos.

Pablo Dagnino

- ¿Cómo es el *rockero* venezolano?

Mira eso ha cambiado mucho a nivel universal. Ser *rockero* ya ni siquiera es romper las reglas, las convenciones. Además, nuestras circunstancias son distintas. En Venezuela tú te pones al margen de la sociedad y te vas a morir de hambre. Me explico, porque aquí el mercado es muy distinto, es mucho más pequeño. *Rockero* que se respeta nunca va a ser realmente de la sociedad, pero los que tienen que pagar alquiler y hacer un poco de cosas, ya forman parte del sistema.

- ¿Qué tiene el *rock* de ideología?

Pues no se, a veces eso no es tan evidente. Hay alguno que creen en el *rock* como movimiento pero tener una bandera de *rock* nacional y vamos todos a ¿qué?, a ser un país de *rockeros*, me entiendes, o sea, no pana, es música, no es un partido político, ¿qué pasa? Evidentemente no te puedes aislar. Para que tu puedas vivir de ello absolutamente tienes que jugar el juego, tienes que meterte en el sistema, es una especie de virginidad mental, ahí, es extraña o de pudor que no tiene ningún sentido, o sea, somos parte de un país, vivimos en la ciudad, hacemos música y si hay gente que oye nuestra música, compré nuestros discos y si son muchos y vendemos

muchos discos, ¿cuál es el problema?.

- ¿Cuál es el futuro del *rock* en Venezuela?

A mi me podrán decir, no, que el *rock* se murió, si chévere, espérate ahí espérate ahí, (risas) sabes, dime donde es el entierro (risas). Pronto va a ser una gran negocio.

Rafael Cadavieco

- ¿Qué diferencia al *rock* de otras tendencias?

Es una música con mucha energía y con mucha confianza, con mucha actitud, que tiene algo específico que decir, pero que lo dice gritado de alguna manera. Los *rockeros* se entregan de lleno a lo que hacen aunque existe el caso del *rockero*, que eventualmente se da cuenta de que con el *rock* no va a poder vivir como quisiera y que eventualmente, tiene que buscar un trabajo adicional para eso, probablemente, y por lo general tiene que haber mantenido una carrera mientras seguía con esto del *rock*, diseñadores gráficos en cada banda hay uno o dos, en todas las bandas vas a encontrar probablemente un arquitecto, comunicadores sociales a patadas, médicos muy pocos, pero hay.

Alfredo Escalante

- ¿Consideras que el *rock* venezolano es contestatario?

Bueno, el *rock* venezolano que yo sepa, nunca ha sido contestatario, ojala fuese contestatario, este es el momento para que el *rock* venezolano sea contestatario, pero aquí los músicos no se que les pasa están o achantados o les tienen un bozal de arepa. El *rock* siempre ha sido el que rompe esquemas, no solamente ponerse una pinta, un pantalón roto, ni pararse los pelos ni nada, ni dejarse el cabello largo, nada de esas cosas, esa es parte de la esencia del *rock*.

- ¿Pero es un buen negocio el *rock*?

En Venezuela los *rockeros* tienen que hacer música no por negocio sino por que comparten la ideología. Si no es así, cuando se le comience a poner difícil la situación de comprar instrumentos para montar una banda se empezarán a dar cuenta de que hacer *rock* no es cuestión de comprarse la mejor guitarra, sino con la que tengas, hacer el mejor *rock*. Por eso es que el *rock* es irrespetuoso, irreverente y grosero. Por eso te digo, no creo que los músicos vayan, ahh, por el billete a excepción de grupos como Caramelos de Cianuro que se identifican por los instrumentos y por la pinta con el *rock*, pero son producto de un sistema promocional publicitario pagado por grandes transnacionales. No con esto digo que tengan la culpa, ni mucho menos, ellos nunca han sido contestatarios, siempre han sido muy fashion muy dados a complacer. Aquí nadie ha llenado estadios, aquí nunca se hicieron conciertos masivos, primero, porque seguimos teniendo la misma cantidad de público, parece extraño, pero así pasa, en cuarenta o cincuenta años, las mismas dos mil personas serán, a menos que des un concierto con el Caracas Pop Fest que es más que todo moda y no la música en sí lo que atrae a la gente. Este, bueno. Sí, el *rock* es un buen negocio, un tremendo negocio; en Venezuela, quizás no.

