



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN**

**IDENTIDAD JUVENIL EN LA RADIO ROCKERA DEL DISTRITO
FEDERAL 1950-2006 (ANÁLISIS DE LA DESAPARICIÓN DE
ROCK 101 Y RADIOACTIVO 98.5)**

**ALUMNO: PÉREZ BRITO PAVEL UBALDO
ASESOR: PROF. JUAN PEDRO ANTONIO CHÁVEZ**

2007



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Cebollazos, gritos y sombrerazos

En primerísimo lugar, agradezco a todos aquellos que aportaron algo, grande, pequeño o diminuto para que este proyecto llegara a buen puerto (y a quienes lo obstaculizaron también, por reafirmar mis convicciones): a mi abuelo Sebastián Brito Herrera, por dejarme vivir en un cuartito en donde me pude encerrar a escribir; a Cris y Uba, por la beca que me permitió llegar hasta este punto y por entender que mi camino es otro; a Rafael Catana, por prestarme sus libros; a Juan Pedro Antonio Chávez, por hacer el paro siempre que se requirió; al Gabriel, por los tips; a Alejandro Brito, por la asesoría técnica; a María Esther Navarro, Luz Elena Pereyra y María Eugenia Soria; a la Universidad Iberoamericana, al Instituto Mexicano de la Juventud (INJUVE), a la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), a la Biblioteca México, a la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), a Radio Educación, al foro de réquiem por Radioactivo, y sobre todo, a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

A mis abuelas Conchita (q.e.p.d.) y María Luisa (q.e.p.d.); a Angie Brito, Víctor Galicia, Víctor pequeño y Leonardo; Mara, Dulce Estefanía, Juan Manuel, Yasser, Martín, Ricardo, Mario, Sebastián, Jacinto, Rosa María, Diana, Laura, Josefina, Ana Laura, David, Alejandra, Valeria, Romina, Richie, Mónica, Junior, Maricarmen, Daniel, Alan, Marifer, Nubia, Michelle, Misael, Guadalupe, Victoria, Santiago, Berenice, Jonathan; y a toda la familia Brito. A Ivan, Silvia, Abuelo Ubaldo, Sonia, Roberto, Alberto, Talía, Lupe, Patricia, y a toda la familia Pérez Benhumea.

Por supuesto, a mi otra familia: Lenin, Erika, Amadís y Alonso Ross, Alivet y Damián (en donde quiera que estén), El Chino, Irene, El Rilke, Gordon, Fanubi, El Andrés (Lucas), Juan, Qui Lan, Jordi, Elizabeth, Alejandrita Ruiz y Seven Fuckers. A la banda ultra (¡Los rudos, los rudos, los ruuudos!): Argel, Karlita, Filipollo, Waldo, Susana, Aurorita, Vicky, Pandush, Alfredo, Fanny, Genoveva, Omar, El Gallo, Luis (Flacho), Masiel, Julito, El Pato, Oaxaco, José, Karina, Juchiteco, Las Tecas, Rodrigo, Germán, profe Memo, profe Adrián Sotelo, y a los que se me hayan pasado.

A Libertad, Pily, Claudia, Lydiette; al CEI (Perlitos): Angélica, Caro, Moy, Joax y Perla; al Carlos Marx: Elsa, Alejandro, Ángel, Frida, etc.; a la banda de Ciencias: Gabino, Mario, Armando, etc.; a los anarcos, Lalo, La Tuna, Chava, Gonzalo, etc.; a Ale Pineda y La Pantera Rosa; a Marianita, Juan y los del Núcleo de Apoyo a las FARC-EP; a Irma y la banda de Economía; al Colectivo No Nuevo Orden Mundial; a Francisco Cerezo Contreras y sus hermanos (rehenes del gobierno mexicano); a los compas de *La Otra*; Alexis Ollin Benhumea (q.e.p.d.), Pavel Noel González (q.e.p.d.), Frente de Lucha Estudiantil Julio Antonio Mella (FLE-JAM), Frente Nacional de Lucha por el Socialismo (FNLS), a todos los que combatieron en la Huelga de la UNAM 1999-2000, y a todos los que siguen combatiendo (APPO, CNTE, Atenco, zapatistas, troskos, comunistas, anarquistas, etc.) y construyendo un mundo más humano, libertario y plural.

Este numerito es también para Mayra (amante de los animales y de la literatura), Adriana Albores, Alejandra Ahumada (por ser como eres), Mari (por dejarme vender en su puesto de Coyoacán), Ana Bravo, Anayancin, Denise (por las llamadas), Tanya Mejía, Leti (por Contreras), Rodrigo Raggi (antes de que se me olvide), Gisela, Ita, Anabel, Ana Estela, Karla Camillieri, Verónica, América, Draenia, Neyva, Alaciel y Mitsi Vanesa (porque la metafísica nos une).

A mi gran maestro y mentor Ricardo Bernal, quien despertó mi vocación por las letras; a la Escuela de Escritores de la Sociedad General de Escritores de México (SOGEM) por las enseñanzas (y las borracheras), Alejandro César Rendón (q.e.p.d.), Hugo Argüelles (q.e.p.d.), Chucho González Dávila (q.e.p.d.), Michael Ende, Augusto Monterroso y a todos los escritores que, vivos o muertos, han contribuido a mi formación.

Finalmente, doy las gracias, de manera muy especial, al sensei Hilario Ávila (mi otro gran maestro) y a todo el equipo de judo de la UNAM, porque me enseñaron a enfrentarme a mí mismo y a no dar mi brazo a torcer (literalmente).

Hey, man! Look at me rockin out, I'm on the radio

System of a Down

No creo en la educación. Tú mismo debes ser tu único modelo, aunque este modelo

sea espantoso

Albert Einstein

Índice

Introducción.....	6
Capítulo 1: de la conformación de identidades en la juventud y el papel de los medios en dicho proceso: una aproximación teórica	
1.1 Conceptos de cultura y su papel en la conformación de identidades en la juventud	12
1.1.1 Cultura y cultura juvenil.....	19
1.1.2 Cultura popular, cultura urbana y cultura de masas.....	37
1.1.3 La contracultura.....	49
1.1.4 Conformación de la identidad a partir de la cultura.....	55
1.2 El surgimiento de los estilos.....	61
1.3 La influencia de los medios y del medio.....	69
1.4 El rock como una forma de vida: aspectos culturales.....	76
1.5 La radio rockera y su papel en la construcción identitaria de los jóvenes.....	87
Capítulo 2. Aspectos generales de la historia de la radio en México	
2.1 Breviario de la radiodifusión mexicana.....	95
2.2 La consolidación de las familias que administran el monopolio de la radio mexicana.....	103
2.2.1 RASA.....	104
2.2.2 Núcleo Radio Mil.....	105
2.2.3 Grupo Radio Centro.....	107
2.2.4 Grupo ACIR.....	108
2.2.5 Radiorama.....	109
Capítulo 3. La radio cultural y educativa: breve repaso	
3.1 La radio cultural se cuece aparte.....	111
3.2 La radio universitaria.....	115
Capítulo 4. El rock y la radio en el Distrito Federal: una retrospectiva	
4.1 El arribo del rock a una sociedad conservadora.....	119
4.2 Avándaro... y después, el silencio.....	128
4.3 El Tianguis Cultural del Chopo: la emancipación de una cultura..	145
4.4 Los noventa y párale de contar.....	155

4.5 Otros actores.....	163
4.5.1 <i>La Pantera de la Juventud</i>	163
4.5.2 <i>Estéreo Joven</i>	168
4.5.3 <i>Órbita 105.7</i>	176
4.5.4 <i>Óxido 1180</i>	181
4.5.5 <i>Espacio 59</i>	183
4.5.6 La radio cultural: el sótano de los rockeros.....	190
Capítulo 5. <i>Rock 101</i> : análisis crítico de una estación rockera y de las causas de su desaparición	
5.1 Historia y características de la estación.....	198
5.2 La audiencia.....	210
5.3 Los creativos.....	213
5.4 El legado.....	218
5.5 <i>This is the end</i>	221
Capítulo 6. <i>Radioactivo 98.5</i> : análisis crítico de una estación rockera y de las causas de su desaparición	
6.1 Historia y características de la estación.....	226
6.2 La audiencia.....	238
6.3 Los creativos.....	241
6.4 Las aportaciones.....	245
6.5 Réquiem por <i>Radioactivo</i>	249
6.6 Epílogo: <i>Reactor 105</i>	254
6.7 Segundo epílogo.....	264
Conclusiones.....	266
Apéndice.....	277
Bibliografía.....	291
Hemerografía.....	296
Páginas electrónicas.....	303
Audios y promos.....	307

Introducción

La radio rockera mexicana, históricamente se ha topado con dos disyuntivas: ceder a las exigencias de las industrias culturales o cobijarse en las audiencias subterráneas. Aunque se ha diversificado con el paso del tiempo, no ha logrado (salvo una cantidad limitada de programas que no satisface la demanda creciente de las diferentes tribus urbanas) convertirse en un espacio que aglutine el universo simbólico del rock y sus diferentes subculturas. La radio comercial se ha ocupado más de clonar los formatos radiofónicos que le aseguren ingresos constantes, que en comprender el fenómeno del rock en su justa dimensión.

El título del presente trabajo es: *identidad juvenil en la radio rockera del Distrito Federal 1950-2006 (análisis de la desaparición de Rock 101 y Radioactivo 98.5)*. ¿Cuál es la importancia de nuestra investigación y por qué creemos que este tema merecía estudiarse a fondo? En primer lugar, porque pensamos que es necesario redefinir el papel de los medios de comunicación en el reforzamiento de la identidad juvenil, sus estilos y sus estéticas. Por ello, hemos hecho un recorrido histórico por la radio rockera del Distrito Federal buscando detectar aquellos programas que hayan nutrido a las diferentes subculturas rockeras, y al mismo tiempo, se hayan incorporado al cúmulo de identidades juveniles urbanas, en mayor o menor medida.

La segunda razón tiene que ver con la otra parte de nuestro enunciado. Elegimos dos estaciones radiofónicas comerciales especializadas en rock que en su momento fueron consideradas alternativas por su peculiar estilo: *Rock 101* y *Radioactivo 98.5*, ambas desaparecidas. Posteriormente, desglosamos su historia, sus equipos de

trabajo, sus programas y sus perfiles identitarios con el fin de contestar los siguientes planteamientos: ¿ Cuáles son las causas externas e internas que llevaron a la desaparición de *Radioactivo* y *Rock 101*?, ¿ Tienen que ver dichas causas con las reglas impuestas por el mercado y la ideología predominante en los monopolios de la radiodifusión mexicana?, ¿ cuáles son las coincidencias entre uno y otro contexto socio-histórico?

No obstante que dichos espacios radiofónicos no representaban la totalidad de las diferentes subculturas que se generan a partir del rock (ese que no está en los medios de difusión masiva, como el rupestre, el dark, el ska, el rock urbano, etcétera), y de alguna forma fungieron como los intermediarios institucionales entre las industrias culturales y un segmento de la juventud capitalina; también fueron una válvula de escape para los jóvenes que eran copartícipes de la cultura rockera, y que se identificaban con las emisoras.

En nuestra opinión, analizando a profundidad las causas reales de la desaparición de estas dos emisoras, así como su perfil y sus políticas institucionales, se puede llegar a la misma conclusión: la radio comercial enfocada en la música rock desaparece y reaparece según los cánones de los empresarios y/o administradores en turno, y no toma en cuenta los vínculos identitarios generados por éstas en sus audiencias. Sin embargo, sería ingenuo pensar que no pasa lo mismo en aquellas instituciones que se supone están obligadas a promover la cultura, como el Instituto Mexicano de la Radio y Radio UNAM. La pregunta que queda en el aire sería: ¿este constante ir y venir de la radio rockera en el Distrito Federal encontraría su propio territorio sin la intervención de las casas disqueras, la payola o los dueños de los consorcios radiofónicos? La respuesta la da la propia historia

del rock, que como una criatura que sobrevive a la glaciación, siempre encuentra su lugar y su espacio.

Conscientes de que no se puede homologar el total de las audiencias juveniles que se identifican y adoptan al rock como un estilo de vida con aquellas que escuchaban *Rock 101* y *Radioactivo 98.5*, es pertinente hacer una acotación: nuestro trabajo no sólo se remite a la revisión histórica de estas dos radiodifusoras. No podemos soslayar el papel de las estaciones de las radio culturales (*Radio Educación* y *Radio UNAM*) en la difusión de la música de la que se ocupa esta tesis. Tampoco pasan inadvertidas aquellas emisoras como *Estéreo Joven*, *Espacio 59*, *Óxido* y *La Pantera 590*; que para bien o para mal brindaron una ventana en el cuadrante al subterráneo abuelo de más de 50 años.

En este marco, Nos hemos planteado los siguientes objetivos:

Objetivos Generales

- Reconocer las condiciones políticas, sociales y económicas bajo las cuales desaparecieron del aire *Rock 101* y *Radioactivo 98.5*.
- Identificar los principales aspectos culturales en ambas estaciones que pudieron generar identidades en sus radioescuchas, y cómo estas identidades llegaron a convertirse en vínculos identitarios de un sector de la cultura juvenil generacional.
- Exponer los antecedentes históricos de la conformación de la radio rockera en el DF e identificar aquellos espacios que hayan respondido a una necesidad identitaria juvenil.

- A partir de este análisis, hilvanar una serie de conclusiones que permitan hacer el esbozo de un posible futuro de la radio rockera, la cual por antonomasia es asociada con la rebeldía.

Objetivos particulares

- Hacer un balance teórico social sobre cómo los medios de comunicación, y en particular la radio, forman parte del discurso ideológico y cultural de algunos sectores de la juventud mexicana.
- Resaltar los valores culturales de dicho estilo musical y su papel aglutinante de los sectores marginales de la juventud, partiendo de un recorrido histórico del rock en México.

También hemos delineado las siguientes hipótesis:

Hipótesis General

La aniquilación de espacios radiofónicos comerciales dedicados al rock parte en primera instancia de las condiciones económicas del mercado de la radiodifusión mexicana y no de la disminución o apatía de las audiencias, pues dicha música forma parte de una identidad cultural.

Hipótesis particulares

- *La radio rockera aún no se ha abierto totalmente de capa a las manifestaciones subculturales y contraculturales del rock hecho en México.*

- *Hay un impacto cultural a nivel generacional de las estaciones de radio rockeras que de una u otra forma se han consolidado en el dial radiofónico como Rock 101 y Radioactivo.*
- *Rock 101 y Radioactivo eran estaciones radiofónicas limitadas por esquemas de marketing, estrategias de comercialización y una legislación hecha a la medida de los empresarios que históricamente tienen el control de los medios electrónicos en nuestro país.*

Dividimos este trabajo en seis apartados. En el primero abordaremos algunos estudios culturales hechos por sociólogos y comunicólogos como Maritza Urteaga, Carles Feixa, Eduardo Nibón, Tere Estrada, Néstor García Canclini, Adrián de Garay, entre otros. En este mismo tenor, también se delinearán las principales categorías que conforman el sustento del presente trabajo, tales como: juventud, radio, cultura, contracultura, estilo, cultura popular, cultura urbana y cultura de masas.

En el segundo capítulo trazamos una pincelada general de la historia de la radio comercial y de cómo el poder económico de unas cuantas familias herederas de una cultura tradicionalista y conservadora se aglutinó en torno al control de la radio y la televisión mexicanas.

En la tercera parte de esta obra, volvemos al marco histórico trazado para contar brevemente cómo nacen la radio cultural y la radio universitaria en nuestro país, partiendo de la importancia de éstas para la recreación de espacios rockeros de identidad juvenil.

El capítulo cuatro encarna un repaso histórico de la radio rockera en el Distrito Federal desde principios de los cincuenta hasta finales de los noventa. En esta tesitura, también se desglosaron los correspondientes contextos en los que se ha desenvuelto el rock mexicano y su relación con los medios de difusión masiva y el desarrollo de las culturas juveniles urbanas.

El quinto capítulo se centra en *Rock 101*, sus logros y sus aciertos en la conformación de la identidad cultural de sus audiencias, así como en su contexto socio-histórico, incluyendo su etapa de decadencia y su legado cultural.

Finalmente, en el capítulo sexto se presentará una retrospectiva de *Radioactivo 98.5*. Al igual que en el apartado anterior, se desglosará su contexto socio-histórico, el perfil de su audiencia, sus aportaciones, su papel mediador entre las culturas parentales y el continente juvenil, así como algunos argumentos sustentados en información veraz para explicar el por qué de su desaparición. Después emitiremos las conclusiones a las que hemos llegado a partir de este análisis.

Capítulo 1. De la conformación de identidades en la juventud y el papel de los medios en dicho proceso: una aproximación teórica

1.1 Conceptos de cultura y su papel en la conformación de identidades en la juventud

Es menester partir de la definición de las categorías clave de la presente investigación, con el fin de desglosar poco a poco el embalaje teórico que nos servirá de referencia en los subsecuentes capítulos. El título de la presente tesis es: “identidad juvenil en la radio rockera del Distrito Federal 1950-2006 (análisis de la desaparición de Rock 101 y Radioactivo 98.5)”. Ocupémonos de la primera parte del enunciado.

Identidad, según el diccionario de la Real Academia Española se define como:

“f. Cualidad de idéntico.2. f. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.3. f. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.4. f. Hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca.5. f. Mat. Igualdad algebraica que se verifica siempre, cualquiera que sea el valor de sus variables.” ¹

Para el sociólogo George Theodorson, la identificación es el proceso por el cual una persona se circunscribe. Lo que es aceptado es integrado en su voluntad, es decir, sujeto a su control inmediato y en constancia con la integridad del resto del yo en el tiempo, es introyectado². También llamamos identidad al proceso psicosocial que implica la asimilación e internalización, en la propia conducta y en la concepción de uno mismo,

¹ Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006.

