

I. Las primeras olas de rock and roll en Colombia

Colombia como edad histórica está en la adolescencia y los barros que oculta su bello rostro le producen una desgarradora imagen entre su niñez primitiva y sus nacientes formas industriales que se dibujan bajo su camisa tricolor.

(Manifiesto de Chapinero, 1968)¹

A mediados de la década de 1950, la música creada en los Estados Unidos sobre la base de un ritmo fuerte y la abundante repetición de frases simples (Castillo, 2011) se convirtió en un fenómeno internacional sin precedentes en el naciente mercado cultural para adolescentes y jóvenes en Norteamérica y Europa. El nuevo género musical, difundido por *disc-jockeys*, compañías discográficas y cinematográficas, con la etiqueta de rock and roll, ingresa triunfalmente en el espacio hertziano como una creación estética caracterizada por “acentuar el segundo y cuarto tiempo de cada compás y presentar un grupo musical” (Guillett, 2003, p. 58).

La marca sonora del rock and roll se abrió paso a través de la variada gama de productos culturales² y, en cuestión de meses, se somatizó en los cuerpos y las mentes de los sectores sociales emergentes. Su impacto y aceptación estaban asegurados en la juventud de posguerra, tanto por la nueva derivación y combinación de ritmos de la tradición negra y campesina del sur de Estados Unidos, como por la capacidad de expresar un lenguaje claro, directo, rebelde y de alto contenido sexual.

La popularización del rock and roll tiene lugar en Norteamérica a partir del año 1955. Su onda expansiva llega a las sociedades lati-

¹ El denominado Manifiesto de Chapinero (mayo de 1968) se encuentra publicado completo en: Reina, C. (2004). Cuando el Rock iza su bandera en Colombia (pp. 32-33). Bogotá: Auros Copias.

² Desde este punto de vista, es importante reconocer la capacidad desafiante de la música, ya que trabaja con experiencias emocionales particularmente intensas, mucho más poderosas que las procesadas por otros aspectos culturales (Frith, 2007; Vila, 2002).

noamericanas a través de las industrias culturales: este campo estaba dirigido por los medios de comunicación masiva, cuya función era formar nuevas audiencias en la esfera pública (García Canclini, 2000) y catapultar la denominada primera ola de rock and roll que ya era un fenómeno de imparable expansión (Sierra, 2016).

En cierto modo, las voces disonantes y cautivadoras de los cantantes Elvis Presley y Bill Haley, se han adaptado a las necesidades discográficas y a la búsqueda incesante de nuevos mercados para enarbolar la bandera del rock and roll en la escena mundial. En sus inicios, músicos y productores no sabían lo que era un show de rock and roll, hasta que la luz los iluminó con la puesta en escena del principio organizador: banda, sonido, batería y guitarra ¡Que se haga el rock! (Ac/Dc, 1977).

Esta sistematización de la experiencia no es solo competencia de músicos iluminados, sino también parte de la identificación de cambios y movimientos de públicos juveniles. Por ello, la innovación musical fue ampliamente acogida por los ciudadanos de clase media, especialmente en el período de 1956 y 1957, cuando los compositores e intérpretes más famosos de la nueva música de baile eran Jerry Leiber, Everly Brothers, Paul Anka, Jerry Lee Lewis, Ray Charles, entre otros.

Todos ellos músicos de la segunda ola del rock ‘n’ roll, amplificados por el poder de la radio, el cine y la televisión como una especie de forma de diversión de masas que dejaba jugosos dividendos a los empresarios del espectáculo musical. Por diferentes razones, el rock, hijo de la posguerra, era visto entonces como una “enfermedad contagiosa ante la que había que estar prevenido” (Pérez-Pascual, 1994, p. 137). Pero también como una industria rentable, principalmente debido a “los altos índices de sintonía representaban primero un reconocimiento al éxito, y producían además un reconocimiento del artista, que entonces vendía más discos” (Bellon, 2007, p. 64).