Samuel Pérez

- ¿Por qué se dice que la adolescencia es la primera etapa donde se inicia el *rockero*?

Bueno, ellos usan el grupo como mecanismo, un mecanismo para identificarme con mis pares y es al mismo tiempo, un mecanismo para diferenciarme del resto de los que no me gustan, con los que no estoy de acuerdo, los que critico. Este tipo de comportamiento es muy frecuente sobre todo en los adolescentes, digamos ese, ese momento de la vida en que los jóvenes están en el liceo, en el bachillerato, están a punto de salir y entonces entran en la universidad, casi siempre los primeros años, los primeros

semestres de la carrera universitaria son como una prolongación de eso que hacían en el último año del bachillerato. Claro, allí la conducta, las características psicológicamente aceptadas como estándares, como normales de lo que es la conducta y el comportamiento de adolescentes, tienen mucho que ver allí, entonces hay como una rebeldía natural del adolescente, pues digamos hay como una etapa de la vida que es muy compleja, bueno, todos hemos pasado por allí alguna vez y entonces el chamo no se siente, este, tiene una identidad propia que todavía no está completamente definida, hay una búsqueda, digamos quién voy a ser yo en definitiva hacia el futuro, qué voy hacer con mi vida.

Entonces vives como a medias, digamos, no, bueno si yo estoy aquí con mis padres, porque bueno, tengo las cosas más o menos resueltas, voy como cabalgando, no, voy a medias entre una cosa y la otra.

Rafael Juárez

- ¿Te consideras parte de la sociedad o estas en contra de ella?

Mira, el esfuerzo es incluso por tratar de pegar con la sociedad, el proceso es tratar de entender, el esfuerzo es tratar de que la gente no se horrorice cuando yo hablo las cosas que yo pienso, básicamente, no es al revés, no es que yo pienso que soy diferente, ahora voy a tratar de ser diferente, no.

- ¿Pero en esta sociedad pegan los *rockeros*?

Es verdad, es un género súper marginado, porque estamos en el Caribe, pues, porque el Caribe es así, entonces, todo lo que tenga que ver con eventos para *rockeros*, merchandising para *rockeros*, web sites para *rockeros*, etc., etc., etc., es como artesanal es de a poquito dura poco.

- ¿Es el *rock* un buen negocio?

Bueno, en realidad lo que está haciendo el grupo, sigue siendo una inversión a largo plazo, yo soy psicólogo graduado de la Universidad Central de Venezuela, pero trabajo haciendo diseños de página web y música para

cine y televisión y cada quien tiene su trabajo, hace sus cosas. Y es que en efecto, yo nunca jamás, le recomendaría a nadie en Latinoamérica que piense que se va a dedicar a vivir sólo de la música o sólo de su grupo a menos que su trabajo sea tocar versiones o tocar en bodas y fiestas y esas cosas, si tu vives sólo de la música, entonces tienes que hacer lo que el que te va a pagar quiere que hagas.

- ¿Qué odias de la sociedad?

En realidad el odio se debe a que yo particularmente hice preguntas y no me las respondieron, sin embargo la gente se reía de mí por preguntarles y cuando yo les pregunté a ellos que cuál era la respuesta se quedaron callados y después se siguieron riendo, entonces eso da mucha rabia, que uno haga una pregunta y la gente se ría de ti por preguntarles y entonces tu dices que es lo que es, no saben, nadie sabe, en realidad nadie sabe la respuesta, todo el mundo cree, pero nadie sabe cual es la respuesta, entonces por qué te ríes de mí por andar preguntándoles, o sea, que haya una cola y que nada se mueva en la cola y que estamos ocho horas en la cola, a la gente puede no molestarle, pero hay una de esas personas que dice por qué tiene que haber cola, pregunta y la gente se ríe de ella y cuando tu dices por qué coño tiene que haber cola y te dicen no sé porque hay cola.