² Vid., Theodorson, George A., Diccionario de sociología, Paidós, Buenos Aires, 1978, p.147.

de valores, patrones, expectativas o roles sociales de otra persona o personas. La identificación es un proceso relevante en la conducta humana normal y no se circunscribe al periodo de la infancia, y tampoco constituye un mero mecanismo de defensa. Tanto los adultos como los niños pueden identificarse con otras personas por motivos de ansiedad, amor, o simplemente como una etapa en el curso del desarrollo de sí mismos y del ajuste social normal³.

Pero quizás la definición que dé más luz sobre nuestro objeto de estudio, es aquella que se relaciona intrínsecamente con el entramado social, un tipo de identidad que se construye “desde la interacción con otros sujetos que participan de características comunes en función de su posicionamiento social, *nosotras las mujeres, nosotros los hombres, nosotros los jóvenes*, son recortes contruidos que atienden a los modos de relación en el sistema social de producción y organización”⁴.

La identidad, vista como un concepto en movimiento que se construye en la interacción cotidiana, es una relación objetiva que se establece entre su portador y el medio social donde se desenvuelve, una plataforma desde la cual se comunica con los demás. Dicha dinámica necesita exteriorizarse (objetivarse) de algún modo⁵, ya que requiere para constituirse de una alteridad, es decir: un *nosotros* frente a los otros. En este sentido, dentro de la identidad se encuentran encapsuladas prácticas sociales, clases, grupos, subgrupos, espacios y territorios⁶. De ahí la importancia de concebir la identificación como un proceso social interactivo en el cual pueden circunscribirse ciertos grupos (en este caso,

³ *Idem.*

⁴ Reguillo, Rosana, En la calle otra vez, Iteso, 2da ed., Jalisco, México, 1995, p. 31.

⁵ Vid., *Idem.*

⁶ *Id.*

los jóvenes) que se enriquecen constantemente a través de la reinterpretación de sus distintas realidades.

El segundo término de nuestro enunciado es “juvenil”, o juventud. Aunque ampliaremos este concepto en el inciso 1.1.1 (mismo que recomendamos leer con detenimiento), a continuación presentamos un bosquejo del significado del mismo:

“juventud.(Del lat. iuventus, -ūtis).1. f. Edad que se sitúa entre la infancia y la edad adulta.2. f. Estado de la persona joven.3. f. Conjunto de jóvenes.4. f. Primeros tiempos de algo. Juventud de un astro, del universo, del año.5. f. Energía, vigor, frescura.6. f. pl. Rama juvenil de una formación política, religiosa, etc.”⁷

Si se nos pregunta qué intervalo de la vida abarca la juventud, la respuesta es que depende del campo de estudio, la delimitación, la conotación y el perfil que quiera dársele a dicho concepto. Desde el punto de vista biológico, la juventud comprende desde la pubertad fisiológica (aproximadamente, entre los 12 y 16 años) hasta la madurez (la cual al ser una condición cultural, no se puede delimitar bien a bien, a menos que se quiera obtener una muestra aleatoria de individuos de cierta edad).

Desde un punto de vista psicológico (en específico desde la teoría de Stanley Hall), la juventud (que abarca de los 12 a los 25 años), es una etapa de turbulencia, transición y aprendizaje, un estadio intermedio entre el “salvajismo” y la “civilización”⁸. Para los fines de la presente investigación consideramos los parámetros de la Encuesta Nacional de la Juventud (12 a 29 años), aunque consideramos que el público rockero de los 30 a los 35

⁷ Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006.

⁸ Feixa, Carles, Reloj de Arena, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 1998, pp. 18-19.

años, en muchos casos, forma parte de las audiencias juveniles de estaciones de radio rockeras dirigidas a un público de menor edad.

Finalmente, esbozaremos una categoría que no aparece en nuestro título, pero que resultará nodal en la medida en que nos adentremos en el cuerpo de la investigación. Nos referimos a la cultura:

“Cultura.(Del lat. cultūra).1. f. cultivo.2. f. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.3. f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.4. f. ant. Culto religioso.~ física.1. f. Conjunto de conocimientos sobre gimnasia y deportes, y práctica de ellos, encaminados al pleno desarrollo de las facultades corporales.~ popular.1. f. Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo. -cultura.(Del lat. cultūra).1. elem. compos. Significa 'cultivo, crianza'.”⁹

Según el diccionario de sociología de George Theodorson, la cultura forma parte del modo de vida de un grupo social; del ambiente de un grupo hecha totalmente por el hombre, incluyendo todos los productos materiales e inmateriales de la vida grupal que se transmiten de una generación a otra:

“La definición clásica de cultura que inspiró la mayoría de las definiciones sociológicas, fue enunciada por Edward B. Taylor: ‘Ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la ley, las costumbres y cualquier otra capacidad o hábito adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad’. Alfred L. Kroeber y Clyde Kluckhohn, luego de realizar una revisión de las definiciones corrientes de cultura, llegaron a

⁹ Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006.

la conclusión de que el consenso de la mayoría de los científicos sociales es que 'la cultura consiste en patrones, explícitos o implícitos, de y para la conducta, adquiridos y transmitidos por medio de símbolos que constituyen los logros humanos y comprenden su materialización en instrumentos; el núcleo de la cultura consiste en ideas de carácter tradicional (derivadas y seleccionadas históricamente) y en especial en los valores implicados por ellas'."10

Tanto identidad, como cultura, son conceptos que forman parte del universo de la juventud, mismo que se conforma con elementos externos e internos, los cuales pueden ser retomados del entorno geográfico, socio-económico, político y familiar. En este contexto, los jóvenes construyen espacios, símbolos, territorios y estilos de vida (el movimiento *Okupa*, las radios piratas, la literatura subterránea, los chats, los foros, etcétera)¹¹.

La radio pública ha hecho algunos esfuerzos encaminados en esta dirección. Cuando nos referimos a lo público, hablamos de:

“(Del lat. *publĭcus*).1. adj. Notorio, patente, manifiesto, visto o sabido por todos.2. adj. Vulgar, común y notado de todos. Ladrón público.3. adj. Se dice de la potestad, jurisdicción y autoridad para hacer algo, como contrapuesto a privado.4. adj. *Perteneciente o relativo a todo el pueblo*.5. m. *Común del pueblo o ciudad*.6. m. Conjunto de las personas que participan de unas mismas aficiones o con preferencia concurren a determinado lugar. Cada escritor, cada teatro tiene su público.7. m. Conjunto de las personas reunidas en determinado lugar para asistir a un espectáculo o con otro fin semejante.8. f. En algunas universidades, acto

¹⁰ Theodorson, George A., *Diccionario de sociología*, Paidós, Buenos Aires, 1978, p. 69.

¹¹ En el caso de México existen múltiples ejemplos: la *Clínica Regina*, un edificio del centro histórico, el cual actualmente funge como un laboratorio de arte que funciona gracias a las propuestas vanguardistas de varios artistas jóvenes, encabezados por Andrés Mendoza “Lucas”; es sólo uno de ellos.

público, compuesto de una lección de hora y defensa de una conclusión, que se tenía antes del ejercicio secreto para recibir el grado mayor. dar al ~.1. fr. publicar (|| por medio de la imprenta u otro procedimiento un escrito). de público.”¹²

Sin embargo, sus limitaciones tecnológicas y presupuestales con respecto a la radio comercial ha hecho que sus escasos nichos dedicados al rock sean efímeros. No obstante, los pocos espacios hertzianos que transmiten (o transmitieron) rock, contribuyen a la construcción cultural e identitaria de algunos sectores de la población joven de nuestro país, –12.9% de las mujeres y 26.9% de los hombres de la población total estimada según la Encuesta Nacional de la Juventud del año 2000, la cual fue practicada en 54, 500 viviendas del país entre los residentes habituales que tenían entre 12 y 29 años, de las cuales, en aproximadamente 33.4% no se encontraron jóvenes pertenecientes al rango de edad de la muestra; y en 66.6% de las viviendas restantes, el promedio de levantamiento fue de 1.5 jóvenes por hogar¹³–, particularmente, los que viven en el Distrito Federal.

Un ejemplo de la importancia de este medio en la generación de identidades juveniles no alineadas con la cultura institucional fue la histórica *Radio Alicia*, una radio libre que durante la segunda mitad de los años setenta (comenzó sus transmisiones en enero de 1976), y al igual que otras emisoras “piratas” como *Radio Veronique* –de Holanda– y *Radio Caroline* –de Inglaterra–, demostró que los medios de comunicación pueden inyectar de cultura a la sociedad en más de una dirección. La respuesta al por qué de este hecho, está en la cultura juvenil de la que se

¹² Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006; las cursivas son nuestras.

¹³ CIEJ-IMJ, Primera Encuesta Nacional de la Juventud, Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 2001, p. 287. Vid., Tabla 1 en el apéndice de la presente tesis.

nutría la emisora: el movimiento hippie, la psicodelia, la liberación sexual, el surrealismo, y en sí de la identificación de su propio público; en contraste con las emisoras de radio comerciales (es decir, enfocadas más en el mercado y el consumo, que en sus audiencias). Durante los primeros meses de *Radio Alicia*, incluso personas que no estaban de acuerdo con los puntos de vista políticos de la emisora, no podían menos que reconocer que habían renovado radicalmente la radiodifusión.

Umberto Eco considera a *Radio Alicia* como una emisora interesante, y afirma que su clima estilístico es muy peculiar: “Las citas de *Radio Alice* mezclan sin escrúpulo al Marqués de Sade, Maiakovski, Mandrake, Artaud y al héroe Guattareuze. También las declaraciones filosóficas intercaladas en sus emisiones poseen un estilo particular.”¹⁴

Para entender la importancia de la radio rockera, tanto en el proceso de conformación de culturas suburbanas, como elemento nutriente en las identidades de sus radioescuchas (jóvenes en su mayoría); es imperativo *conocer y analizar las diferentes construcciones teóricas de las categorías de cultura e identidad (de las cuales ya hemos delineado un primer bosquejo), abordadas por teóricos sociales especializados como Bourdieu, Carles Feixa, Eduardo Nibón, entre otros.*

¹⁴ Bassets, Lluís comp., *De las ondas rojas a las radios libres*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981, p. 225.

1.1.1 Cultura y cultura juvenil

Al hablar de cultura, como hemos podido constatar, hablamos de un término con un amplio margen de significados. Retomamos una de las definiciones del Diccionario de la Real Academia Española que citamos con anterioridad: “f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”¹⁵. Si partimos de esta premisa, encontramos que la juventud es un ente representativo de una cultura, ya que engloba modos de vida, desarrollo, costumbres y conocimientos. Si acotamos más el concepto, podemos dilucidar que dentro del conjunto universal de los jóvenes, hay subconjuntos con las mismas características pero con una identidad diferente (entiéndase identidad, como el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás, como ya hemos mencionado).

El catedrático e investigador, Néstor García Canclini, define a la cultura como:

“...la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir hacia todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido. (...) Pero la definición que proponemos no identifica cultura con ideal y social con material, ni -menos aún- supone que pueda analizárselos separadamente. Por el contrario, los procesos ideales (de representación o reelaboración simbólica) son referidos a las estructuras materiales, a las operaciones de reproducción o transformación

¹⁵ Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006.

social, a las prácticas e instituciones que, por más que se ocupan de la cultura, implican una cierta materialidad”.¹⁶

Esta definición encaja más con la presente investigación. Aunque la definición académica arroja luz sobre la concreción del fenómeno de la cultura, no basta con entenderla como un inventario, sino como un proceso que está en constante movimiento y construcción. Lo que hoy forma parte del imaginario popular, mañana será reelaborado y reinterpretado por la misma sociedad¹⁷, e irremediablemente transformará la propia cultura.

Ahora bien, al hablar de la radio rockera en el Distrito Federal –en la cual nos enfocaremos más adelante–, vista como reproductora o transformadora del sistema social; debido al predominio imperante de las estaciones de radio comerciales (nos referimos a las concesionadas por el Gobierno Federal); ésta no ha cumplido en su cabalidad con dicho papel, a pesar de que la misma Ley Federal de Radio y Televisión dice en su artículo quinto que la radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana; además de que su fracción tercera, obliga a los medios electrónicos a contribuir a elevar el nivel

¹⁶ García Canclini, Néstor, Culturas populares en el capitalismo, Grijalbo, México, 2002, p. 71. Las cursivas son nuestras.

¹⁷ *Sociedad*: Grupo de personas que tienen una cultura común y en cierta medida diferenciable, que ocupan un área territorial determinada, que experimentan un sentimiento de unidad y que se consideran a sí mismas como una entidad separada. Como todos los grupos, la sociedad cuenta con una estructura de roles interrelacionados y una conducta adecuada, prescripta por normas sociales. Sin embargo, una sociedad es un tipo especial de grupo con un sistema social amplio que incluye todas las instituciones requeridas para satisfacer las necesidades humanas básicas. Es independiente, no en el sentido de su autosuficiencia total desde el punto de vista económico, sino porque incluye todas sus formas organizativas indispensables para su propia supervivencia. Vid., Theodorson George A., Diccionario de sociología, Paidós, Buenos Aires, 1978, p.265.

cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones¹⁸.

El ciclo del capital se manifiesta en la existencia y reproducción de las industrias culturales del rock (arraigadas en las estaciones de radio comerciales), las cuales buscan sobre todo, a partir del circuito de producción distribución y consumo, llenar ese espacio económico de compra y venta denominado mercado y poblado por consumidores *ad hoc*, aunque lo que ofrezcan en venta sean productos opuestos al propio discurso contenido en tales productos, como por ejemplo, un disco de *The Clash*, grupo de punk identificado por su férrea crítica al sistema político-económico dominante.

Con respecto a la radio cultural, ésta se cuece aparte. Antes de continuar cabría abrir un paréntesis para exponer qué entendemos por “radio cultural”, o mejor dicho, radio educativa. El terreno de este tipo de emisoras se ubica en el de lo público, o en otras palabras, *lo perteneciente o relativo a todo el pueblo*, retomando la definición del Diccionario de la Real Academia Española, cuyos cánones responden a la cultura académica.

Así también, tenemos que la radio pública se subdivide en: educativa, popular y comunitaria. La radio educativa en nuestro país depende en gran medida de la Secretaría de Educación Pública (SEP) y comprende contenidos formales (apoyo para el aprendizaje) y no formales (información de organizaciones no gubernamentales, asuntos de interés comunitario, etcétera). *Radio Educación*, en el 1060 de Amplitud

¹⁸ Vid., Ley Federal de Radio y Televisión, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Secretaría General, Centro de Documentación, Información y Análisis, Última Reforma DOF 11-04-2006, p. 2.

Modulada es un claro ejemplo de una radio educativa con un perfil cultural que combina elementos universales (arte, literatura, historia, etc.) y tradicionales (música popular, costumbres étnicas, lenguas indígenas, etc.). La radio popular, por su parte, se ocupa de los intereses y necesidades de ciertos grupos, tales como los obreros o los campesinos, con la particularidad de que da cabida a todas las voces, sin sesgos informativos de por medio (la *Radio Ciudadana* en el 660, tiene este carácter).

Finalmente, la radio comunitaria, a diferencia de la anterior, se rige por sus objetivos sociales, orientados hacia el servicio a las comunidades. En este rubro entran las radios indigenistas del sureste mexicano y las radios fronterizas del norte, de gran importancia para los trabajadores migrantes, quienes a través de éstas pueden estar en contacto con sus familias¹⁹. En síntesis, la radio cultural se define por sus contenidos y no por el hecho de “difundir cultura”, ya que si bien las estaciones de radio comerciales aportan muy poco a las comunidades y al sistema educativo en su conjunto, ello no quiere decir que no sean representativas de otra oferta cultural (como la del consumo).

Mucho deben tanto el rock nacional como las corrientes subterráneas del rock internacional a los escasos programas emulados por las radiodifusoras públicas educativas, populares y comunitarias que de alguna u otra forma mantuvieron vivo este género musical durante la época de la mordaza (desde el *Festival de Avándaro* en 1971 hasta la primera mitad de la década de los ochenta). En su momento se ahondará en este tema.

¹⁹ Peppino Barale, Ana María, *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*, Plaza y Valdés, México, 1999, pp. 31-43.

Es importante para nosotros profundizar en el concepto de cultura, ya que por medio de ella, los jóvenes conformamos nuestra identidad. Somos cultura y producimos cultura. Somos receptores y emisores de cultura. Nuestra historia personal está hecha de ladrillos de cultura unidos entre sí por el cemento de la interacción social. Edificamos nuestra identificación a partir de elementos dispersos en nuestra realidad inmediata. Entre estos elementos están los medios de comunicación, la música, los territorios, las prácticas cotidianas y los espacios. El rock es un elemento de identidad cultural. Rock que viaja a través del espacio aéreo, entra por los oídos llega al cerebro y se queda atrapado entre dos neuronas. Convertido en un impulso eléctrico, baja al corazón y es bombeado al resto del cuerpo y se queda vagando eternamente como una piedra rodante.

Rosa María Fajardo, una corsaria que ya ha recorrido estas mismas aguas antes, habla de cuatro interpretaciones distintas del concepto de cultura en su tesis sobre rock mexicano de los 90 e identidad:

- Desde la *visión clásica*, la cultura es un proceso general de desarrollo intelectual o espiritual. Este uso refleja los orígenes del término o la idea de labranza o cultivo del conocimiento y prevalecía en los escritos históricos y filosóficos europeos en el siglo XVIII cuando “cultura” o “cultivado”, era a menudo equiparado con “civilizado” o “civilización”.
- Según la *concepción simbólica* (Wright y Geertz), la cultura es un documento actuado, un sistema extraído de señales construibles, acciones significativas que producen objetos, significados y enunciados que requieren una interpretación.

- La *concepción descriptiva* de la cultura se refiere a una variedad de valores, creencias, construcciones, convenciones, y prácticas características de una sociedad en particular o de algún periodo de la historia.
- Finalmente, la *concepción estructural* de la cultura dice que el análisis cultural abarca las acciones, objetos y enunciados significativos, así como las relaciones de poder en que se encuentran ubicados; este aspecto fundamental constituye la base de este concepto²⁰.