La nueva fórmula sónica que encajaría con la descripción de country and western + rhythm and blues = rock and roll (Sierra, 2016), se extendió rápidamente entre las audiencias jóvenes de Estados Unidos, México, Argentina y Colombia. En estos países, la masa juvenil comienza a sentir como propios los cambios cultu-

rales y a identificarse con los movimientos pélvicos y el cabello engominado de Elvis Presley y los desenfrenados ritmos bailables de Bill Halley.

Al naciente éxito discográfico se suma la excitación colectiva que a mediados de los años 50 produjo la cinematografía con el estreno de la película *Semilla de Maldad* (Blackboard Jungle). La cinta funcionaba como una radiografía para detectar las causas o azares de los cambios de posguerra. Su mérito fue mostrar las rebeldías juveniles de la época (Cousinet, Padilla y De Luca, 2009) y utilizar por primera vez la canción *Al compás del reloj* (Rock around the clock) de Haley y sus Cometas.

En América Latina ya se había visto que el debut de la película, como producto de la industria cultural, cumplía un doble objetivo: transmitir los valores de una generación ascendente y canalizar los deseos, miedos y angustias de sus protagonistas. La fusión mutualista entre dos mundos, el del cine y el de la música, ambos objetos y medios de percepción de la realidad, aumenta la velocidad de expansión de la fiebre del rock and roll: expresión y sentido de un ritmo pegajoso, estridente e incluso subversivo para los cánones morales de la época (Elasmar, 2008).

El rock and roll, o más bien el idioma universal de la cultura juvenil (Hobsbawm, 1999), acuatizó en Colombia con diferentes matices y echó raíces entre los sectores jóvenes de los centros urbanos de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. Estas metrópolis serían no solo el foco principal de los procesos de industrialización y urbanización, sino también el fortín regional de los partidos tradicionales en el bipartidismo del poder político bajo la figura del Frente Nacional.

En este contexto de cambios sociales y políticos, según el músico y pintor Augusto Martelo, el rock and roll llega primero a los puertos de Barranquilla y Cartagena y luego se distribuye desde la costa hacia el interior del país. Su afirmación está sustentada por el hecho de que “allí los marineros que venían de Estados Unidos traían los discos de moda de Chuck Berry, Elvis, Little Richard. Así llegó [el rock and roll], antes que Jimmy Raisbeck lo programara en la radio” (Martelo, citado en Celnik, 2018, p. 77).

Martelo (2012) también resalta que en nuestro país las primeras composiciones modernas eran una especie de mixtura de música popular o tropical con rock and roll; los músicos principales fueron Noel Petro con su requinto eléctrico y Carlos Román con su acordeón, además de Lucho Bermúdez, Pacho Galán y Jazz Band de Barranquilla (Martelo citado en Muñoz, 2012). Dentro de este marco ha de considerarse el papel protagónico de la radio y la televisión nacional de Colombia en la difusión de los nuevos ritmos bajo los nombres de twist, rock and roll, ye-ye y go-go.

En primer lugar, destaca el comunicador antioqueño, Guillermo Hinestroza Isaza “quien promueve el Club del Clan con un programa radial como principal palanca, el mismo que después alimentaría esta cadena, siendo retomado en Bogotá por Alfonso Lizarazo y llevado a la televisión” (Urán, 1997, p. 16). A estas novedosas iniciativas culturales se incorporan un conjunto de procesos publicitarios como la programación en la radio de éxitos del rock and roll mundial y otros versionados por músicos mexicanos, la realización de concursos de baile y la apertura de lugares de encuentro juvenil. El circuito cultural propició la aparición de cantantes y grupos con posibilidad de grabación. Además, la demanda de música creció a ritmos sostenidos y la industria discográfica tuvo principalmente su centro de edición y prensado en Medellín.