Esta sociedad es así, esta sociedad es de salsa, merengue, Belmont, Caracas-Magallanes y más nada, aquí no hay más nada, esta sociedad es como Sabana Grande, ¿qué hay en Sabana Grande?, hay millones de puestos de ropa y todos venden lo mismo, hay millones de puestos de discos y todos venden lo mismo, hay millones de puestos de películas y ninguno tiene JFK, todos tienen las mismas películas, así es toda Venezuela, toda Venezuela a donde quiera que vayas, todas las panaderías venden los cachitos de la misma forma, todos los restaurantes chinos, porque la gente quiere siempre eso, alimentarse más de lo mismo.

- ¿Crees que el *rock* en Venezuela se ha vuelto comercial?

No se, hay de todo. Por ejemplo están los Caramelos de Cianuro que tuvo que dejar de ser tan Caramelos de Cianuro y comenzar a ser tan pop, pero tan, tan, tan pop, que bueno, a más que tienen un montón de años echándole pichón, adaptaron sus canciones y lo lograron, pero y aún así, es uno, no son diez (10) es uno solo, un solo grupo que usa guitarras eléctricas y que suenan las guitarras eléctricas y que lo escucha todo el mundo en todos lados, un solo grupo.

- ¿A que se debe eso?

El asunto es que para el mercado uno necesita ser una sola cosa, necesita ser como un perrero que vende perros y hamburguesas, más nada, no puede ser un restaurante que vende muchos tipos de comida diferentes, porque entonces, la gente, y básicamente los medios no hayan en que hueco meterte.

Asier Cazalis

- ¿Qué diferencia a un grupo de *rock* de uno que toca otro tipo de música?

No me gusta hablar mucho de género, aunque yo sé que la gente nos cataloga dentro de lo que es el *rock*, obviamente no, porque somos un grupo de guitarras. En todo caso yo creo, que como todos los grupos, al inicio, uno trata de hacer un poco de shock, ¿no?, así llegar, que es lo que te digo, que es lo que me parece que falta un poco ahora no? alguien que diga ahhhhh, que la gente tu sabes, que la gente se escandalice.

- ¿Es el *rock* un buen negocio?

Este, bueno, yo creo que el que hace música no hace música por, cuando comienza, ni en ningún momento, por lo menos para nosotros, por dinero realmente, porque uno hace la música porque le gusta y porque es una necesidad que uno tiene de expresarse, de decir las cosas de decirle las cosas a la gente, ¿no?. Aunque cuando uno se siente a gusto, más natural,

conforme con lo que uno es, no, empiezas a ser mejor artista, yo creo, no, y eso la gente se da cuenta y que es lo contrario que mucha gente piensa, que mucha gente piensa no se vendieron, fíjate que no tienen eso que tenían en sus primeros discos, no, que yo no se que lo que es, porque a la final son discos que nadie compraba.

Alejandro Calzadilla

- ¿Qué hizo que Venezuela fuera tierra fértil para el nacimiento del *rock*?

En Venezuela se han sembrado muchas cosas que no todas han tenido éxito. Los primero grupos de *rock* en Venezuela, eran grupos que básicamente copiaban lo que se hacia fuera pero lo copiaban en el sentido estricto y perfecto, hacían lo mismo, el formato era el mismo, las canciones eran las mismas y en el mejor de los casos las cantaban en español. Por eso te digo, yo creo que, uno de los elementos más interesantes de la cultura es, cómo ella misma, y cuando habló de cultura habló de gente también, se las arregla para tomar las cosas, bien sea por las buenas o por las malas, procesarlas y de ellas generar productos nuevos. La clave en el caso del *rock* es el tema de cómo hizo puente con las generaciones de adolescentes y de jóvenes.