La concepción clásica de cultura tiene su correspondencia en el proyecto cultural elitista (el que deriva de forma más clara del proyecto colonialista), que según la antropóloga Violeta Torres, es el que se presenta actualmente con indumentaria cosmopolita. Mantiene el supuesto de que existe una cultura universal única cuyos logros superiores se han alcanzado en el contexto de la civilización occidental. El proyecto cultural consecuente se define, para las grandes mayorías del país, como la necesidad de sustituir su cultura por los contenidos superiores de “la cultura universal” ²¹.

Torres remata afirmando que en la definición restringida de cultura elitista, las tareas de difusión adquieren una importancia estratégica privilegiada: hay que llevar la cultura al pueblo. La cultura deseada se ve como un conjunto de prácticas, valores e ideas que, por azares de la historia es ajeno a las mayorías.

²⁰ Vid. Fajardo, Rosa María, Rock mexicano de los 90..., Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, UNAM, México, 2002, pp. 14-16.

²¹ Vid., Torres, Violeta, Rock-eros en concreto, INAH, México, 1999, pp. 80-81.

En cuanto a la concepción simbólica de la cultura, ésta nos ayudará a delinear las producciones culturales del rock como generadoras de identidades, que como hemos definido, son procesos psicosociales que implican la asimilación e internalización, en la propia conducta y en la concepción de uno mismo, de valores, patrones, expectativas o roles sociales de otra persona o personas. Incluso es posible inscribir dentro de este rubro a los medios de comunicación, ya que estos son parte del proceso de secularización de los campos culturales y contribuyen a la creación de hábitos de consumo cultural, y nosotros agregaríamos, de producción cultural. La comunicación (f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.³ f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.²²) la entenderemos como:

“...una dimensión de lo social, práctica regulada y reguladora de otras prácticas, una clave para entender los fenómenos entrettejidos en lo social. [...] la comunicación tiene su fundamento en la interacción de sujetos históricamente situados que comparten un capital simbólico social, es decir convencional, que se objetiva en discursos –en sentido amplio– sobre la realidad, en un proceso de producción-recepción-producción de significados, determinado en primera instancia por el lugar social de los actores en la estructura. Este planteamiento nos lleva a pensar la comunicación como una doble competencia, entendida como la capacidad que tienen los actores de entender y producir discursos”²³.

En este sentido, la concepción simbólica también abarca los medios de comunicación generados por las subculturas o aquellos pertenecientes al Estado –o a la iniciativa privada– que esporádicamente abren portales

²² *Diccionario de la Real Academia Española*, Edición Digital, España, 2006.

²³ Reguillo, Rosana, *En la calle otra vez*, Iteso, 2da ed., Jalisco, México, 1995, p. 39.

dimensionales entre las instituciones y las culturas alternativas, contraculturas y/o subculturas²⁴.

Las dos últimas concepciones de la cultura de las que se ocupa Rosa María Fajardo (descriptiva y estructural) dependen del contexto sociopolítico e histórico al que se circunscriban y de las relaciones de dominación que no explican del todo los fenómenos que suceden a nivel subcultural, popular o contracultural. Si por ejemplo partimos de una concepción descriptiva de la cultura, tendríamos que hablar de la sociedad en su conjunto de cierto periodo de la historia y de una serie de categorías accesorias que si bien sirven para contextualizar en el tiempo y el espacio, por sí solas no reflejan los movimientos de reflujo que hay dentro de la trama social, ni sus diversas interacciones culturales. Lo mismo pasa con la concepción estructural, cuya visión de la cultura podría resumirse de la siguiente forma:

“Para entender qué es cultura y cómo se transforma, debemos comprender primero la función que cumple dentro del organismo social. Todo ser viviente debe organizar sus relaciones con el medio donde existe. Para ello, necesita crear un modelo interno parcial, resumido y modificable de sí mismo y de las condiciones de su entorno.”²⁵

Las formas culturales contemporáneas, están mediadas crecientemente por diversos mecanismos, entre ellos, los medios de comunicación. No debemos olvidar que uno de los objetivos de la comunicación entre las industrias culturales –con los medios de difusión masiva como

²⁴ *Subcultura*. La cultura de un segmento identificable de la sociedad. Una subcultura es parte de la cultura total de la sociedad, pero difiere de la cultura más amplia en ciertos aspectos, por ejemplo, en el lenguaje, en las costumbres, en los valores o en las normas sociales. Vid., Theodorson George A., *Op. Cit.*, p. 276.

²⁵ Britto García, Luis, *El imperio contracultural. Del rock a la postmodernidad*, Nueva Sociedad, 3ra edición, Venezuela, 1996, p. 16.

intermediarios– y la sociedad es poner en circulación un discurso social homogéneo materializado en productos²⁶. El rock nacional (y también el angloparlante, mal llamado rock internacional, aunque provenga en demasía de Estados Unidos y Gran Bretaña) no es la excepción, de ahí que gran parte de la información que recibimos y consumimos por conducto del mercado tenga el sello de un aparato propagandístico que a veces es rebasado por la misma sociedad (el caso del fenómeno myspace.com es muy ilustrativo al respecto, pues de pronto las compañías discográficas quedaron rezagadas ante la popularidad que adquirieron las bandas que presentaban su música en una comunidad de internautas, en vez de atarse a las vicisitudes de un contrato de exclusividad), un aparato anclado a sus propios mecanismos y criterios, los cuales operan como filtros para la selección, producción y difusión de su producto, entendido como artículo de información y entretenimiento.

Desde la cultura, las sociedades construyen y recrean su propia historia y tradiciones. De ahí su importancia para el modelo de producción capitalista, el cual busca perpetuar sus relaciones de producción *ad infinitum*, actualmente circunscritas a los procesos de integración cultural producidos por la globalización económica:

“A fin de integrar a las clases populares en el desarrollo capitalista, las clases dominantes desestructuran —mediante procesos distintos, pero subordinados a una lógica común— las culturas étnicas, de clase y nacionales, y las reorganizan en un sistema unificado de producción simbólica. Para lograrlo, separan la base económica de las representaciones culturales, quiebran la unidad entre producción, circulación y consumo, y de los individuos con su comunidad. En un segundo momento, o simultáneamente, recomponen los pedazos

²⁶ Vid., Reguillo, Rosana, Op., Cit., pp. 47-48.

subordinándolos a una organización transnacional de la cultura correlativa de la transnacionalización del capital”.²⁷

¿Qué es lo que entendemos por integración cultural?, eso depende de la perspectiva desde la cual se aborde el tema. Según la Declaración de la UNESCO de México 1982, la cultura es entendida como el *conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social*. Además de las artes y las letras, la cultura engloba los modos de vida, los derechos humanos fundamentales, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias²⁸. En este sentido, la UNESCO plantea que la “cooperación cultural” parte de constatar esas pluralidades y concibe a la cultura como campo de trabajo práctico en el cual se pueden concebir y poner en funcionamiento procesos de reconocimiento y acercamiento entre regiones, sociedades e incluso grupos sociales en diversa composición estructural.

Desde esta óptica, la integración cultural, en su sentido práctico, se entiende como el reconocimiento y la tolerancia respecto a formas distintas de interpretar el mundo. Sin embargo, dado que las industrias culturales instrumentan su propia visión utilizando la gran cantidad de medios que están en la esfera de su influencia económica (radio, televisión, campañas publicitarias, cabilderos, etc.), al tratar de incorporar la consideración cultural a los procesos de integración regional (cobijados por el discurso del “desarrollo”), hacen de la cultura una mercancía o un instrumento de los procesos políticos que intervienen en la conformación de los bloques regionales.

²⁷ García Canclini, Néstor, Culturas populares en el capitalismo, Grijalbo, México, 2002, p. 51.

²⁸ <http://www.naya.org.ar/articulos/global02.htm>, consultada el 15 de enero de 2007.

En este marco, la integración cultural puede contribuir a establecer la producción selectiva de formas culturales o retroalimentarse con las culturas regionales. En uno u otro sentido, lo importante es destacar el papel de los grupos y subgrupos sociales, esos microuniversos culturales en donde la identidad se urde con factores internos y externos.

Tomando en cuenta lo expuesto hasta el momento, la cultura se nos presenta como un ente en metamorfosis constante, dinámico, cuya importancia radica en la preservación de las tradiciones, lenguajes, símbolos, territorios, usos y costumbres de los diferentes subconjuntos que integran ese conjunto universo llamado sociedad. Uno de esos subgrupos lo encarna el sector juvenil, dentro del cual se ubican a su vez aquellos jóvenes que, de alguna u otra manera, alimentan su identidad con algún aspecto de la cultura rockera, ya sea como individuos o como integrantes de alguna subcultura (es decir, la cultura de un segmento identificable de la sociedad). En el caso del rock mexicano, éste consolidó su conversión en un producto apto para los medios durante la década de los ochenta, sin embargo, ello no impidió que los agentes que participaron en el proceso de su elaboración, tomaran las formas de cultura y comunicación cotidianas y las incorporaran en los productos de los medios, reproduciendo así, las formas culturales de la vida cotidiana.

Para aterrizar la categoría de *cultura juvenil*, primero debemos trabajar en su construcción conceptual. En su significado más simple, la juventud es la edad que se sitúa entre la infancia y la edad adulta. No obstante, algunos investigadores (como Jesús Macedo González y la doctora Elsa Gutiérrez Baró) consideran como criterio insuficiente el aspecto fisiológico-biológico del término. En otras palabras, la concepción

clásica de la juventud ubica a ésta como una simple etapa transitoria, y no como un segmento del universo social:

“El término de la juventud coincide en la inserción del mundo adulto ya sea a través de quienes adquieren un trabajo estable o constituyen una familia (lo cual no es cierto porque hay jóvenes que tienen familia y que tienen trabajo pero no por eso dejan de ser jóvenes).

Es decir, esta clasificación permite hacer comparaciones a nivel de la Edad, pero omite las condiciones del contexto, espacio temporal en el que se desarrollan los y las jóvenes, es decir aquí el joven es solo un <<número>>”.²⁹

Al hablar de juventud, también se habla de cambios, de rituales, de transición. No obstante, el término nos remite a modos de pensar, sentir, percibir o actuar, que atraviesan las actividades de un grupo y los distinguen de otros. es decir, a una identidad cultural dentro la cual subsisten otras subculturas³⁰. En resumen, la juventud representa un territorio específico, una categoría social con sus propios códigos, lenguajes y símbolos.

El antropólogo catalán, Carles Feixa, describe cinco modelos de juventud correspondientes a distintas etapas de la historia de la humanidad:

²⁹ Macedo, Gonzáles, Jesús, La juventud, más que la edad, es una categoría social: protagonismo, en <http://www.monografias.com/trabajos15/juventud/juventud.shtml>, consultada el 15 de enero de 2007.

³⁰ La visión adulcentrista y bio-psicologista de la juventud, debido a su rigidez, a menudo es presa de las estampidas sociales de la historia y se ve sorprendida por movimientos que escapan a su comprensión. Pasó con el movimiento punk en Inglaterra, con la huelga estudiantil de la UNAM, y con las juventudes anarquistas del post punk mexicano.

- Los púberes de las sociedades primitivas sin Estado.
- Los efebos de los estados antiguos.
- Los mozos de las sociedades campesinas preindustriales.
- Los muchachos de la primera industrialización.
- Los jóvenes de las modernas sociedades posindustriales³¹.

Asimismo, Feixa define a la juventud en términos antropológicos como una *construcción cultural* relativa en el tiempo y en el espacio. Dado que las formas de la juventud son cambiantes según su duración y su consideración social, también los contenidos atribuidos a ésta son dependientes de sus valores asociados y de los ritos que marcan sus límites. Para Feixa, la juventud depende de una serie de condiciones sociales tales como: normas, comportamientos e instituciones; así como una sucesión de imágenes culturales (valores, ritos y atributos). Tanto unas como otras están íntimamente relacionadas con la estructura social en su conjunto, misma que engloba las formas de subsistencia, las instituciones políticas y las cosmovisiones ideológicas de cada tipo de sociedad³².

Esta concepción del joven como una edificación cultural nutrida por las estructuras sociales es la idónea para los fines de la presente tesis, ya que coincide con las definiciones que hemos venido delineando hasta este momento: cultura e identidad, mismas que están en constante movimiento dentro del entramado social, interrelacionarse y poniéndose en común entre sí. Feixa contextualiza el término dentro de un marco histórico basado en cinco factores de cambio a partir de los cuales se entiende la evolución y circunscripción del término “juventud” en las sociedades modernas:

³¹ Cfr. Feixa, Carles, Reloj de Arena, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 1998, p. 19.

³² *Ídem*.

“En primer lugar, la emergencia del Welfare State creó las condiciones para un crecimiento económico sostenido y para la protección social de los grupos dependientes. En segundo lugar, la crisis de la autoridad patriarcal conllevó una rápida ampliación de las esferas de libertad juvenil: la guerra actuaba como detonante de la brecha generacional que separaba a los jóvenes de los adultos. En tercer lugar el nacimiento del *teenage market* ofreció por primera vez un espacio de consumo específicamente destinado a los jóvenes que se habían convertido en un grupo con creciente capacidad adquisitiva: moda, adornos, locales de ocio, música, revistas, etc., constituían un segmento de mercado de productos adolescentes. En cuarto lugar, la emergencia de los medios de comunicación de masas permitió la creación de una verdadera cultura juvenil internacional-popular, que iba articulando un lenguaje universal a través de los *mass media*, la radio, el disco, el cine; y hacía que los jóvenes empezaran a identificarse más con sus coetáneos que con los miembros de su clase social o etnia. En quinto lugar, el proceso de modernización en el plano de los usos y costumbres supuso una erosión de la moral puritana, dominante desde los orígenes del capitalismo, siendo progresivamente sustituida por una moral consumista más laxa, cuyos portadores fueron esencialmente los jóvenes”.³³

Como se puede apreciar en esta cita, la juventud no sólo es una construcción cultural desde un punto de vista histórico, sino que al mismo tiempo es un constructo fomentado por la lógica consumista del mercado (emulada a su vez por un sector de la industria que concretamente se especifica en la homogenización de los modos de vida y costumbres, conocimientos y el grado de desarrollo de la sociedad; tales como la cinematográfica, la musical, la editorial, etcétera) y los grandes medios de

³³ Feixa, Carles, *Op. Cit.*, pp. 33-36.

difusión masiva. Sintetizando: siendo la juventud una construcción social y la identidad (plataforma desde la cual se interactúa con los demás) el punto de apoyo entre los jóvenes y el medios social; la cultura juvenil vendría siendo el tercer eslabón de la cadena: la materialización de las diversas interacciones (no exentas de relaciones dialécticas) que se dan en el conjunto universo de la juventud, generando una constelación de subconjuntos que se traducen en estilos de vida. Ello nos explica –entre muchas otras cosas– el por qué la comunidad rockera (que forma parte de dichos subconjuntos), además de no ser homogénea, hace coincidir a jóvenes de los más diversos orígenes y segmentos socio-económicos.

En un contexto más general, las culturas juveniles se definen a partir de sus propios constructos autónomos. En un sentido amplio, éstas refieren la manera que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de distintos estilos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional, la cual se ubica del otro lado de la frontera del territorio juvenil: el mundo adulto. En un sentido más restringido, las culturas juveniles definen la aparición de “microsociedades”, con grados significativos de autonomía respecto de las “instituciones adultas”, por ejemplo: la banda en contraposición a la familia, la protesta social versus los Poderes de la Unión, la ocupación de edificios abandonados como una alternativa a la propiedad privada, etcétera³⁴.

El tercer y último concepto central, asociado a la praxis cultural juvenil en el sentido de la construcción identitaria es, en el contexto de nuestra investigación, la radio: “radiodifusión.1. f. Emisión radiotelefónica destinada al público.2. f. Conjunto de los procedimientos o instalaciones

³⁴ Vid., Feixa, Carles, *Op. Cit.*, pp. 60-61.

destinados a esta emisión.³⁵ f. Empresa dedicada a hacer estas emisiones”³⁵. La palabra radio empezó a emplearse en la marina de los Estados Unidos en 1912. como una combinación de las voces del latín *radius* y *varita*, *rayo de carro*, *rayo de luz*³⁶.

Haciendo a un lado la definición formal, lo que realmente nos interesa con respecto a la radio en la presente construcción teórica es su relación con la sociedad. En palabras de María Cristina Romo Gil, la radio encarna una pieza en la comunicación³⁷ social, ya que tiene la posibilidad de relacionar a grupos sociales grandes. Sin embargo, la investigadora considera que si la radio es un medio de comunicación masiva, de difusión, de comunicación social o de comunicación tecnificada; ello depende de los criterios de utilización, de la adecuación del mensaje al proceso y sobre todo del rol que desempeñe el auditorio³⁸.

Si la comunicación es un proceso de producción-recepción-producción de significados³⁹ como una dimensión de lo social, la cultura juvenil y sus diversas identidades se retroalimentan entre sí a través de ésta. La radio representa una pieza más en este ciclo, una forma de convivencia humana y una actividad de interés público.

³⁵ Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006.

³⁶ Cfr. Figueroa, Romeo, ¡Qué onda con la radio!, Alhambra, México, 1996, p. 30.

³⁷ *Comunicación*. Transmisión de información, ideas, actitudes o emociones de una persona o grupo a otro (u otros), principalmente mediante símbolos. Para que la comunicación tenga efecto, el significado interpretado por el receptor debe corresponder de manera precisa al transmitido por el emisor. La comunicación es la base de toda interacción social; permite la transmisión de los conocimientos acumulados y hace posible la existencia de una comprensión empática entre los individuos. Theodorson, George A., Op. Cit., p. 51.

³⁸ Cfr. Romo Gil, Cristina María, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Diana, México, 1989, pp. 13-14.

³⁹ Vid., Reguillo, Rosana, Op. Cit., p. 39.