En segundo lugar, se resalta al locutor cundinamarqués Carlos Pinzón como promotor del espacio “Monitor” de la emisora Nuevo Mundo, que luego sería reconocido como el artífice de la difusión masiva del rock and roll, al programar éxitos musicales y difundir películas con contenido juvenil (Pérez, 2007). Pinzón fue el artífice de la exitosa campaña publicitaria de la película *Semilla de maldad* (Brooks, 1955) y de la canción *Al compás del reloj*. Estas producciones fueron ampliamente acogidas entre el público joven de las metrópolis y provincias del país, por lo tanto, se traducen como elementos fundantes de las primeras olas rock and rolleras en Colombia (Moreno y Cortés, 1988).

Refiriéndonos a este contexto, es justo decir que la segunda ola de rock and roll de raíces anglosajonas, cuya existencia fue intensa pero efímera (1956-1957), tuvo un efecto constructivo en la formación de

la *nueva ola latinoamericana* durante los años sesenta y setenta. Esta *nueva ola musical* presenta dos fases: una, adaptando la influencia musical del rock and roll, otra, de fusión del rock and roll con ritmos latinos. La primera fase se caracterizó por la emergencia de solistas y grupos en español con propuestas que mezclaban el rock and roll estadounidense y los sonidos pop europeos. La segunda fase es de hibridación cultural, es decir, se nutre de elementos de las culturas nacionales para avanzar en la creación y composición de música propia y con letras que tratan la realidad social de los jóvenes de cada ciudad y país (Román, 2016).

Este movimiento cultural de muy diversos orígenes y objetivos que se acoge bajo el nombre de *nueva ola*, en la América hispanoparlante fue un fenómeno musical para las estrellas que comenzaron a brillar “como intentos de copistas, como siempre ha ocurrido” (Bellon, 2007, p. 152), con versiones propias y extranjeras, apoyadas por el público cautivo y con el respaldo de los medios de comunicación liderados por los locutores Carlos Pinzón y Alfonso Lizarazo (Reina, 2004). Al respecto conviene recordar una amplia gama de intérpretes, solistas y bandas, entre otros y otras, los mexicanos Manolo Muñoz, Enrique Guzmán, Cesar Costa, Black Jeans, Teen Tops y los Locos del Ritmo; los argentinos Rocky Pontoni, Violeta Rivas, Palito Ortega y el Club del Clan; y los colombianos Harold y Óscar Golden.

A este *boom* latino se suma el movimiento telúrico producido por la invasión británica comandada por los cuatro fantásticos de Liverpool; Lennon (guitarra rítmica y voz), McCartney (bajo y voz), Harrison (guitarra solista y voz) y Starr (batería y voz). El cuarteto literalmente se toma por asalto las estaciones de radio y los circuitos musicales estadounidenses a mediados de los años sesenta. En pleno verano de 1964, el bombardeo musical comenzó con un ritmo potente y un estribillo implacable, *She Loves You*, que fue un éxito sonoro sin precedentes y la canción que se vendió más rápido en la discografía del grupo (Emerick y Massey, 2011).

Lo que nos lleva a decir que, a partir de la disrupción sonora de The Beatles —cuyo éxito musical tocó los niveles más altos de popularidad entre las audiencias juveniles— la historia de la música quedó

perfectamente delimitada y marcada (Sierra, 1978a). En efecto, la historia se partió en dos, antes y después The Beatles, y la industria cultural estadounidense no tuvo otra salida más que abrir la compuerta para privilegiar la importación de bandas británicas como The Rolling Stones, The Who, The Animals, Yardbirds, entre otras.

Más tarde, la contraofensiva norteamericana da lugar a la aparición de artistas y bandas también de enorme éxito e impacto internacional, entre otros proyectos, los liderados por Dylan, Báez, Hendrix, Joplin, Morrison, Santana, Cocker, quienes a partir de 1966 configuraron la nueva escena musical del movimiento *hippie* estadounidense, que experimentó su orgasmo contracultural con cerca de medio millón de personas en el Festival de Woodstock entre el 15 y el 18 de agosto de 1969.