- ¿Qué pasa con el *rock* en Venezuela hoy en día?

Bueno, frente al panorama comercial del *rock* venezolano, por debajo tu tienes un sustrato muchísimo más grande y más fuerte que el que ves arriba, es decir, tu podrías eliminar ahorita a Caramelos de Cianuro, Amigos Invisibles y a Desorden Público y abajo de queda un sustrato así como un caldo, que es muchísimo más importante que lo que ves arriba, no porque estos grupos no lo sean, sino porque ellos son como la cabeza visible de un movimiento. Más allá de la cosa comercial cuando tú despejas empiezas a encontrar las esencias culturales. Para nosotros la música forma parte del hecho cotidiano en el ambiente, en la calle, en la casa, en la escuela, en el carrito por puesto, somos en esencia unas culturas musicales.

- ¿Y a futuro que crees que pasará con el *rock*?

Yo, creo que el *rock* es como las cucarachas, a estas alturas, si el *rock* ya pasó todas las pruebas y ha logrado sobrevivir y mutar, yo creo que nadie va a poder matarlo. Después de su nacimiento pudieron haber pasado 2 cosas: que aquello muriera y quedara así; y que se desarrollara y tomara perfil propio, yo no creo que sea exactamente una subcultura o una contracultura, pero si creo que va generando productos nuevos. Cualquier cosa que el mercado, que el más media se de cuenta que tiene un producto de venta, pues lo agarra y lo tritura y nos lo entrega digerido. Eso es lo que está pasando.

Andres Mazzei

- ¿Por qué haces *rock*?

Bueno, yo hago *rock* porque es mi vida y mi necesidad. Más allá de los beneficios económicos que pueda tener lo hago por plases propio. Pero si tu quieres que la gente te pague por tocar, si tu quieres que la gente compré tu disco, si tu quieres que la gente vaya a tus conciertos, tu tienes que hacer música para ellos, porque son ellos los dueños de esa música, ya tu no eres más el dueño de esa música, es como un pintor que pinta un cuadro y dice, este cuadro es para la sala de mi casa y pone los colores que él quiere, el paisaje que él quiere, el motivo que él quiere, pero cuando el pintor hace un cuadro para la sala de la casa de la gran dama de sociedad no se que, y la sala es amarilla, pues el pintor tiene que adaptarse a ese color amarillo, al estado de ánimo de esa señora, a que es lo que ella busca.

- ¿Crees que el *rock* sea un buen negocio?

Mira, en realidad yo soy Licenciado en Traducción e Interpretación, de la Escuela de Idiomas de la Central, pero más que traducir, más que interpretar conferencias, más que dar clases de interpretación o de cualquier otra cosa, mi meta en la vida como tal, aparte de una familia, una casa, un perro, un hijo y un carro, es despertarme y no tener que hacer otra cosa sino

agarrar esta dos (baquetas) y tocar y no tener que hacer más nada y poder vivir tranquilo de eso, si tengo que explotarme por ocho horas al día tocando, pues hacerlo, pero sería feliz totalmente.

PTT Lizardo

- ¿Qué diferencia al *rock* de otras tendencias?

El aspecto musical por en realidad el *rock* no tiene que tener ideología, primero que nada el *rock* en otras latitudes sí ha servido como un vehículo, como un instrumento, un medio de cambio, ha contribuido a las grandes luchas de algunos sectores, pero no en el caso nuestro. En Venezuela todavía sigue siendo bastante libre, entonces tu puedes ser frívolo o tu puedes ser serio, aquí hay que todavía hablarle a todo el mundo, no cantarle, no tocarle a un sector nada más, que es lo que ha sido el problema venezolano.

- ¿Piensas que la adolescencia es una etapa decisiva en el comienzo del *rock* como carrera?