Ahora bien, ¿cómo influye el medio en las producciones culturales de la juventud, la cual es en sí misma un constructo en constante movimiento? Quizás dicha influencia dependa del contexto del cual partamos:

“La importancia de convivir con los medios supera por mucho a la de consumir sus contenidos. Mirar televisión o escuchar radio son situaciones que remiten a una multiplicidad de prácticas y experiencias localizadas en contextos disímbolos. Si analizamos con detenimiento esta aseveración, los públicos pueden ser clasificados en familias, grupos e instituciones que interactúan simbólicamente con los medios en espacios cultural y socialmente diferenciados”.⁴⁰

Desde esta óptica, el mensaje es una polisemia estructurada que puede ser decodificada de diversas formas, lo cual implica que no habrá necesariamente ajuste o transparencia entre los extremos de la codificación y la decodificación dentro de la cadena comunicativa. ¿Qué quiere decir esto?, que no es posible que los mensajes influyan unidireccionalmente a la sociedad todo el tiempo. Como veremos más adelante, hay una reciprocidad implícita en los procesos de integración cultural, aún cuando dichos procesos partan del unilateralismo de la globalización, pues las culturas regionales son su natural contrapeso. Los medios no pueden evitar nutrirse de las subculturas y de las culturas populares, pues ello depende que el ciclo de producción-elaboración-producción de significados se cumpla. Al mismo tiempo, las culturas populares y las subculturas reciben los mensajes y los reinterpretan de acuerdo con sus propios contextos⁴¹.

⁴⁰ Winocur, Rosalía, Ciudadanos Mediáticos. La construcción de lo público en la radio, Gedisa, Barcelona, 2002, p. 24.

⁴¹ De hecho, la crítica ácida que hace el movimiento punk hacia los “medios de manipulación masiva”, es una reinterpretación de los mensajes emitidos por las industrias

En resumen, la cultura juvenil y las identidades que están íntimamente ligadas a ésta, se edifica con respecto al lugar que ocupa en el tejido social y a los fenómenos de reelaboración simbólica de las estructuras materiales derivadas de sus distintas interacciones. Es por eso que no se puede hablar de “una cultura” o “de la cultura” (entendida como la producción de fenómenos encaminados a comprender, reproducir o transformar el sistema social). Siendo la juventud una construcción cultural inscrita en el universo de *las culturas*, es inevitable el surgimiento de construcciones simbólicas exclusivamente juveniles que se desplazan a través de canales de comunicación integrados o no a las industrias culturales. La radio, tercera pieza del rompecabezas, es uno de los medios social y culturalmente diferenciados que son copartícipes en dichos procesos.

En el siguiente apartado hablaremos de las identidades juveniles y de la conformación de éstas a partir de la cultura urbana, la cultura popular, la cultura para las masas y las contraculturas.

culturales, las principales encargadas de mediar entre la integración cultural (globalización) y las culturas regionales (regionalización).

1.1.2 Cultura popular, cultura urbana y cultura de masas

En el capítulo anterior se despejaron cuatro de las incógnitas que conforman la ecuación de la cual parte el presente trabajo de investigación: juventud, identidad, cultura y radio. Sin embargo, con el fin de ampliar el marco de referencia en el que se inscribe el enunciado que le da nombre a la tesis, definiremos también otras categorías como son: cultura popular, cultura urbana y cultura de masas. Empecemos por delinear el término “popular”:

“(Del lat. populōris).1. adj. Perteneciente o relativo al pueblo.2. adj. Que es peculiar del pueblo o procede de él.3. adj. Propio de las clases sociales menos favorecidas.4. adj. Que está al alcance de los menos dotados económica o culturalmente.5. adj. Que es estimado o, al menos, conocido por el público en general.6. adj. *Dicho de una forma de cultura: Considerada por el pueblo propia y constitutiva de su tradición.*”⁴²

El catedrático Adolfo Colombres acota que la cultura popular es la creación del pueblo y no de una elite, y surge como respuesta solidaria a una necesidad colectiva⁴³. Asimismo, define al pueblo como todo el sector mayoritario de la sociedad, que carece de medios de producción o los posee en cantidad insuficiente, y es explotado en consecuencia en forma directa o indirecta, y discriminado en la distribución de los recursos. Por extensión, podría llamarse pueblo a la parte de la clase media identificada con dichos sectores, concluye.

⁴² Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006. Las cursivas son nuestras.

⁴³ Vid., http://www.documentalistas.org.ar/notatextos.shtml?sh_itm=6462ebcbe65905e7520671533c69e159, consultada el 16 de enero de 2007.

Por su parte, Renato Ortiz afirma en sus *Notas históricas sobre el concepto de cultura popular* que el estudio de las manifestaciones populares tiende a desarrollarse en correlación con la formación del Estado-nación. En ese sentido, Ortiz concibe a la cultura popular como un elemento simbólico que permite tomar conciencia, y expresar la situación periférica de la condición del país en que se encuentra⁴⁴.

Néstor García Canclini critica la concepción mediocentrista de lo popular de la siguiente forma:

“Los comunicólogos ven la cultura popular contemporánea constituida a partir de los medios electrónicos, no como resultado de diferencias locales, sino de la acción difusora e integradora de la industria cultural.

La noción de popular construida por los medios, y en buena parte aceptada por los estudios en este campo, sigue la lógica del mercado. <<Popular>> es lo que vende masivamente, lo que gusta a multitudes. En rigor, al mercado y a los medios no les importa lo popular sino la popularidad. No les preocupa guardar lo popular como cultura o tradición; más que la formación de la memoria histórica, a la industria cultural le interesa construir y renovar el contacto simultáneo entre emisores y receptores. [...] Así también, el desplazamiento del sustantivo pueblo al adjetivo popular, o al sustantivo abstracto popularidad, es una operación neutralizante, útil para controlar la <<susceptibilidad política>> del pueblo.”⁴⁵

⁴⁴ Vid., Ortiz, Renato, Notas históricas sobre el concepto de cultura popular, en <http://www.prodigyweb.net.mx/peimber/Documentos/CAP%CDTULO%20II.htm>, consultada el 16 de enero de 2007.

⁴⁵ García Canclini, Néstor, Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad, Grijalbo-CONACULTA, Colección Los Noventa, México, 1990, p. 241.

Asimismo, Canclini distingue dos rasgos centrales de la práctica simbólica del populismo⁴⁶: su proyecto de modernizar el folclor convirtiéndolo en fundamento del orden y del consenso y, a la vez revertir la tendencia a hacer del pueblo un mero espectador. En palabras del autor, el populismo hizo posible para el sector popular (valga la redundancia) nuevas interacciones con la modernidad, tanto con el Estado como con otros actores hegemónicos: que sus demandas de trabajo, vivienda y salud fueran parcialmente escuchadas y que los grupos subalternos aprendieran a tratar con funcionarios. El autor cita tres cambios que en los últimos años han debilitado el tipo de constitución de lo popular:

- 1) El proveniente de las industrias culturales⁴⁷ al resignificar los bienes en el campo político bajo la lógica publicitaria, en la televisión, la radio y la prensa.
- 2) La desverosimilización (sic) de la demagogia populista.
- 3) La crisis económica y la reorganización neoliberal de los Estados⁴⁸.

⁴⁶ El populismo es un término político, para designar corrientes heterogéneas pero caracterizadas por su aversión a las élites económicas (y a veces también intelectuales), su denuncia de la corrupción política por parte de clases privilegiadas establecidas y su constante apelación al pueblo (entendido como amplio sector interclasista al que castiga el Estado). La aparición del populismo como fenómeno social se liga a procesos de rápida modernización o cambio que generan distinto grado de desarrollo diversas clases o regiones del país, generando una desigualdad causa de conflicto social y político. El populismo con una significación peyorativa es el uso de "medidas de gobierno populares", destinadas a ganar la simpatía de la población, particularmente si ésta posee derecho a voto, aún a costa de tomar medidas contrarias al Estado democrático. El populismo con una significación positiva es un movimiento, que pretende que el poder recaiga más en el pueblo: entendido como granjeros, obreros y pequeños emprendedores, las clases media y baja; y menos a las élites políticas y corporativas. Vid., <http://es.wikipedia.org/wiki/Populismo>, consultada el 16 de enero de 2007.

⁴⁷ Entendemos por industrias culturales, aquellas que se ocupan de administrar el ocio y el tiempo libre, así como de generar contenidos para su consumo masivo dentro de la sociedad. Una parte de éstas, está representada por los medios de difusión masiva de carácter privado; la otra, comprende una gran cantidad de áreas, tales como: la cinematografía (encabezada por las grandes producciones de Hollywood), la música, las revistas, los parques de diversiones, los juegos de video, el vestido, las discotecas, etc.

⁴⁸ Vid., *Ibid.*, pp. 245-246.

Así, las industrias culturales (por medio de publicaciones, la radio, la televisión, el cine, etc.) generan interpretaciones “satisfactorias” para distintos grupos de consumidores, así como comentarios asépticos que no problematizan la estructura social en que los hechos se inscriben, ni consideran la posibilidad de cambiarla.

Eduardo Nibón analiza también la noción de cultura popular, circunscrita dentro de una esfera de proporciones similares llamada cultura urbana, basándose en la literatura de Carlos Monsiváis, quien considera que los constructos de cultura popular y cultura política bajo el impacto de los medios son excluyentes, pues encarnan los sedimentos de las tradiciones, y están subordinados a la iglesia y a la autoridad. Entendemos por “urbano”: “na.(Del lat. urbōnus).1. adj. Perteneciente o relativo a la ciudad.2. adj. Cortés, atento y de buen modo.3. m. Individuo de la milicia urbana”⁴⁹. Por tanto, la cultura urbana se circunscribe a las ciudades. A decir de Nibón, en realidad las concepciones de cultura y de ciudad se tocan, y ésta última puede ser interpretada como el lugar de producción y reproducción de identidades culturales segmentadas, o como la institución orquestadora de una cultura sustentada en comportamientos fijos y estructurados, normados por la propia urbe⁵⁰.

Asimismo, cree conveniente diferir la cuestión y asomarse a la ciudad desde una óptica simbolista, dinámica y conflictiva de la cultura. Desde este punto de vista la cultura no es la cultura material ni un sistema de organización social, sino un sistema cognitivo, valorativo y simbólico que permite la mediación social entre la forma en que percibe la realidad determinado grupo social y la construcción de la autopercepción. Se trata de un sistema de símbolos y discursos que dan sentido a nuestro actuar en

⁴⁹ Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006.

⁵⁰ Vid., Nibón, Eduardo, Op. Cit., pp. 30-31.

el mundo y, por tanto, llega a constituir parte integrante de la *identidad* de los sujetos y uno de los niveles de su integración.

En cuanto a la postura de Monsiváis, básicamente plantea que la cultura urbana no puede estar ajena a la realidad de la sociedad de masas. Ésta es algo más que los fenómenos visibles de cantidad. Por esto puede comprenderse que ante la supresión de los referentes tradicionales (religión, tradiciones, identidad) y la ausencia de alternativas que los sustituyan sean ahora los medios masivos de comunicación los que moldeen la experiencia nacional. Los medios construyen la cosmovisión de las grandes ciudades, son el vehículo de una creciente norteamericanización de las elites y de todo el pueblo; unifican el habla, organizan la vida familiar, suprimen la exigencia de cualquier espíritu crítico en los espectadores, contribuyen a la modernización de las masas para que acepten la modernidad sin ninguno de sus riesgos y privilegios. Respetan la tradición pero introducen y legitiman grandes “cambios sociales”. Hacen suspirar no por una identificación proletaria sino por un futuro de consumidor⁵¹.

Aunque los monopolios televisivos y radiofónicos siguen fungiendo como vehículos de la cultura hegemónica, el hecho de que existan radios anarquistas caseras y videoastas independientes –por sólo mencionar dos ejemplos–, nos habla de un proceso de diversificación de los espacios de identificación de las diferentes culturas y subculturas juveniles. Además, ya ha sido rebasado el estereotipo de la sociedad pasiva que sólo recibe los mensajes de los medios sin reinterpretarlos, ya que la realidad es polisémica, y los receptores construyen a su vez sus propios espacios y territorios culturales.

⁵¹ *Ídem.*

Finalmente, la cultura de masas es un producto de la sociedad de consumo en el mundo occidental. La cultura de masas consigue fabricar a gran escala, con técnicas y procedimientos industriales ideas, sueños e ilusiones, estilos personales, y hasta una vida privada en gran parte producto de una técnica, subordinada a una rentabilidad, y a la tensión permanente entre la creatividad y la estandarización⁵².

Según la definición de wikipedia, la cultura de masas es el desarrollo de un nuevo modelo en el que se refuerzan las diferencias y las desigualdades con estrategias e instrumentos mercadológicos cada vez más elaborados. La ciencia y el conocimiento se ponen al servicio de la producción de unos valores y símbolos estereotipados. Sus tres pilares fundamentales son: una cultura comercial, una sociedad de consumo y una institución publicitaria. Además, la cultura de masas tiene unos principios interrelacionados surgidos de la escisión entre producción y consumo:

- Centralización del poder en todos los niveles (económico, político, etc.)
- Uniformación de los productos para consumidores similares.
- Sincronización con nuevas técnicas como la línea de montaje y la producción en serie.
- Maximización de la productividad: máxima producción a un menor coste y en un menor tiempo.
- Concentración poblacional, producto de la urbanización de la sociedad.

⁵² Vid., http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_masas, consultada el 17 de enero de 2007.

De esta forma, el concepto de industria cultural, está intrínsecamente ligado al de cultura de masas. En este contexto, la radio no necesita darse como arte, sino que al igual que el cine y la televisión, se autodefine como industria.

García Canclini difiere de los comunicólogos que atribuyen a los medios masivos de difusión masiva una función sustitutiva de lo culto y lo popular hacia una cultura masiva:

“Impresionados por el crecimiento súbito de los lectores de diarios y revistas, de las audiencias de radio y televisión, los comunicólogos creyeron que los cambios simbólicos eran un conjunto de efectos derivados del mayor impacto cuantitativo de los mensajes. Hoy se reubica a los medios electrónicos en una tendencia más general de las sociedades modernas. La industrialización y la urbanización, la educación generalizada, las organizaciones sindicales y políticas fueron reordenando según leyes masivas la vida social desde el siglo XIX, antes de que aparecieran la prensa, la radio y la televisión”.⁵³

Como podemos observar, cultura popular, cultura urbana y cultura de masas son conceptos que a menudo se intersecan entre sí, ya que constantemente se retroalimentan, generando diversas interpretaciones de la modernidad, y una de las causas de este fenómeno, es la relación dialéctica existente entre los procesos de integración cultural y las regiones. Según García Canclini, es posible inscribir dichas interpretaciones en el contexto de cuatro movimientos básicos: un proyecto emancipador, un proyecto expansivo, un proyecto renovador y un proyecto democratizador; los cuales describe de la siguiente forma:

⁵³ García Canclini, Néstor, Op. Cit., p. 237-239.

- **Proyecto emancipador.** Lo entiende como la secularización⁵⁴ de campos culturales, la producción autoexpresiva y autorregulada de las prácticas simbólicas, su desenvolvimiento en mercados autónomos. Forman parte de este movimiento emancipador la racionalización de la vida social y el individualismo en las grandes ciudades.
- **Proyecto expansivo.** Tendencia de la modernidad que busca extender el conocimiento y la posesión de la naturaleza, la producción, la circulación y el consumo de bienes. En el capitalismo, la expansión está motivada preferentemente por el incremento del lucro. Se manifiesta en la promoción de descubrimientos científicos y el desarrollo industrial.
- **Proyecto renovador.** Por un lado, persigue el mejoramiento e innovación propios de una relación con la naturaleza y la sociedad liberada de toda prescripción sagrada sobre cómo debe ser el mundo; por el otro, tiene la necesidad de reformular una y otra vez los signos de distinción que el consumo masificado desgasta.
- **Proyecto democratizador.** Es el movimiento de la modernidad que confía en la educación, la difusión del arte y los saberes especializados, para lograr una evolución racional y moral. Se extiende desde la ilustración hasta la UNESCO, desde el positivismo hasta los programas educativos o de popularización de la ciencia y

⁵⁴ *Secular.*(Del lat. *saeculāris*).1. adj. seglar.2. adj. Que sucede o se repite cada siglo.3. adj. Que dura un siglo, o desde hace siglos.4. adj. Dicho de un sacerdote o del clero: Que vive en el siglo, a distinción del que vive en clausura.; *Seglar.*(Del lat. *saeculāris*).1. adj. Perteneciente o relativo a la vida, estado o costumbre del siglo o mundo.2. adj. Que no tiene órdenes clericales., Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006.

la cultura emprendidos por gobiernos liberales, socialistas y agrupaciones alternativas independientes⁵⁵.

Estos cuatro posibles tendencias de diversos sectores de la sociedad entran en conflicto al desarrollarse. La modernización económica, política y tecnológica fue configurando un tejido social envolvente, que subordina las fuerzas renovadoras y experimentales de la producción simbólica. Quizás a este proceso cuádruple se le atribuya que García Canclini no conciba la moderna cultura urbana sino en estrecha conexión con el desarrollo de la sociedad de masas. Sin embargo, no está de más insistir en que el estudio de las formas masivas de expresión de la sociedad y la cultura supone ubicarlas en un contexto histórico determinado, aquel donde las principales instituciones de una sociedad se organizan en función de las masas (Kornhauser). No es pues el tamaño de la población lo que la hace de masas, sino la escala de sus actividades. De esta forma, García Canclini concluye felizmente que una sociedad de masas es por definición, una sociedad inclusiva en donde las clases populares son ahora incorporadas al sistema político aunque no al poder.

Por otra parte, para Eduardo Nibón, bajo el capitalismo mexicano, las clases populares, urbanas y rurales, han transitado de un sistema de exclusión a otro de inclusión, que parte de la época de la Revolución y que en la actualidad atraviesa un proceso de crisis al cuestionarse las bases autoritarias sobre las que se ha efectuado este proceso. Desde esta óptica, *la cultura de masas es el resultado de un proceso político ocurrido en las sociedades en tránsito de modernización, y no el efecto de un proceso de desarrollo tecnológico en la comunicación*⁵⁶. Ésta es en todo caso al menos de sus inicios, consecuencia de aquella. Así Nibón cita

⁵⁵ Vid., *Ibid*, pp. 31-32.