Woodstock, icono de la generación *hippie* y ruptura histórica de la música popular moderna, con un concierto apoteósico denominado *Tres días de paz y música* (Wadleigh, 1970), en el que actuaron artistas representativos de la música social, ácida y psicodélica, no solo se sintonizó con la defensa de los derechos de la naturaleza y las tendencias antibelicistas y antisistémicas planetarias, sino que también atizó la rebeldía colectiva de aquellos jóvenes que, ante una supuesta incompreensión del mundo adulto, esperan morir antes que hacerse viejos (Townshend, 1965).

De hecho, durante el período contracultural, el músico estadounidense de folk y rock más reconocido profetizó que en tiempos de cambio el orden se desvanece rápidamente (Dylan, 1964) y sobre sus escombros se levantan las voces disidentes con un gigantesco “no: no a la sociedad, no a la automatización, no al falso intelectualismo y a las universidades que parecen fábricas, no al *American Way of Life*” (Randall, 1968, p. 10).

Efectivamente, justo a partir de este acontecimiento, muchos de estos jóvenes “en su desesperada necesidad de criarse sanos en medio de un entorno enfermo” (Roszak, 1970, p. 200), buscando el precio de la libertad enterrado bajo la tierra (Crosby, Still y Nash, 1969) y con la fe puesta en la esperanza de un mundo mejor, centraron sus utopías en la capacidad colectiva para retornar a lo comunitario, natural y extrasensorial.

Al respecto, también es válido recordar que la relación de la “ciudadanía *hippie*” con el ecologismo, la producción y uso de las plantas de poder psicoactivo, fue un hecho social y cultural con alto impacto en la apuesta musical de las generaciones hispanoamericanas.

Tomemos como punto de partida al colombiano Miguel Echeverry, médico especialista del Hospital Neuropsiquiátrico de Bogotá y autor del libro *El hippie, estudio psicopatológico y existencial* (1971), quien afirmó que el *hippie* usaba la droga por “perversión de un instinto y por evadir la realidad para escudarse en una vida fantástica e irreal” (Ayuso, 1971, p.15).

Esta percepción negativa de la relación entre música y juventud también es referenciada en la prensa colombiana, en un artículo titulado *Antes y después de Woodstock*, en el que se recurre al lenguaje sarcástico para conmemorar los 20 años del icónico festival:

Muchos pálidos oriundos de New York vieron por primera vez asombrados vacas, gallinas, patos, cabras, y otros especímenes “orgánicos” (termino “in” utilizado por los gringos superurbanos para designar lo natural). Millares de jóvenes con camisetas estampadas con el famoso lema: “Smoke the best, smoke colombian” o sea, “Fume la mejor, fume la colombiana”, corroborarían la popularidad de la “yerba” de nuestro país en los Estados Unidos. (Moreno, 1989, p. 19)

En este punto, cabe señalar que, en sentido contrario a la exportación ilegal de alucinógenos³ para satisfacer al mercado de consumo *hippie*,⁴ los géneros musicales que cautivaban a la juventud norteamericana y británica llegaban legalmente a América Latina, ya sea por vía de la difusión masiva de los éxitos del momento en radio y televisión, o bien por el intercambio cultural que propicia el naciente turismo internacional en las ciudades capitales de la región.

³ Es sabido, por ejemplo, que en Colombia se vivió un deshonroso auge de las drogas ilícitas con la denominada “Bonanza Marimbera” (1974-1985) y el “Boom Cocainero” (1980-1991). Al respecto, en el año 1979, Times afirmaba que “la factura exportadora global de marihuana y cocaína superaba ampliamente la de todos los demás productos del país” (Escohatado, 1998, p. 758).