Si claro, es que yo fui primero un músico de *rock and roll* que estudiante de bachillerato y estudiante de medicina. Aquí en Venezuela todavía se ve el *rock and roll* como si fuera el acné de los quince (15) años, como si fueran los primeros besos, los primeros amores, como si fuera algo que se te va a quitar cuando maduras.

- ¿Crees que el *rock* en Venezuela se haya comercializado?

No, lo que ha pasado es que algunos grupos están utilizando a la industria para darse a conocer. Imagínate, si tú haces un contrato con la Pepsi Cola y te dan una cantidad de millones de bolívares y tú eres imagen del producto y cada vez que tú vayas a tocar, tú tienes ese apoyo financiero y el apoyo logístico que te brinda una gran empresa. La irreverencia de Los Caramelos de Cianuro, ellos no han tenido que, en absoluto, mediatizar su pensamiento.

- ¿Es el *rock* un buen negocio?

Aquí no ha sido un gran negocio, tener una banda de *rock and roll*, mantener una banda de *rock and roll*, cuesta unos reales, chama, solamente comprar cuerdas y actualizar tus equipos, eso es una fortuna. Además, aquí la gente le tiene muchísimo miedo a los cambios, a los cambios personales y sociales. Por eso no surge, aquí en Venezuela nunca ha sido un buen negocio el *rock and roll*.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Allueva, Felix. Conversación personal. 15 de diciembre de 2005.
- Almendros, Nestor. *El documental*. Recuperado en Agosto 11, 2006, de http://www.nestoralmendros.galeon.com/genero_documental.htm.
- Aponte M., Ana I. (1995). *Metodología para a realización del documental antropológico*. Trabajo de grado de Licenciatura no publicado, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Blanco, Horacio. Conversación Personal. 6 de junio de 2006.
- Clemente, José L. (1960) *Cine documental español*. Madrid: Ediciones Rialp, S.A.
- Costa, Pere-Oriol; Pérez T., José M.; Tropea, Fabio. (1996). *Tribus urbanas*. España: Ediciones Paidòs Ibérica S.A.
- De Garay S., Adrián. (1993). *El rock también es cultura*. México: Universidad Iberoamericana.
- Escalante, Alfredo. Conversación personal. 4 de julio de 2006.
- García, Abraham. Conversación personal. 18 de mayo de 2006.
- Gelles, Richard; Levine, Ann. (2000). *Sociología*. Sexta edición. México: Mc Graw Hill.
- Gidens, Anthony. (1994) *Sociología*. Segunda edición. Madrid: Alianza Editorial.
- Hallowell, Irvirng; Velas, Ralph; Mead, Margaret. (1965). *Cultura y sociedad*. Argentina: Editorial de Libros Básicos.
- Hebdige, Dick. (2004). *Subcultura*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Laya, Luis. Conversación personal. 01 de junio de 2006.
- Mato, Daniel. (1995). *Crítica de la modernidad, globalización y construcción de identidades*. Caracas: Consejo de Desarrollo Humanístico de la Universidad Central de Venezuela.
- Mato, Daniel. Conversación personal. 31 de mayo de 2006.

- Montiel C., Gregorio. (2004). *El rock en Venezuela*. Caracas, Venezuela: Fundación Bigott.
- Montiel C., Gregorio. Conversación personal. 13 de diciembre de 2005.
- Nanda, Serena. (1982). *Antropología cultural*. México: Editora Tipográfica.
- Pérez, Samuel. Conversación personal. 18 de marzo de 2006.
- Rocher, Guy. (1973) *Introducción a la sociología general*. España: Editorial Herder S.A.
- Salkind, Naeil, J. (1999) *Métodos de investigación*. Tercera edición. México: Prentice Hall.
- Serrano D., Ingrid. (1999) *Cine documental venezolano: elementos que definen el documental antropológico venezolano*. Trabajo de grado de Licenciatura no publicado, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Zarzurri, Raúl. Recuperado en Agosto 13, 2006, de http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Raul_Zarzuri.htm