⁵⁶ Vid., Nibón, Eduardo, *Op. Cit.*, pp. 39-41.

algunos procesos que forman parte de la cultura de masas -misma que define como corporativa, autoritaria, y eficiente para el sistema- tales como: la alfabetización y la educación básica universal; el desarrollo del nacionalismo mexicano y de los mitos integradores de la sociedad y el Estado en México; y la reproducción de la fuerza de trabajo como “triumfos de la revolución”⁵⁷. Sin embargo, considera innegable el papel integrador que desempeñan las industrias culturales –las cuales ya hemos descrito– en la conformación de la cultura.

En cuanto a la cultura urbana, Nibón dice que se aboca a las expresiones de la cultura política, entendida ésta como las representaciones simbólicas que median la relación de los grupos sociales con el poder. La cultura política, lejos de ser un cuerpo de normas que rigen lo político, es más bien el instrumento que hace inteligibles y aceptables dichas normas⁵⁸.

Finalmente, el especialista considera que en la moderna sociedad de masas la cultura urbana intenta cuestionar los diversos órdenes institucionales que aún promueven el estar afuera: la no participación electoral, la privación del acceso a la información, son algunos de los terrenos privilegiados pero no son los únicos. Aún está por investigarse la importancia de la moda y los estilos de vida para constituir las modernas ciudadanías culturales⁵⁹.

En resumen, Nibón cree conveniente asomarse a la ciudad desde una óptica simbolista, dinámica y conflictiva de la cultura. Desde este punto de vista la cultura no es la cultura material ni un sistema de

⁵⁷ *Idem.*

⁵⁸ *Id.*

⁵⁹ *Id.*

organización social, sino un sistema cognitivo, valorativo y simbólico que permite la mediación social entre la forma en que percibe la realidad determinado grupo social y la construcción de la autopercepción. Se trata de un sistema de símbolos y discursos que dan sentido a nuestro actuar en el mundo y, por tanto, llega a constituir parte integrante de la identidad de los sujetos y uno de los niveles de su integración⁶⁰.

Por otro lado, cultura popular, cultura urbana y cultura de masas; son constructos teóricos que se entrecruzan entre sí y que al pertenecer a un mismo contexto socio-histórico, generan una cantidad infinita de interpretaciones. La realidad está constituida por fenómenos culturales que se expanden en todas direcciones y se nutren mutuamente. Las industrias culturales, aunque abarcan un amplio espectro de influencia dentro del tejido social, no pueden uniformar en su totalidad la cultura popular, urbana o de masas. Es por eso que las diversas interpretaciones de la modernidad están en constante conflicto. Es también por esta causa que no se puede hablar de una homogeneización de la cultura a pesar del poderío económico y político que sustenta a las industrias culturales.

Sin embargo, es innegable que, cuando hay un proceso constante de realimentación, los medios de comunicación masiva elaboran sus contenidos en puntos que, a través de su difusión por otras instituciones - escuela, iglesia, tradiciones populares-, se han convertido en elementos históricamente compartidos: el nacionalismo y la religión en sus diferentes formas de expresión, los ideales sobre la familia, los grupos de edad y sexo, los sentimientos, las formas de diversión, las concepciones sobre el trabajo y el tiempo libre, etcétera. De este modo, se convierten en reproductores de ciertos significados, y al mismo tiempo, creadores y difusores de nuevas

⁶⁰ *Idem.*

concepciones, productos, modas y códigos sociales que son susceptibles de incorporarse como elementos distintivos de un periodo o de un grupo social⁶¹. La cultura popular, la cultura urbana y la cultura de masas también generan contraculturas y subculturas, a pesar del alto rango de alcance de las industrias culturales que intentan administrar e imponer los valores de la cultura política. En el siguiente capítulo abordaremos este tema.

⁶¹ *Id.*

1.1.3 La contracultura

La contracultura se podría definir como:

“la serie de acciones culturales cuyo propósito no es el de aniquilar la cultura -ni siquiera la cultura imperante en su momento- sino el de modificarla para tener cabida en su seno, sólo que en circunstancias menos desfavorables que las que son predominantes cuando la contracultura surge. Tales acciones están caracterizadas por la inclusión de componentes lúdicos, no solemnes, ajenos al orden usual, expansivos... que modifican la situación cultural y que son puestos en práctica por los jóvenes. Es decir, que la así llamada contracultura amplía la permisividad de su momento hasta conseguir que sus practicantes sean tolerados y, desde luego, aceptados, hasta el punto en el que ocurre un proceso -casi siempre tácito- de negación, en el que resultan incorporados a la cultura imperante algunos componentes de la contracultura originaria, en el que devienen transformados otros más, en el que ciertos resultan de lleno rechazados, y luego del cual el devenir de la cultura imperante puede continuar su marcha”.⁶²

Las contraculturas surgen cuando las culturas regionales, étnicas, de género, generacionales, etc.; se ven amenazadas por la dominación que ejercen las industrias culturales y la cultura de masas (cuyas características mencionamos en el inciso anterior). Esta visión de la contracultura como instinto de supervivencia es comparada por el escritor y catedrático Luis Britto García con el *código genético* de los seres vivos, el cual organiza, preserva y transmite la estructura somática hereditaria del organismo. Los

⁶² Blas Galindo, Carlos, Contra ¿qué?, en *Revista Generación*, Año IX, Tercera Época, N. 11, enero-febrero, 1997, p. 23.

animales superiores tienen una *memoria* que conserva la información esencial necesaria para regir la conducta del individuo. Por último, los organismos sociales desarrollan una *cultura*, una memoria colectiva que contiene los datos esenciales relativos a la propia estructura del grupo social, al ambiente en donde se encuentra establecido, y a los patrones de conducta necesarios para regir las relaciones entre los integrantes del grupo, y entre éste y el ambiente⁶³.

Las categorías de modelos antes mencionadas tienen la función de preservar la estructura básica del organismo que los desarrolló, de conservar la estabilidad estructural sin la cual él mismo pierde su identidad, sus componentes se desagregan y por tanto es destruido.

Hasta aquí queda claro que lo que le da sentido a una contracultura es su carácter contestatario, por lo que una subcultura, en un momento dado puede transformarse en una contracultura cuando ésta corre peligro de desaparecer debido a que es absorbida por la cultura hegemónica: “Cuando una subcultura llega a un nivel inconciliable con la cultura dominante, se produce una *contracultura*”⁶⁴. La cultura se transforma mediante la progresiva generación de subculturas, que constituyen intentos de registrar un cambio de ambiente o una nueva diferenciación del organismo social.

Ya que la cultura se sustenta en las diversas memorias individuales de los integrantes del cuerpo social, y en las redes simbólicas a través de las cuales se comunican, dicho modelo no es homogéneo, como tampoco lo es la sociedad. Así como toda cultura es parcial, a toda parcialidad dentro de ella corresponde una *subcultura*. Es necesario entender tanto el papel

⁶³ Vid., Britto, García, *Op. Cit.*, pp. 16-17.

⁶⁴ *Ibid*, p. 18.

de las subculturas, como instrumentos de adaptación y supervivencia; como el de las contraculturas, como mecanismos de defensa ante la presión de la cultura fabricada masivamente para el consumo efímero, pues ello justifica la existencia de radios piratas y de espacios de retroalimentación identitaria dentro de la cultura rockera, como son los foros alternativos.

En pocas palabras, las subculturas son instrumentos de adaptación y de supervivencia de la cultura de la sociedad y constituyen el mecanismo natural de modificación de ésta y las posibles soluciones para adaptarse a los cambios del entorno y del propio organismo social. La subcultura se impone a medida que lo hace el grupo o clase que la adopta, hasta que, al llegar ésta a una posición hegemónica, se convierte en cultura dominante, casi siempre aspirando a someter a un denominador común a las restantes parcialidades culturales⁶⁵. Cabe señalar que existen muchas excepciones a esta regla, como el caso del grupo *Mano Negra*, el cual lejos de apartarse de la subcultura generada por su música -la cual reivindica el folclor latinoamericano, árabe y africano-, son consecuentes con su propio discurso al grado de hacerse partícipes del movimiento altermundista, el cual se opone a la globalización neoliberal -misma que representa la integración cultural unipolar- promovida por los gobiernos que representan las culturas dominantes.

Durante su proceso de adaptación una cultura tiende a transitar por tres diferentes vías:

- 1) La cultura mantiene su capacidad de modificarse oportunamente para enfrentar los nuevos retos que el medio o la diversificación del

⁶⁵ *Idem.*

organismo social le exigen. En tal caso, los procesos adaptativos se realizan con un costo mínimo y en el tiempo óptimo: es lo que Britto llama *evolución*.

- 2) La cultura pierde su capacidad de advertir los nuevos desafíos y de enfrentarlos oportunamente, y sólo emprende la tarea de responder a ellos de manera tardía y catastrófica, mediante una violenta destrucción de instituciones e ideología⁶⁶. A este fenómeno lo llama *revolución*.
- 3) La cultura puede falsificar sus mecanismos perceptivos para impedirles advertir la señal de alarma, o paralizar sus centros de decisión, o inhabilitar sus centros de respuesta, de tal manera que ésta no se produzca nunca. A esto lo llama *decadencia*⁶⁷.

Cabe mencionar que –según Britto García– la decadencia de una civilización comienza cuando sus poderes de dominio cultural se perfeccionan tanto, que le permiten falsificar o inhabilitar las subculturas y contraculturas que constituyen su mecanismo adaptativo natural, cerrando así las vías de todo cambio, evolutivo o revolucionario⁶⁸. La capacidad de supervivencia de una cultura, por el contrario, se

⁶⁶ Aclaramos que esta posición está empatada con la cultura hegemónica, dado que ésta asocia los procesos revolucionarios con la destrucción y el caos y no con los movimientos sociales organizados, como el Movimiento de los Sin Tierra (MST) en Brasil o la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE) en México.

⁶⁷ *Id.*

⁶⁸ Esto podría explicar por qué ciertas subculturas y contraculturas son ignoradas por la sociedad mexicana tales como la guerrilla armada rural y urbana (EPR, ERPI, FARP), los okupas mexicanos (jóvenes que ocupan edificios abandonados y los habilitan como centros culturales), los radioastas piratas, los activistas estudiantiles y sus diversos subgrupos (maoístas, troskistas, marxistas, anarquistas, latinoamericanistas, etc), los oi (jóvenes antifascistas), los veganos (vegetarianos radicales que prescinden de comer cualquier tipo de proteína animal), los niños de la calle, etc.

caracteriza por la habilidad de ésta de aprender de sus subculturas sin ser destruidas y sin destruirlas.

Cuando un sistema social cierra la posibilidad de integración de sus subculturas, éstas pasan a ser contraculturas, y los sectores que participan de ellas son definidas como marginalidades, o no integrados, o excluidos. Tal ruptura produce efectos tanto en los integrantes de la cultura marginadora como en los de la contracultura marginada⁶⁹.

En resumen, tanto subculturas como contraculturas son consecuencia directa de sus propias interacciones con la cultura hegemónica, y están incritas dentro del proceso de integración impuesto por las relaciones económicas de los países poderosos, enmarcadas por el discurso del desarrollo y la globalización. Son éstas, en contraste, la periferia que gira en torno a las producciones institucionales del centro, la alternativa multipolar de la regionalización de lo global: las subculturas como una alternativa heterogénea ante la homogeneidad de las industrias culturales.

He aquí la importancia de la integración vista desde una perspectiva cultural. En la medida que el proceso ha estado pautado casi exclusivamente por la preocupación en torno a las confluencias macroeconómicas y cruzado en algunos casos por el unilateralismo comercial, la capacidad de proyectar una “agenda positiva” ungida con una concepción más amplia de la integración, será lo que en definitiva coloque al proceso en beneficio de las grandes mayorías.

⁶⁹ Esta afirmación, sin embargo, no considera a las contraculturas que buscan romper incluso con el sistema que los margina a través de la creación de técnicas alternas de supervivencia sin tener que obedecer a la cultura hegemónica. El movimiento Yomango en España es un claro ejemplo de ello. Al expropiar comida de los centros comerciales y vivir en casas abandonadas amuebladas con electrodomésticos encontrados en la basura. En este contexto, el juicio del grupo dominante no afecta a los marginados, pues su vida en sí misma es una contracultura.

Sin embargo, a manera de conclusión, cabe recordar la siguiente frase de Britto García: “La cultura es la mediación que el hombre crea para cubrir con símbolos la distancia que lo separa de la naturaleza. Así, desde el principio y por esencia, la cultura fue una contracultura”⁷⁰.

⁷⁰ Britto, García, Op. Cit., p.22.

1.1.4 Conformación de la identidad a partir de la cultura

En los dos incisos anteriores se delinearon algunos conceptos vitales para el entendimiento de esta tesis. Principalmente, se hizo hincapié en el tetraedro cultura-juventud-identidad-medios, y posteriormente se definieron algunas categorías que serán retomados más tarde como cultura de masas, cultura urbana, cultura popular y contracultura. Para entender en su justa dimensión la necesidad de crear mayores espacios mediáticos para las diferentes subculturas del rock, se hablará a continuación de la conformación de identidades a partir de los elementos simbólicos que son incorporados a la cotidianidad por los grupos juveniles que los retoman, generando al mismo tiempo estilos de vida.

Según Gilberto Giménez la identidad es un hecho enteramente simbólico, construida en y por el discurso social común y es efecto y objeto de representaciones y creencias social e históricamente condicionadas. Según sus propias palabras:

“...la autopercepción de un <<nosotros>> relativamente homogéneo en cotraposición a <<los otros>>, con base en atributos, marcas o rasgos distintivos subjetivamente seleccionados y valorizados, que a la vez funcionan como símbolos que delimitan el espacio de la mismidad identitaria.” ⁷¹

Otros autores que han abordado el tema de la identidad son Bourdieu y Habermas. Para el primero la identidad social se afirma en la diferencia y para el segundo las personas y los grupos se autoidentifican por su

⁷¹ Giménez, Gilberto, *La identidad social o el retorno del sujeto en sociología*, en *Versión*, estudios de comunicación y política, núm. 2, UAM-X, México, abril, pp. 183-205.

participación en acciones comunicativas, siempre y cuando dicha autoidentificación sea reconocida intersubjetivamente.

A decir de Moscovici, la <<representación social>>, o campo conceptual operativo de la identidad colectiva, se basa en tres principios: el principio de la diferenciación, el de la integración de las diferencias y el de su permanencia a través del tiempo. El principio de diferenciación es un proceso a través del cual los individuos y los grupos humanos se autoidentifican a razón de su diferencia con respecto a otros grupos e individuos. Es decir, el punk se identifica con los otros miembros de su grey, sí y solo sí, se diferencian de los hombres que visten de traje en el microbús, ya sea a través del lenguaje o de otros elementos como códigos, roles sociales y sistemas simbólicos⁷². Las audiencias rockeras se diferencian de las audiencias *charangueras* en tanto autoafirman su papel como fans de cierto estilo musical y no de otro.

El principio de la integración unitaria de reducción de diferencias afirma la unidad identitaria colectiva y reposa sobre la integración de las diferencias alrededor de un principio unificador que las subsume y, al mismo tiempo las neutraliza, las disimula e induce a <<olvidarlas>>. Este principio posee códigos y reglas que en el caso de las identidades colectivas/grupales, tienen que ver principalmente con las exigencias de cooperación y de solidaridad interna del grupo⁷³.

El último principio remite a la conservación temporal que posibilita a los sujetos a construir una memoria (individual o colectiva) que vincule el pasado con el presente. La memoria colectiva funciona como un marco

⁷² Cfr., Urteaga, Maritza, Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 1998, pp. 63-64.

⁷³ Vid., *Ibid*, p. 64.

interpretativo y es producto de una ideación, de una construcción simbólica del pasado para conectarlo con el presente y proyectarlo hacia el futuro⁷⁴. En efecto, la memoria colectiva de las generaciones rockeras, permite diferenciar a los radioescuchas de acuerdo con los símbolos, espacios y códigos que retomaron, entre éstos, el tipo de música que les gusta y su estación de radio favorita⁷⁵.

El sociólogo francés Pierre Bourdieu argumenta que las distinciones culturales son usadas para justificar las distinciones de clase. El gusto es una doble categoría ideológica; por un lado usa su función como hacedor de clase (en un doble sentido) y por otro es capaz de significar ambos conceptos –cultura popular– como una categoría socioeconómica y como un nivel particular de calidad⁷⁶. No obstante, como se ha mencionado, las distinciones de clase a veces no concuerdan con los grupos juveniles que se identifican con el rock (aunque se puede hablar de subculturas rockeras pertenecientes a ciertos niveles socio-económicos), ya que, como afirma Paul Yonnet: “Lo que muestra el nacimiento del rock’n roll en la década de 1950 (detrás del problema norteamericano y aun después de la entrada en el periodo del consumo masivo y de celebración del tiempo libre) es su carácter [...] de movimiento juvenil, es decir, del surgimiento de un nuevo continente social, la adolescencia”⁷⁷.

Uno de los aspectos nodales que destaca Bourdieu, es el de observar las relaciones del capital con la difusión cultural, así como los agentes culturales involucrados en la producción de ciertos objetos artísticos que se

⁷⁴ *Ídem*.

⁷⁵ Es común que de esta forma se identifiquen y se generen grupos generacionales, principalmente en Internet, en donde incluso se han creado comunidades que giran alrededor de estaciones de radio rockeras ya desaparecidas tales como las que se retoman en la presente tesis: *Rock 101* y *Radioactivo* 98.5.

⁷⁶ Vid., Torres, Violeta, *Op. Cit.*, pp. 77-78.