⁴ Lo importante es recordar que el fenómeno de consumo de drogas ilícitas se popularizó principalmente entre los jóvenes en Estados Unidos. A partir de 1960, la evolución del mercado ilícito, al menos en Norteamérica y Latinoamérica, se “asocia el uso del cannabis principalmente por sus efectos psicotrópicos, en torno al jazz europeo y a la cultura *hippie*” (Cindy, 2017). Adicional a ello, la creciente demanda norteamericana, motivó en Colombia los cultivos de marihuana que registraron aumentos significativos en las décadas del sesenta y setenta (Sáenz, 2007).

En el caso colombiano, la situación presenta las mismas características. Por un lado, el ejercicio comunicacional de los programas del Club del Clan y de Radio 15 permite configurar y estabilizar una audiencia juvenil sintonizada con las nuevas tendencias musicales (Reina, 2017). De otro lado, la movilidad internacional en nuestras metrópolis facilita el intercambio sonoro “gracias a que la floreciente colonia de ciudadanos estadounidenses que vivían en las principales ciudades del país –en Bogotá, especialmente– traían con ellos estos nuevos discos” (Bellon, 2007, p. 151).

La naciente industria rockera del país empezó en los albores de los años sesenta por iniciativa de jóvenes de clase media que tras la influencia de los iconos del rock internacional, y en especial, a partir de 1961 con el concierto de Bill Haley And His Comets en el Teatro Colombia, deciden fundar bandas en Bogotá como Los Daro Boys (1963), The Speakers (1963), Flippers (1964) y en Medellín bandas como Los Yetis (1965).

En el mismo período (1964 y 1966) y con capital privado de unos pocos sujetos empeñados en promover la cultura juvenil (Cepeda, 2012), surgieron también iniciativas individuales de creación de escenarios culturales y comerciales, entre otros, las tiendas de ropa y accesorios juveniles (Las madres del revólver, Thánatos, Escarabajo Dorado, Safari Mental, etc.) y las discotecas La Gioconda y La Bomba, que en la metrópoli bogotana ejercían como espacios de difusión, acercamiento y sociabilidad para la nueva raza rockera colombiana (Pérez, 2007).

A propósito de la influencia en Colombia de La Banda del Club de Corazones Solitarios del Sargento Pimiento (Beatles, 1967), considerada la obra fundamental del rock que catapultó al movimiento cultural psicodélico a “expresar a través de la música y otras formas de arte –como la pintura–, los efectos producidos por las drogas alucinógenas” (Bellon, 2007, p. 208), se puede advertir que en el contexto bogotano también se vivió con intensa fuerza el espíritu beatlemaníaco y la filosofía *hippie* de paz, amor y solidaridad.

En general, la movida musical británica tuvo un impacto significativo sobre la vida cotidiana de los jóvenes y, ante todo, de aquellos melómanos que creaban contenidos musicales, programas culturales

y ofertas comerciales alternativas. Uno de los testigos silenciosos de tal influencia fue el pasaje de la calle 60 donde los *hippies* de la época inauguraron llamativos almacenes y centros de difusión cultural.

El primer almacén lo puso Libardo Cuervo. Tenía el sugestivo título de Las Madres del Revólver. Allí se vendía ropa *hippie*, camisas con cuello de oreja de perro estampadas con flores brillantes, pantalones botacampana, y demás aderezos estafalarios. (Viaje en el dirigible triste. [13 de agosto de 1989]. *La Prensa*, p. 12)

En el mismo pasaje comercial se localizaba Thánatos, un almacén especializado en la venta de afiches de grupos de rock e iconos revolucionarios de la época. Tania Moreno, la joven *hippie* dueña del floreciente negocio, que fue una de las mujeres clave en la escena cultural, termina trenzando amistad con el selecto grupo de melómanos de la capital y tocando instrumentos de percusión en la agrupación Génesis de Colombia.