⁷⁷ Yonnet, Paul, *Juegos, Modas y Masas*, Gedisa, Barcelona, 1985, p. 138.

encuentran alineados básicamente alrededor de la asociación *clase hegemónica/clase subalterna*. La hegemonía es el principio rector de orden social, político, económico y cultural que ejerce su dominación y dirigencia sobre el conjunto de la sociedad, y sobre las clases subalternas en particular. Este nivel de dominación ejerce un control sobre los diversos sujetos sociales mediante filtros ideológicos y estereotipos históricamente adoptados, llámese identidad nacional o cultura institucional. La explicación pudiera ser más compleja de lo que aparenta, lo cierto es que los dominados han resistido la presión de la clase hegemónica desde antes de la existencia del concepto de capital:

“En la historia cultural de México podemos encontrar una madeja de historias complejas formadas por choques, conquistas y procesos de dominio. La llegada de los españoles desplegó una occidentalización y una estrategia bélica y normativa durante un largo e irregular segmento histórico, en el que se revela un empeño autóctono de resistir, de rechazar, de adaptar o pervertir aquellas normas nuevas, mediante prácticas de encuentro, fusión y yuxtaposición étnicas y socioculturales.”⁷⁸

Finalmente, Bourdieu propone que la autonominación de un campo cultural está vinculada a la independencia de los artistas respecto de los mecenas o de fuentes extraartísticas (poder político o religioso). Sin embargo, la producción y circulación del producto cultural rock mexicano (y también del rock angloparlante), no puede ser estudiada sin tomar en cuenta su carácter masivo y eso implica abrirse a otras perspectivas analíticas. Esta propuesta viene de investigadores sociales como S. Frith, Paul Yonnet, M. Maffi y de teóricos de la comunicación masiva como Umberto Eco y Jesús Martín Barbero. En síntesis, significa abordar al rock en

⁷⁸ Torres, Violeta, *Op. Cit.*, pp. 78-79.

un doble aspecto: a) el de la mercancía y b) el de universo simbólico cultural juvenil⁷⁹.

Howard Becker, al igual que Bourdieu, articula su concepción alrededor de las formas de organización social en la producción artística, enfatizando los sistemas de cooperación a través de los cuales se produce el arte, entendiendo a éste como una actividad que supone el esfuerzo cooperativo de un gran número de personas. Cuando dicha actividad deja de ser efímera y se convierte en rutinaria, produce modelos/patrones de actividad colectiva al interior de lo que, desde ese momento, puede denominarse como un “mundo de arte”. Por arte entendemos el acto o la facultad mediante la cual el hombre imita o expresa y crea copiando o fantaseando, aquello que es material o inmaterial, haciendo uso de la materia, la imagen, el sonido, la expresión corporal, etc., o simplemente, incitando la imaginación de los demás. Un arte es una expresión de la actividad humana mediante la cual se manifiesta una visión personal sobre lo real o imaginado⁸⁰.

Becker observa que los trabajos artísticos requieren de ciertos bloques de actividades básicas: El primero de ellos es la producción de la idea/concepto del tipo de trabajo que se quiere hacer y la forma específica del mismo; el segundo es la ejecución de las ideas artísticas que en su mayoría adquieren formas físicas; el tercero es representado por la producción y distribución de los materiales y equipos que la mayoría de las actividades artísticas requiere; en cuarto lugar hay que considerar que las actividades de apoyo varían según los medios. Éstos incluyen todo tipo de actividades técnicas; por último (y la más importante para el desarrollo de este inciso), la actividad de respuesta y apreciación crítica de los trabajos

⁷⁹ Vid., Urteaga Maritza, *Op. Cit.*, p. 24.

⁸⁰ Vid., <http://es.wikipedia.org/wiki/Arte>, consultada el 15 de enero de 2007.

artísticos o la creación o manutención de la racionalidad por la que las otras actividades adquieren sentido/significación y son meritorias/dignas de realizarse. Éstas asumen la forma de argumentos estéticos o formulaciones filosóficas que identifican/autentifican lo que se ha hecho como “arte”, como “buen arte” y explican la relación del arte con la sociedad⁸¹, ya que éste representa una de las formas indispensables por medio de la cual los seres humanos se orientan en el mundo y llegan a comprender su carácter esencial. El arte, como parte de la cultura, profundiza nuestro entendimiento de la personalidad humana en todas sus complejidades, peculiaridades y belleza⁸².

Si la música es arte y el rock es música, *ergo* el rock está expuesto al escrutinio del mundo del arte y a sus críticos y las clasificaciones estéticas correspondientes, las cuales, la mayoría de las veces, hacen a un lado el carácter generador de identidades de la obra y terminan fungiendo como intermediarios entre los músicos y las industrias culturales.

En síntesis, la identidad es una producción simbólica determinada por el discurso social. Para Pierre Bourdieu la identidad social se afirma en la diferencia con respecto a otros grupos sociales. Asimismo, considera que la clase hegemónica utiliza las diferencias culturales para justificar las diferencias de clase. Finalmente, Bourdieu propone la autonominación de un campo cultural definido por la independencia de los artistas con respecto a los mecenas. Por ello, el rock tiene una doble lectura: como mercancía y como universo simbólico.

⁸¹ Cfr., Urteaga Maritza, *Op. Cit.*, pp. 34-35.

⁸² Vid., <http://es.wikipedia.org/wiki/Arte>, *Ibid.*

1.2 El surgimiento de los estilos

Éstas son algunas de las definiciones más simples de la palabra “estilo”:

“estilo. (Del lat. *stilus*, y este del gr. *στῦλος*). 1. m. Punzón con el cual escribían los antiguos en tablas enceradas. 2. m. *gnomon* (II del reloj de sol). 3. m. Modo, manera, forma de comportamiento. Tiene mal estilo. 4. m. Uso, práctica, costumbre, moda. 5. m. Manera de escribir o de hablar peculiar de un escritor o de un orador. El estilo de Cervantes. 6. m. Carácter propio que da a sus obras un artista plástico o un músico. El estilo de Miguel Ángel. El estilo de Rossini. 7. m. Conjunto de características que individualizan la tendencia artística de una época. Estilo neoclásico. 8. m. Gusto, elegancia o distinción de una persona o cosa. Pepa viste con estilo. 9. m. Bot. Columna pequeña, hueca o esponjosa, existente en la mayoría de las flores, que arranca del ovario y sostiene el estigma. 10. m. Dep. Cada una de las distintas formas de realizar un deporte”.⁸³

Los estilos de vida se relacionan con las preferencias personales en materia de consumo, y también de producciones culturales populares. Los estilos de vida constituyen sistemas de signos que nos dicen algo acerca de la identidad de las personas. Son “indicios de identidad”. Al hablar de la radio rockera como un elemento más en los procesos de transmisión cultural entre los jóvenes, irremediablemente terminaremos hablando de estilos. Tanto *Rock 101* como *Radioactivo*, eran focos de conformación de estilos generacionales. La una hecha por representantes de la generación *yuppie*⁸⁴ de la década de los ochenta, y la segunda por miembros

⁸³ *Diccionario de la Real Academia Española*, Edición Digital, España, 2006.

⁸⁴ La generación *yuppie* es conocida como la juventud de la clase media alta, y alta, que nació a mediados de los sesenta y que en la actualidad desempeña altos cargos en las empresas y corporaciones. Muchos de ellos fueron ávidos consumidores del rock anglosajón de los ochenta, estudiaron en escuelas privadas e hicieron cursos en el

asumidos de la Generación X⁸⁵. También hablamos de estilos cuando enfocamos la lente sobre las diversas subculturas del rock que existen en nuestro país. Es por eso que se antoja necesario hacer una revisión exprés del surgimiento de los estilos. Para ello acudiremos nuevamente a uno de los estudios sobre juventud más socorridos en nuestro país sobre este tópico: El libro *Reloj de Arena* del sociólogo catalán Carles Feixa.

En palabras de Feixa, el estilo constituye una combinación jerarquizada de elementos culturales (textos, artefactos, rituales) de los que pueden destacarse los siguientes: lenguaje, música, estética, producciones culturales y actividades focales⁸⁶. Desde esta perspectiva, el lenguaje es una de las consecuencias de la emergencia de la juventud como nuevo sujeto social, es la aparición de formas de expresión oral características de este grupo social en oposición a los adultos. La audición y producción musical son elementos centrales en la mayoría de los estilos juveniles⁸⁷. De hecho, la emergencia de las culturas de la juventud está íntimamente

extranjero. Su pensamiento está plenamente inserto en el ámbito de los negocios, por lo que para ellos las marcas, los anglicismos y el consumo; son parte de su identidad cultural.

⁸⁵ La Generación X abarca normalmente a las personas nacidas en los años setenta, aunque se debaten las fechas exactas que definen a esta generación, mayormente son los nacidos entre 1971–1981. También se ha definido como las personas que vivieron sus años de adolescencia en los años 1980, nacidos tras los del *baby boom*. Este concepto es más cultural que demográfico, y como tal describe un periodo cultural y no el conjunto de todas las personas de todos los países del mundo que nacieron en una determinada generación. Se define también a esta generación como aquella que ha vivido de todo: desde las TV en blanco y negro, *Star Wars*, a los TFT más nítidos. Gente que ha jugado a las canicas, a la cuerda, y al *Playstation*. La Generación X, como muchas otras, fue definida por su música, especialmente la de tipo *indie rock* (es decir, el rock independiente), con grupos como *Sonic Youth*, *Pixies*, *Dinosaur Jr.* o *R.E.M.* Destacó también el punk-rock, que, en combinación con el *hard rock* dio como resultado otro fenómeno musical y cultural importante de finales de la década de los ochenta y comienzos de los noventa, el grunge, con grupos como *Soundgarden*, *Alice In Chains*, *Mudhoney*, *Nirvana* o *Pearl Jam*. Se considera que Douglas Coupland, escritor canadiense, fue quien popularizó este término en su obra de 1991 del mismo título: *Generación X*. La sucesora de esta generación se le conoce como la Generación Y. En Wikipedia, consultada el 15 de enero de 2007.

⁸⁶ Feixa, Carles, *Op. Cit.*, pp. 70-71.

⁸⁷ *Ídem*.

relacionada al nacimiento del *rock and roll*, la primera gran música generacional. Lo que distingue al rock es su estrecha integración en el imaginario de la cultura juvenil (incluso, la idea que se vendía en sus inicios, es que los *rock stars* eran adolescentes con intereses y orígenes sociales similares a los de sus fans).

La música como un elemento cultural del estilo, es utilizada por los jóvenes como un medio de autodefinición, y como un emblema para marcar la identidad del grupo⁸⁸. Cabe señalar que la mayor parte de los jóvenes hace uso selectivo y creativo de la música, que escuchan en la radio, el tocadiscos o asistiendo a conciertos⁸⁹.

Según Feixa, la mayor parte de los estilos se han identificado con algún elemento estético visible (por ejemplo, el color negro dentro del movimiento *dark*⁹⁰). Algunos estilos subculturales se convierten en fuente de inspiración para el conjunto de los jóvenes, marcando las tendencias de la moda de toda una generación. Los estilos no son receptores pasivos de los medios audiovisuales, sino que se manifiestan públicamente en una serie de producciones culturales: revistas, fanzines, graffitis, murales, pintura, tatuajes, video, **radios libres**, cine, etcétera⁹¹. Éstas tienen una función interna y una función externa. Para ello aprovechan los canales convencionales (medios de comunicación de masas, mercado) o canales subterráneos (revistas *underground*, radios libres). La identificación cultural se concreta a menudo en la participación en determinados rituales y

⁸⁸ *Idem.*

⁸⁹ *Id.*

⁹⁰ El movimiento *dark* en México surgió a mediados de la década de los ochenta. Forman parte de él jóvenes que enarbolan la bandera del nihilismo y la decadencia. Suelen vestirse con ropas oscuras y escuchar música que exalta la melancolía, la soledad y la muerte. Retoman personajes literarios como Drácula, Frankenstein y Dorian Grey. Dentro de la subcultura oscura es común encontrar un amplio espectro de manifestaciones artísticas como poesía, pintura, *performance*, teatro, y por supuesto, música.

⁹¹ *Id.*

actividades focales, propias de cada banda o estilo, como puede ser un concierto, una *listen party*⁹², o frecuentar determinados lugares (ya sea un antro o un espacio de identificación cultural como el *Tianguis del Chopo*).

El marco conceptual trazado por Carles Feixa es resumido en la imagen gráfica de un reloj de arena (véase Gráfica 1, del apéndice). En el plano superior se sitúan la cultura hegemónica y las culturas parentales con sus respectivos espacios de expresión (escuela, trabajo, medios de comunicación, familia y vecindario). En el plano inferior se sitúan las culturas y microculturas juveniles con sus respectivos espacios de expresión (tiempo libre, grupo de iguales). Los materiales de la base (arena inicial) son representados por las condiciones sociales de generación, género, clase, etnia y territorio. En la parte central, el estilo filtra estos materiales mediante las técnicas de la homología y el *bricolage*⁹³. Llamamos homología a la simbiosis que se establece, para cada subcultura particular, entre los artefactos, el estilo y la identidad del grupo. Desde esta óptica, el principio generativo de creación estilística proviene del efecto recíproco entre los artefactos o textos que un grupo usa y los puntos de vista y actividades que estructura y define su uso. Esto identifica a los miembros de un grupo con objetos particulares que son, o pueden hacerse, “homólogos” con los intereses focales⁹⁴.

⁹² Fiesta organizada por grupos de jóvenes que gustan de cierto tipo de música o de cierta banda de rock, en donde escuchan canciones y conocen a personas con gustos afines.

⁹³ Concepto acuñado por Lévi-Strauss que sirve para comprender la manera en que objetos y símbolos inconexos son reordenados y recontextualizados para comunicar nuevos significados. Feixa ajusta la definición de *bricolage* a los estilos juveniles en donde dicha resignificación se alcanza por medios diversos, ya sea invirtiendo los significados dados, modificando objetos producidos o usados por otros grupos sociales, mediante la exageración de un significado o combinando formas de acuerdo con un lenguaje.

⁹⁴ Cfr., Feixa, Carles, *Op. Cit.*, p. 69.

Las imágenes culturales resultantes (la arena filtrada) se traducen en lenguaje, estética, música, producciones culturales y actividades focales. La metáfora del reloj de arena ilustra el carácter temporal de las culturas juveniles y pone de manifiesto que las relaciones no son unidireccionales: cuando la arena ha acabado de verterse, se da vuelta al reloj de modo que las culturas y microculturas juveniles muestran también su influencia en la cultura hegemónica y en las culturas parentales.

Aunque ya hemos definido el estilo como una combinación jerarquizada de elementos culturales, éste podría definirse también como la manifestación simbólica de las culturas juveniles, expresada en un conjunto con algún grado de coherencia de elementos materiales e inmateriales que los jóvenes consideran representativos de su identidad como grupo⁹⁵. He aquí una clara diferenciación entre el concepto de identidad y el concepto de estilo. Mientras que la identidad, según Gilberto Jiménez, es un hecho enteramente simbólico, los estilos corresponden a la emergencia de la juventud como nuevo sujeto social y se basan en la difusión de los grandes medios de la comunicación, de la cultura de masas y del mercado adolescente (a decir de John Clarke). Lo que hace un estilo es la organización activa de objetos como actividades y valores que producen y organizan una identidad de grupo⁹⁶.

Para que podamos entender más ampliamente la metáfora del reloj de arena, cabría analizar los diferentes contextos en los que surgen las culturas juveniles. Según Hall S. Clark Jefferson⁹⁷, la articulación social de las culturas juveniles puede abordarse desde tres escenarios:

⁹⁵ Cfr., Feixa, Carles, Op. Cit., p. 68.

⁹⁶ *Ídem*.

⁹⁷ Cfr., Hall S. Clark, Jefferson, Cultures, Subcultures and Class en Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war Britain, Hutchinson University Library, London, 1979.

- a) **Cultura hegemónica:** refleja la distribución del poder cultural a escala de la sociedad más amplia. La relación de los jóvenes con la cultura dominante está mediatizada por las diversas instancias en las cuales este poder se transmite y se negocia: escuela, sistema productivo, ejército, *medios de comunicación*, órganos de control social, etc. Frente a estas instancias los jóvenes establecen relaciones contradictorias de integración y conflicto, que cambian con el tiempo. Las culturas juveniles provenientes de una misma cultura parental pueden negociar de forma diferente sus relaciones con la cultura hegemónica.

Cabe mencionar que tanto *Radioactivo* como *Rock 101* fungían como una especie de placebo para que los jóvenes asimilaran la cultura dominante. Sin embargo, no podría definírseles como totalmente inclinadas hacia la subordinación de la cultura hegemónica ya que al mismo tiempo abrieron espacios a ciertos sectores de la subcultura como los *punks* y los *darks*. Estos matices distorsionaban (como más adelante el lector podrá apreciar) el mensaje institucional de “revientate pero intégrate a la maquinaria”, como abiertamente lo manifestaron Luis Gerardo Salas y José Álvarez en su momento (directores generales de *Rock 101* y *Radioactivo*, respectivamente). Quizás esto se atribuya más al carácter multicultural de sus respectivas audiencias que a la disposición de los altos mandos de hacer radio para sectores económicamente inviables. Es por ello que, por ejemplo, en el multianunciado concierto de *Misfits* en el *Hard Rock Live* (cuyo patrocinador oficial fue *Reactor 105*) se hayan quedado afuera los punketos de Santa Fe

y Neza a diferencia de los “chavitos fresas” que sí tuvieron 300 pesos para pagar el concierto.

b) **Culturas parentales:** pueden considerarse como las grandes redes culturales, definidas fundamentalmente por identidades étnicas y de clase, en el seno de las cuales se desarrollan las culturas juveniles que constituyen subconjuntos. Refieren las normas de conducta y valores vigentes en el medio social de origen de los jóvenes. Pero no se limitan a la relación directa entre “padres” e “hijos”, sino a un conjunto más amplio de interacciones cotidianas entre miembros de generaciones diferentes, en el seno de la familia, el vecindario, la escuela local, las redes de amistad, las entidades asociativas, etc. Mediante la socialización primaria, el joven interioriza elementos culturales básicos (uso de lengua, roles sexuales, formas de sociabilidad, comportamiento no verbal, criterios estéticos, etc.) que luego utiliza en la elaboración de estilos de vida propios⁹⁸.

c) **Las culturas generacionales,** finalmente refieren la experiencia específica que los jóvenes adquieren en los espacios institucionales (la escuela, el trabajo, los medios de comunicación), de espacios parentales (la familia, el vecindario) y sobre todo de espacios de ocio (la calle, el baile, los locales de diversión). En estos ámbitos circunscritos, el joven se encuentra con otros jóvenes y empieza a identificarse con determinados comportamientos y valores,

⁹⁸ Hay un fenómeno interesante que cabría citar en este momento, pues es una veta inexplorada por los juvenólogos: la herencia de la cultura punk de padres a hijos, cuyas conductas y valores son diametralmente opuestos a los institucionalizados por la sociedad mexicana a lo largo de muchas generaciones. Esta nueva camada de libre pensadores han heredado un espíritu contestatario, una buena educación sexual, un escepticismo hacia el modelo político-económico en el cual están inscritos, un pensamiento ecologista y libertario, etc. Serán los descendientes de éstos los que definan si este nuevo estilo de vida se ampliará en el futuro.

diferentes a los vigentes en el mundo adulto. En este proceso de conformación del estilo, y hablando particularmente de la radio rockera en el Distrito Federal, se puede apreciar que aunque los vínculos identitarios desaparezcan, las comunidades juveniles identificadas con éstos, no. Es por ello que hoy por hoy existen grupos en internet de ex radioescuchas (tanto de *Rock 101*, como de *Radioactivo* y *Órbita 105.7*) que se reúnen periódicamente a escuchar la música, los *promos* de la estación y algunas veces a sus locutores favoritos. A su vez, como los vínculos identitarios se nutren de las culturas populares, se entiende por qué una estación como *Radioactivo*, “unía a un abogado y a un anarquista punk, a una persona de los basureros de Neza con una persona de Bosques de las Lomas”⁹⁹.

⁹⁹ Entrevista a Olallo Rubio en Fainchtein, Lynn, *¿Ya no quisieron roooooock?*, Revista DF por Travesías, Número 16, México, abril 28-mayo 11 de 2004, p. 30

1.3 La influencia de los medios y del medio

Cómo hemos podido corroborar, la cultura (llámese popular, urbana, de masas, etc.) no se construye a partir de un solo elemento de la realidad. Como en la metáfora del reloj de arena de Feixa, los medios sólo son una parte de la cultura hegemónica. Más allá están las condiciones sociales (generación, género, clase, etnia y territorio) que influyen también en la construcción de la cultura juvenil. Los medios, en este caso, operan en ambas direcciones: frecuentemente fungen como voceros de las culturas parentales y hegemónicas (que administran el flujo cultural de acuerdo al *rating* y al paradigma dominante dentro de la sociedad), pero también son blancos propiciatorios de las culturas juveniles generacionales que un momento dado se apropian de los espacios institucionales (la radio cultural está plagada de ejemplos de este tipo).

A decir de Néstor García Canclini, el consumo sirve para pensar, ello quiere decir que no existe un acto de consumo por modesto o suntuario que sea, en el cual no esté implícito un universo de sentidos, que por lógica varían de una cultura a otra y de un grupo social a otro¹⁰⁰. El consumo, según Bourdieu, también se vincula al capital cultural de distintos grupos; determinadas adquisiciones, como la de una obra de arte, en algunos segmentos sociales constituyen un símbolo de prestigio o apreciación estética y en otros ni siquiera forman parte del repertorio de objetos que valga la pena tenerlos¹⁰¹ aunque no se puedan comprar¹⁰². El consumo

¹⁰⁰ Cfr., Winocur, Rosalía, Ciudadanos Mediáticos. La construcción de lo público en la radio, Gedisa, Barcelona, 2002, pp. 30-31.

¹⁰¹ Sin embargo, dentro del universo del consumo del arte, existen objetos que adquieren un valor significativo por su origen, independientemente del capital cultural de los grupos que lo adquieren. Una de las modalidades más ilustrativas en este sentido es el arte objeto, el cual descontextualiza mercancías emuladas por las industrias culturales para

puede entenderse como un proceso ritual en el sentido en que comprar, utilizar, adornar o distribuir los objetos tanto en los espacios públicos como en los privados ayuda a establecer un cierto orden y control sobre el flujo de significados, a distinguir unos espacios de otros y a explicar y mostrar por qué las cosas deben ser de una forma y no de otra en distintos momentos y realidades culturales históricas:

“Lo que aparece en los medios de comunicación masiva es útil, no sólo porque es de fácil acceso y resulta atractivo. Los propios intereses de los consumidores de los medios, puestos en juego en las circunstancias y lugares de reunión donde se reciben los mensajes (los innumerables contextos microsociales) también ejercen una gran influencia en el modo en que se interpreta y se utiliza la imagería de los medios.”¹⁰³

Los medios, en su doble carácter de texto y tecnología, están indisolublemente unidos con las prácticas cotidianas y la organización de la vida doméstica. Es decir, están inscritos en el entorno físico, social y psicológico (el medio) y en la configuración de la identidad de los individuos que reciben sus mensajes. No obstante, no es posible omitir el hecho de que los *mass media* han fungido, históricamente, como instrumentos de control ideológico, debido a que administran la mayor parte de la información (antes de la era del internet, la cual gracias a sus dimensiones tecnológicas, hasta el momento ha escapado al control de los aparatos legítimos de dominación de las potencias económicas, más no a su escrutinio) que se genera día a día:

exhibirlas en una galería. De esta manera, los artistas aumentan el valor de productos que en un principio, no sólo están al alcance de cualquiera, sino que en repetidas ocasiones son considerados de mal gusto (*kitch*), como por ejemplo un saco de peluche o una lámpara del *Chavo del Ocho*.

¹⁰² Cfr., Winocur Rosalía, *Op. Cit.*, p.31.

¹⁰³ Lull, J., *Medios, comunicación y cultura*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997, p. 86.

“En la fase actual del sistema capitalista, en las naciones estancadas en el subdesarrollo, el poder de la información pertenece a una minoría, que en numerosas ocasiones se identifica no sólo con la clase dominante nacional, sino también con la internacional o trasnacional. Es así como al emitir mensajes que presentan como óptimas las condiciones que justifican al imperio económico con el que se tienen relaciones de dependencia y explotación, y al contribuir a formar los valores y creencias de la sociedad subdesarrollada, los medios de comunicación son funcionales a los intereses del capitalismo trasnacional.”¹⁰⁴

Creemos necesario hacer una acotación al respecto en este punto. Si bien es cierto que los medios de difusión masiva buscan a toda costa acelerar el consumo de los productos de las industrias culturales, lo es también que éstos se topan con reinterpretaciones populares que distorsionan el propósito del mensaje inicial (sí, el medio es el mensaje, ¿pero será este el mismo para todos?).

Apunta Eduardo Nibón, que en un proceso de constante retroalimentación, los medios de difusión masiva elaboran los procesos de construcción de sus contenidos dentro del marco de elementos históricamente compartidos como son el nacionalismo (septiembre, mes de la patria), la religión (el personaje del cura conciliador durante la Época de Oro del cine mexicano, por ejemplo), los ideales sobre la familia (unidad, amor, respeto), los grupos de edad y sexo (el rockero rebelde, las mujeres sumisas y los hombres abiertamente machistas), los sentimientos (la concepción del amor ideal acuñada por las telenovelas), las formas de diversión (escuche el nuevo disco de *La Academia*, vea la nueva película de Tom Cruise, visite *Six Flags*), las nociones de trabajo y tiempo libre

¹⁰⁴ Alva de la Selva, Alma Rosa, Radio e ideología, El Caballito, 3ra edición, México, 1982, p. 21.

(después de la oficina, nada como ver televisión), etcétera. De esta forma, los *mass media* reproducen ciertos significados y al mismo tiempo crean nuevos códigos¹⁰⁵. Así pues, nos encontramos con que los medios se han erigido a sí mismos como administradores de la vida cotidiana, que tienen una función informativa (formativa) y de entretenimiento dentro de la sociedad, pero que no pueden evitar recrear, modificar o apropiarse de las creaciones de la cultura popular.

Ahora bien, la comprensión del sentido social que adquiere el consumo de la radio o la televisión pasa por desentrañar las reglas que estructuran cotidianamente la circulación y resignificación de los mensajes en diferentes grupos sociales¹⁰⁶. Las técnicas más populares de medición de auditorios en hogares (léase *rating*) aíslan al sujeto de la situación donde el consumo ocurre naturalmente y sólo se limitan a corroborar el hecho de que en determinados horarios, diferentes miembros de la familia encienden sus televisores y se exponen con cierta frecuencia a la programación de su agrado. Sin embargo, el acto de encender la radio o la televisión puede tener distintos significados.

Independientemente de lo que significa para un individuo encender el aparato radiofónico o sintonizar una determinada estación de radio con respecto al resto de la oferta del dial (aunque existan radioescuchas que escuchan más de una emisora): “La existencia o ausencia de los MDM (Medios de Difusión Masiva) es en sí misma, objeto de simbolizaciones tanto colectivas como individuales”¹⁰⁷.

¹⁰⁵ Cfr., Nibón, Eduardo, *Op. Cit.*, p. 42.

¹⁰⁶ Cfr., Winocur, Rosalía, *Op. Cit.*, pp. 31-32.

¹⁰⁷ Nibón, *Ibid*, p. 46.

Volviendo a los terrenos de la cultura de masas, es menester considerar a los medios y sus mensajes como parte integral de ésta, y por lo tanto susceptibles de ser distorsionados por las culturas populares, las subculturas o las contraculturas¹⁰⁸.

En cuanto a la radio, para indagar en términos de apropiación simbólica qué hace la gente con este medio, cómo decodifica los mensajes y cómo esta experiencia de interacción cotidiana articula la dimensión de lo local con lo global, el ámbito privado con lo público y la esfera doméstica con el poder; debemos considerar que escuchar la radio implica un acto de privatización de su consumo, aunque el aparato en cuestión se ubique en un lugar público¹⁰⁹ (el caso más sintomático es el de los microbuses que escuchan la *Qué Buena*).

Según la encuesta realizada por el periódico *Reforma* sobre consumo cultural en 1996¹¹⁰, la mayoría de los habitantes del DF declaró que el lugar habitual donde escucha la radio es en su casa. El segundo dato de interés es que los ciudadanos no perciben el hecho de escuchar radio como una actividad de tiempo libre, a pesar de que 100% declaró tener al menos un aparato de radio, que en promedio escucha 6.4 días a la semana, y que el 56% de los encuestados se exponía cinco horas diarias. El acto de escuchar radio no se considera un ocio porque su consumo está incorporado y asociado simbólicamente a la organización de las rutinas

¹⁰⁸ Lejos de las grandes boutiques de Nueva York, surgen en el imaginario popular playeras con el logotipo de marcas famosas totalmente descontextualizados de su carácter elitista. “Soy, totalmente pacheco” (en alusión al famoso slogan de *El Palacio de Hierro*), “Come Caca” (con la misma tipografía de las letras que forman la palabra *Coca Cola*), etc.; son objetos de consumo que el imaginario popular ha utilizado para ironizar a los medios y sus mensajes (de una forma un tanto burda, pero irónica al fin y al cabo).

¹⁰⁹ Cfr., Winocur, Ana, *Op. Cit.*, pp. 33-34.

¹¹⁰ Consulta *Consumo cultural y medios en la ciudad de México*, *Reforma*, México, 24 de enero de 1996, p. 10C.

cotidianas. En este sentido, no representa una actividad diferenciada y programada que se practique en el tiempo libre.

En síntesis, los medios de difusión masiva son parte de los hábitos cotidianos (tanto públicos como privados) de la sociedad y se integran de múltiples formas a los procesos de reelaboración simbólica de los receptores (no pasivos)¹¹¹. Sin embargo, es un hecho que las industrias culturales (de las cuales también son partícipes y están estrechamente relacionados los medios electrónicos privados o públicos con cierto grado de patrocinio) aprovechan sus posiciones privilegiadas dentro de los MDM para sugerir insistentemente determinados productos, marcas, estilos de vida, grupos musicales, vestimenta, etc.; y están plenamente conscientes de la influencia que ejercen al crear modas, concepciones y códigos sociales que al correr de los años son susceptibles de incorporarse al imaginario popular o como elementos distintivos de un periodo o de un grupo social (ya sea la vaselina y las chamarras de cuero en los cincuenta, o los tatuajes y los *piercings* en los noventa)¹¹².

Cabe subrayar el interés que particularmente tienen los administradores del entretenimiento masivo en la educación, buscando siempre ampliar su rango de influencia:

“Así por ejemplo, en 1970, la *General Electric* controlaba en EEUU seis radioemisoras y tres estaciones de TV comerciales y era propietaria de una cadena de TV por cable (*G. E. Cablevisión Corp.*). Su subsidiaria, *General Electric Broadcaasting* produce programas de TV y películas. *Westinghouse* es propietaria de siete radioemisoras y cinco canales de TV. La introducción de las grandes corporaciones electrónicas en el campo

¹¹¹ Cfr., Nibón, Eduardo, Op. Cit., p. 42.

¹¹² *Ídem.*

televisivo ha desencadenado una carrera por la posesión de las corporaciones culturales tradicionales”.¹¹³

Tanto el medio (geográfico, social, psicológico, étnico, generacional, etc.) como los medios de difusión masiva son factores que se introyectan en el estilo y la identidad de los individuos y de las sociedades. El rock dentro de la oferta mediática comercial también es objeto de consumo, pero al mismo tiempo genera estilos tan particulares, que son mercados que se ubican al margen del rock de los centros comerciales. De esto y más hablaremos en el siguiente apartado.

¹¹³ Mattelart, Armand, La cultura como empresa multinacional, Serie Popular Era, 4ta Edición, México, 1983, p. 67.

1.4 El rock como una forma de vida: aspectos culturales

El rock en nuestro país contiene dentro de sí mismo tantos elementos culturales –símbolos, lenguajes, estéticas, indumentarias, entre otros– que sería necesario escribir otra tesis para enumerarlos todos y ubicarlos dentro de sus respectivos subconjuntos. No obstante, con el fin de evidenciar cómo la demanda cultural ha rebasado a la oferta de la radio comercial rockera en México con respecto a este universo, enumeraremos algunos ejemplos y trataremos de relacionarlos con las categorías que hasta este punto se han visto.

El rock como género musical tiene dos raíces nodales: *el rhythm and blues* (proveniente de la comunidad negra norteamericana) y la música *country* (cuyas letras, en sus inicios, hablaban de los trabajadores blancos “oprimidos”). La fusión de ambos estilos dio como resultado el *rock and roll* de mediados de los años cincuenta¹¹⁴.

Adrián de Garay define al rock como 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. Dicho proceso está articulado por una multiplicidad de discursos, prácticas e intereses que escapan frecuentemente a esquemas y teorizaciones generalizantes¹¹⁵. Asimismo, el especialista considera que la propiedad privada de los medios de comprensión impide entender los fenómenos que como el rock, son complejos. Contrario a las consideraciones de Feixa con respecto a la

¹¹⁴ Vid., De Garay, Adrián, El rock también es cultura, Universidad Iberoamericana, México, 1993, pp. 23-26.

¹¹⁵ Vid., *ibid.*, p. 10.

conformación de identidades locales a partir del rock, De Garay afirma que una característica distintiva del rock consiste en que es una de las pocas expresiones y prácticas culturales en el mundo que no está ligada estrechamente a un territorio, localidad o país; y que tampoco ha respetado clases sociales, por lo que tiene un carácter transnacional y trasclasista¹¹⁶. Otra característica singular del rock como práctica cultural es que es una expresión que atraviesa distintos medios de comunicación, así como múltiples industrias culturales que se interrelacionan entre sí polimórficamente, por lo que también es considerado una práctica cultural trasmediática. Finalmente, de Garay subraya la importancia de que se lleven a cabo investigaciones como la que tiene el lector frente a sí:

“La relevancia de llevar a cabo estudios sobre el rock como práctica cultural, tanto a nivel mundial, como en el caso de México, radica también en la posibilidad de acercarse al conocimiento de las identidades culturales de los sujetos juveniles. Tal y como han mostrado varios investigadores, la integración entre la música rock y la cultura de los jóvenes es un dato que no podemos, ni debemos, dejar hoy en día de lado”.¹¹⁷

Desde hace algunos años, los especialistas coinciden en que la música es en muchos sentidos una actividad central dentro de la cultura juvenil urbana. Tere Estrada, socióloga y cantante de blues, opina por su parte que el rock es un medio de comunicación y de expresión entre muchos jóvenes, a través del cual crean sus propios símbolos y los ayuda a autodefinirse: “En el rock se genera un puente intercomunicativo entre los

¹¹⁶ *Idem.*

¹¹⁷ *Ibid.*, pp. 10-11.

jóvenes que enriquece la vida emocional y robustece su identidad en el aspecto creativo, en las experiencias de carácter ritualístico y colectivo.”¹¹⁸

Volviendo a México, encontramos que el rock goza de gran popularidad, sobre todo (pero no exclusivamente) en los centros urbanos. Jose Luis Paredes, *Pacho*, realizó a principios de la década de los noventa un estudio al respecto, titulado *Rock mexicano, sonidos de la calle*. En él destaca el carácter pluricultural del rock mexicano, y lo califica como vital y diverso, ya que surge en la vida cotidiana y su sonido es heterogéneo, no sólo porque como género musical abarca una cantidad (a veces innombrable) de subgéneros, sino porque las realidades culturales de la gente que forma parte de éste, ya sea como músicos o como escuchas, son igualmente diversas¹¹⁹. Contrario a Adrián De Garay (quien analiza la apropiación cultural del rock desde el proceso de producción-circulación-consumo del mismo), *El Pacho* considera innecesario uniformar culturalmente al rock por ser una música popular lúdica, dinámica y heterogénea. Asimismo, afirma que hay fenómenos dentro del universo del rock que no se explican bajo la lógica de consumo de las industrias culturales:

“Por ejemplo, una tendencia que casi no se toma en cuenta y que me parece muy significativa por su extremismo, es la de los grupos que reivindican, explícitamente o no, un sentido efímero para su trabajo: el reventón colectivo e instantáneo. Rechazan la identificación del espectáculo con el estrellato y la comercialización. Su trabajo tiene un valor inmediato, expresarse libre y directamente con su propia comunidad. Tocar con la raza, Estos grupos no calibran su calidad ni su potencia

¹¹⁸ Estrada, Tere, Sirenas al ataque, historia de las mujeres rockeras mexicanas 1956-2000, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 2000, p. 15.