Al mismo tiempo, Tania, fiel seguidora de la filantropía del movimiento *hippie*, decide dar apoyo solidario a la escena musical, financiando con 10 mil pesos el primer concierto gratuito y al aire libre: *El Festival de la Vida*, realizado en 1970 en el Parque Nacional. El festival fue copatrocinado por artistas locales, pero la organización y programación musical estuvo a cargo de los propietarios de Discos Zodiaco, los músicos Humberto Monroy, Edgar Restrepo, Roberto Fiorilli (Santos, 2017).

El evento musical aglutinó cerca de 20 mil jóvenes de la era de acuario en un clima de paz y amor (Valencia y Jotamario, 1970). Jóvenes de diversas procedencias políticas, sociales y académicas: “había de todo, jóvenes de alta sociedad, melenudos humildes, intelectuales ilusionados o llenos de ilusiones, actores, pintores, poetas, *hippies* y nadaistas” (Levy, 1970, pp. 16-17). Unos meses después, en este mismo lugar, se celebró otro festival con las mismas características: *Rock en las Montañas*. Las comunas *hippies* dispersas en las afueras de la ciudad comienzan a reproducirse a nivel nacional (Moreno, 2011).

Básicamente es un movimiento alternativo, cuyos partidarios eran artistas y melómanos con tendencias psicodélicas y una música muy relacionada con ritmos exóticos y experiencias sensoriales (Vargas,

2008). En particular, el movimiento surge como la búsqueda de oportunidades para la difusión de la música local, por ello los jóvenes suman fuerzas y esfuerzos para inaugurar espacios de sociabilidad en el norte y centro de Bogotá.

Con todo lo expuesto anteriormente, se puede defender la idea de que a finales de los años 60 Bogotá era el epicentro de la cultura y la zona de la calle 60 era el centro de la escena musical. Es el caso, por ejemplo, del parque Julio Flores, ubicado en la calle 60 con carrera 7ª, que por algunos fines de semanas sirvió de sede provisional para presentaciones *sketchs* de teatro, y bandas de rock como La Banda del Marciano, Flippers, Aeda, Limón y Medio (Arenas, 2017).

El sector de Chapinero también ofreció una alternativa cultural para la distribución y difusión de las producciones musicales, especialmente con la programación de los teatros La Comedia, El Metrópol y El Libertador. Según el rockanrolero Andrés Durán,⁵ “Chapinero era el primer barrio *hippie*; era un bulevar muy elegante, era más ciudad, menos tugurio; los teatros presentaban las películas de Beatles, Woodstock, Tommy, Hair; todo eso lo vi de niño; pantalla gigante, en Chapinero” (A. Durán, comunicación personal, 6 de agosto de 2008).

En resumen, podemos decir que en los albores de los 70, el centro y norte de la capital ya eran reconocidos centros de difusión artística y musical. Como afirman Moreno y Cortés (1988): “Bogotá se convertiría en una ciudad de festivales. La fiesta del rock cambiaba de escenario: de la discoteca a los estadios, de la calle al aire libre del campo; conciertos, recitales de poesía y *happenings*” (p. 11).

Efectivamente, la nueva etapa de cambio cultural estuvo animada por jóvenes rebeldes y soñadores con la creencia en la posibilidad de construir un mundo nuevo, justo, fraterno y solidario (Fontana, 2011), que por supuesto, incluía la creación de poderes antagónicos a los del Estado. No es gratuito considerar entonces que el campo cultural contenga una marca indeleble, en especial, con la apropiación y difusión del rock:

⁵ Entrevista realizada por Milena Galvis y Giovanni Méndez para la Revista Cultural El Salmón (2008).

Por la manera como impregnó a amplios sectores de la juventud, por su internacionalización, por las innovaciones en el campo musical, por su proyección en el tiempo, porque estuvo ligado en gran parte al modo de vida, a los atuendos y al aspecto físico que adoptaron muchísimos jóvenes y porque es imposible separarlo de las manifestaciones de rebeldía y protesta generacionales, así como del movimiento *hippie*. (Tirado, 2014, p. 159)