¹¹⁹ Vid., Paredes José Luis Pacho, Rock mexicano, sonidos de la calle, Pesebre, México, 1992, p. 13.

expresiva según los sagrados números de las ventas discográficas, las promociones masivas, ni las superproducciones. ¿Puede juzgarse la legitimidad cultural de esta música según los valores puristas de las reseñas periodísticas, o los criterios mercadotécnicos de los medios de comunicación?”¹²⁰

En contraste, para Adrián De Garay los fenómenos culturales existen como objetos substanciados que circulan por canales de transmisión y difusión institucionalizados (parafraseando a Thompson)¹²¹. En este sentido, las estrategias de comercialización del rock es algo que se ha afianzado en la estructura del formato, pero que adquiere su materialidad una vez que el producto está terminado y se inicia su fase de promoción¹²². No obstante, no podemos estar de acuerdo con De Garay en este sentido si consideramos que la mayor parte de los fenómenos culturales que giran en torno al rock se dan por canales no institucionalizados, tales como los *fanzines*¹²³ y revistas, los *demos*, las disqueras independientes, los conciertos no remunerados¹²⁴, fiestas, barrios, foros alternativos; en fin, los espacios de comunión identitaria¹²⁵.

Según Antulio Sánchez, en nuestro país existen cuatro grandes momentos en la historia del rock, los cuales debemos tomar en cuenta si es que queremos comprender la heterogeneidad cultural de los rockeros

¹²⁰ *Ibid*, p. 14.

¹²¹ Vid., De Garay Adrián, *Op. Cit.*, p.53.

¹²² *Ídem*.

¹²³ Los fanzines son revistas elaboradas con los medios y recursos más austeros. Son la expresión de un grupo subcultural afín a cierto tipo de música. La palabra proviene de la unión de *fan* y *magazine*, originalmente utilizada para definir a las publicaciones de los coleccionistas de historietas.

¹²⁴ La organización *Serpiente Sobre Ruedas* nacida a raíz del levantamiento armado del Ejército Zapatista de Liberación Nacional conformada por músicos rockeros y dedicada a recaudar fondos para las comunidades indígenas de Chiapas, muestra con claridad como el axioma de Thompon cae por su propio peso.

¹²⁵ Vid., Paredes, José Luis, *Op. Cit.*, p. 19.

mexicanos y de sus públicos. A continuación, los describiremos brevemente:

- 1) **Años cincuenta y sesenta.** A diferencia de Estados Unidos, el surgimiento del rock en México no está estigmatizado por la violencia y la rebeldía de los jóvenes¹²⁶. El *rock and roll* durante este intervalo es sólo un objeto de consumo que imitaba a los grupos que acaparaban las listas de popularidad de nuestro vecino del norte. Incluso, a decir de Tere Estrada, la difusión del rock de este periodo a través del cine, la radio y las rockolas, inspiró a la juventud mexicana (y a la del resto del mundo) de clase media a imitar al *teenager* estadounidense en su atuendo costumbres y música¹²⁷. A pesar de esto, diversos críticos consideran a la época del *rock and roll* como uno de los momentos más brillantes dentro de la historia del rock mexicano¹²⁸.

Cabe destacar que fue en este periodo cuando estrecharon sus vínculos los sellos discográficos con la televisión, el cine y la radio para explotar al máximo sus productos musicales, dirigidos principalmente a la juventud clasemediera que creó un espacio simbólico alrededor de este primer rock desparasitado que se ponía a la venta en los aparadores de las tiendas de discos¹²⁹. Durante la segunda mitad de la década de los sesenta, la psicodelia comienza a mostrar su influencia en los grupos nacionales con la oleada de intérpretes nortños (principalmente de Tijuana), quienes llegaron

¹²⁶ Vid., Sánchez, Antulio, Diversidad e identidad juvenil, una visión desde el rock mexicano en *Revista de Estudios sobre Juventud JOVEN es*, N. 15, Nueva Época, Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, México, 2004, p. 27.

¹²⁷ Vid., Estrada, Tere, Op. Cit., p. 25.

¹²⁸ Vid., Sánchez, Antulio, Op. Cit., p. 29.

¹²⁹ *Ídem*.

con todas las de ganar a una capital plagada de grupos bien acicalados y arreglados para no incomodar a los herederos de la alta sociedad porfirista. Algunos nombres importantes fueron: Javier y Baby Bátiz, *Tijuana Five*, *Los Rockin Devils*, *Dugs Dugs*, *Peace and Love*, entre otros. En la recta final de esta década, comienza a marginarse al rock con la desaparición de los cafés cantantes y la estigmatización de los sectores más conservadores del país. Es también cuando surge una de las primeras subculturas con su propio lenguaje, estética, símbolos, música y reinterpretaciones estilísticas: los onderos o *hippies* mexicanos (jipitecas).

- 2) **Los años setenta.** Para muchos rockeros, hablar de estos años es sinónimo de mordaza. Es una época turbia en la historia de México, marcada por la persecución política (El jueves de *Corpus*) y la guerra sucia en contra de las organizaciones de izquierda. Fue también cuando se llevó a cabo el *Festival de Avándaro* (del cual se hablará con mayor amplitud en el apartado 2.3 de la presente tesis). A partir de este momento, los medios de difusión masiva arrojan al rock fuera de sus canales de transmisión, por lo que éste se tiene que refugiar en los *hoyos fonkis*¹³⁰. Es en estos espacios (lejos de la pulcritud de los foros de televisión y los estudios radiofónicos comerciales) donde el rock adquiere madurez y se consolida como generador de identidades juveniles¹³¹. Los *hoyos fonkis* tuvieron sus principales escenarios en las colonias populares de la ciudad de México, por lo general ubicadas en los cinturones de miseria de las periferias como

¹³⁰ Según el escritor Parménides García Saldaña, "Hoyo" es una palabra íntimamente conectada con el rock y con los lugares subterráneos donde nació, creció y se reprodujo el lado oscuro del rock. *Black* es seudónimo de "dirty" y "funky" de *black*. Por lo tanto, *funky* es el lado macizo, grosero y pesado del rock y su presencia es el *black*. Cfr., García Saldaña Parménides, *Los hoyos funkis* en Chimal, Carlos comp., *Crines otras lecturas de rock*, Era, México, 1994, pp. 69-84.

¹³¹ Vid., Sánchez, Antulio, *Op. Cit.*, p. 32.

Santa Fe, Iztapalapa y San Felipe de Jesús. Por las condiciones tan austeras en que dicho género musical se tiene que desarrollar, éste propicia un mayor refuerzo de identificación, vinculación e inclinación entre los músicos y su público¹³². Cabe destacar que fue en esta década cuando los espacios públicos -como las escuelas y las universidades-, acogieron al rock como una manifestación cultural juvenil. A su vez, las emisoras culturales como *Radio UNAM* y *Radio Educación* fueron el refugio de los rockeros subterráneos.

- 3) **Los años ochenta.** Hay una marcada diversificación de las subculturas con respecto a las dos etapas anteriores del rock mexicano. Además de los históricos *hippies* y *rockers* (que para entonces ya empiezan a diferenciarse generacionalmente de sus contemporáneos), se desarrollaron otras identidades juveniles, tales como: los punks, los metaleros, los trashereros, los *darks*, los *rastafaris*, los rockabilies, los *new age*, y un largo etcétera¹³³. A su vez, es un periodo histórico turbulento (literal y metafóricamente) debido primero al sismo que azotó la ciudad de México en 1985, la devaluación de la moneda y la huelga estudiantil en la UNAM en 1986 en contra de una política de incremento de cuotas¹³⁴.

El rock de fines de los ochenta se autodefine por estimular identidades diferenciadas¹³⁵, las cuales generan a su vez sus propios espacios simbólicos, canales comunicativos, lenguajes y cosmovisiones. En este mismo tenor, el 4 de octubre de 1980 se creó el *Tianguis Cultural del Chopo*, como una iniciativa del Museo

¹³² *Ídem.*

¹³³ Vid., Urteaga, Maritza, *Op. Cit.*, p. 114.

¹³⁴ Vid., Sánchez, Antulio, *Op. Cit.*, pp. 34-35.

¹³⁵ *Ídem.*

Universitario del Chopo (cuya directora en ese entonces era Ángeles Mastreta) a través de su coordinador de actividades culturales Jorge Pantoja, el cual representó (y en cierta forma representa en la actualidad) un foco de identificación y de apropiación simbólica entre los jóvenes pertenecientes a las subculturas del rock¹³⁶.

A mediados de la década las instituciones oficiales muestran una moderada apertura hacia las manifestaciones culturales de los jóvenes como consecuencia de la coyuntura política que significó el hecho que el año 1985 haya sido declarado por la ONU el año de la juventud¹³⁷. Durante este periodo, el rock mexicano se produce (en la mayoría de los casos) de manera independiente, con recursos austeros y producción “casera”. Es también un periodo de experimentación sonora en donde algunos grupos se empiezan a aventurar en otras fusiones y estilos como el etnorock, el tecno/punk/reggae, el ritmo latino y el rock rupestre¹³⁸.

En la segunda mitad de este decenio, una disquera abrió sus estudios de grabación al rock en español bajo el eslogan “Rock en tu idioma”, lo cual benefició a bandas ibéricas y latinoamericanas, y en menor medida al rock nacional. Cuando Carlos Salinas de Gortari llega al poder (por medio de un proceso electoral lleno de irregularidades) el escenario para el rock nativo cambia, pues el gobierno neoliberal prepara el terreno para el desarrollo del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá. También se abren las puertas de par en par a la organización de conciertos multitudinarios organizados por organismos privados como OCESA y

¹³⁶ Volveremos a esta historia en el apartado 2.5 de la presente tesis.

¹³⁷ Vid., Urteaga, Maritza, *Op. Cit.*, p. 116.

¹³⁸ *Idem*.

aumentan significativamente los escenarios acondicionados para este tipo de espectáculos como el *Auditorio Nacional* y el *Palacio de los Deportes*¹³⁹. También se incrementa el número de antros y bares en donde se organizan tocaditas (*Rockotitlán, La Diabla, Rock Stock, El Alicia, Babel*, etc.), lo que se traduce en mayores espacios de retroalimentación identitaria para los jóvenes defefios.

- 4) **Los años noventa.** El escenario político nacional durante estos años es inestable y plagado de conflictos. El sueño de México convertido en un país de primer mundo se ve opacado por magnicidios como el de Luis Donaldo Colosio o levantamientos armados como el protagonizado por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas. Una buena parte de los grupos más representativos de la época retoman la bandera del zapatismo, vinculando nuevamente al rock con las problemáticas de la sociedad como las desigualdades causadas por el modelo económico neoliberal.

Entre las nuevas tendencias del rock nacional que se gestaron durante estos años se encuentran el *surf*, el *ska*, el *hip hop* y el *grunge*. Cabe mencionar que una vez más, la vanguardia proviene de los grupos de la frontera norte, quienes comienzan a introducir la música electrónica entre la población juvenil del país, dando a conocer a una nueva tribu subcultural nacida en el laboratorio de las culturas subterráneas: los *ravers*¹⁴⁰. En cuanto a los medios, éstos

¹³⁹ Rebautizado por el imaginario popular como el 'Palacio de los Rebotes' por su pésima acústica para los conciertos de rock.

¹⁴⁰ El *rave* es una fiesta con una duración de más de doce horas, en donde un grupo de DJ mezclan música electrónica. Generalmente este tipo de reuniones se llevan a cabo al aire libre, en escenarios naturales cargados de cierto misticismo como bosques, playas o sitios arqueológicos. Es común que se asocie este tipo de manifestaciones culturales con la ingesta de drogas psicotrópicas (incluso este prejuicio permea entre los académicos que supuestamente estudian a la juventud desde una perspectiva abierta, como Antulio

no han entendido a cabalidad el fenómeno pluricultural del rock, pero es en los años noventa cuando se nota una atmósfera de apertura más palpable en contraste con las décadas anteriores. La diversidad sonora en el escenario rockero nacional también es perceptible. Las fronteras entre los géneros se difuminan y las nuevas tecnologías de la información contribuyen a la conformación de auténticas comunidades virtuales que intercambian música y realimentan identidades culturales¹⁴¹.

Uno de los fenómenos que acapararon la atención de sociólogos e investigadores en este periodo fue la llegada de la llamada Generación X (bautizada así por el escritor Douglas Coupland), la cual estaba vinculada íntimamente con las nuevas tecnologías. La Generación X mexicana (compuesta por hijos de la clase media alta y alta) era heredera de la cultura *yuppie* de los ochenta y encontró en el *grunge* su piedra de toque identitaria. Bandas como *Nirvana* (cuyo trágico fin de su vocalista Kurt Cobain generó cierta depresión generacional), *Stone Temple Pilots*, *Pearl Jam*, *Smashing Pumpkins*, *Alice in Chains*, *Soundgarden*, *L7*, *Blind Melon*; constituyeron el sello distintivo de estos adolescentes tardíos adictos a la adrenalina y de gustos pragmáticos.

Estos son sólo algunas de las muchas aristas de ese prisma llamado rock. Además de los aspectos anteriores, debemos considerar que día a día el rock sufre hibridaciones con todo tipo de producciones culturales. Desde las tendencias *retro* que retoman elementos de las culturas populares

Sánchez). Aunque en un principio fue así, no en todos los *raves* se ingiere LSD, mescalina o psilocibina. No obstante, los asistentes a un *rave* se mantienen de pie la mayor parte del tiempo con *smart drinks*: bebidas energizantes carbonatadas que contienen estimulantes como la taurina.

¹⁴¹ Vid., Sánchez, Antulio, *Op. Cit.*, p. 45.

(como el *surf* mexicano que se asocia con la estética de la lucha libre y de las películas de *El Santo*); hasta los herederos del rock alternativo en inglés de los noventa que recientemente se han aglutinado alrededor del movimiento *indie* nativo (*Austin TV*, *Sad Breakfast*, *Los Abandoned*, *Niña*, *Porter*, *The Cosmetics*, *Los Dinamites*, entre otros). Como hemos observado, el rock se materializa en un cúmulo de manifestaciones culturales complejas, muchas de las cuales se generan fuera de los canales institucionales. Lejos de los registros de ventas de las grandes disqueras, para quienes lo único que importa es cerrar el ciclo de producción-promoción-distribución-consumo-apropiación de sus catálogos musicales. De la misma forma, pudimos constatar (al menos *grosso modo*) la trascendencia histórica del rock mexicano y su papel como generador de identidades juveniles: subculturales y contraculturales que entre la homología y el *bricolage* son parte de diferentes estilos de vida.

1.5 La radio rockera y su papel en la construcción identitaria de los jóvenes

Todo comenzó cuando un buen día un hombre habló frente a un micrófono y su voz fue escuchada por miles de hombres que se encontraban a algunos kilómetros de distancia. Ese día nació la radio. Su papel en la construcción de la modernidad y en la difusión del discurso del orden y el progreso fue vital para el crecimiento de los centros y el dominio de éstos sobre las regiones periféricas. Múltiples culturas se concentraron en los espacios urbanos. Grupos étnicos de todo tipo plagaron las grandes ciudades. Los negros nos dieron el *rhythm & blues* y los blancos el *country* y el *western*. Esos fueron los abuelos del *rock and roll*. Poco a poco, el rock fue adquiriendo una posición privilegiada en el gusto popular del público (sobre todo en la joven generación de la posguerra) y en los medios de difusión masiva. El *punch* y la forma en que éste hacía retorcerse a la juventud golpeó fuertemente en la ‘moral’ de la sociedad, y entonces el rock topó con pared desde su nacimiento:

“...la aparición del rock significó una verdadera subversión dentro del campo musical, lo que condujo a la crítica, al rechazo y al establecimiento de ciertas *estrategias de conservación* por parte de quienes detentaban el monopolio legítimo de la producción musical de la época. Los músicos, intérpretes, compañías disqueras y radiodifusoras, importantes sectores gubernamentales, intelectuales, partidos políticos de todas las inclinaciones ideológicas y periodistas reaccionaron contra una forma musical novedosa”.¹⁴²

¹⁴² De Garay, Adrián, *Op. Cit.*, p. 24.

De este rechazo inicial, surgieron varias perlas que han quedado debidamente documentadas, evidenciando el absurdo de la censura mediática alimentada por los grupos conservadores más recalcitrantes. Una de ellas se registró el 19 de febrero de 1957, cuando un periodista escribió en el diario *Últimas Noticias* que varias radiodifusoras del norte de la República Mexicana habían realizado un boicot en contra de Elvis Presley después de que éste afirmara que “prefería besar a tres negras que a una mexicana”, declaración que nunca fue confirmada pero que propició el retiro de los discos del *Rey del Rock* de la radio mexicana y que la XERC organizara la quema de más de diez mil pesos en acetatos del cantante¹⁴³. En la actualidad, aunque la censura ha bajado un poco la guardia, ha sido debido a que las industrias culturales buscan ampliar sus mercados mediante la organización de conciertos masivos y la coptación de grupos de rock colocados en la escena nacional o con algún grado de popularidad.

José Luis Paredes *Pacho*, integrante de Maldita Vecindad, se muestra escéptico respecto al papel de los *mass media* como difusores de la pluralidad cultural de nuestro país, ya que considera que los grandes consorcios del espectáculo y la comunicación no reflejan la diversidad de la cultura popular mexicana y sólo les interesa promover aquello que les garantice máximas ganancias económicas y se ciña a sus estándares de calidad y rentabilidad potencial¹⁴⁴. Independientemente de la difícil relación del rock con los medios (alimentada y solapada por la inexistencia de una Ley Federal de Radio y Televisión cuyo marco normativo contemple, por ejemplo, leyes antimonopolios y políticas que impulsen la diversidad cultural y no los proyectos culturales sustitutivos émulo de los

¹⁴³ Cortés, David, Tormentosa relación, en *Etcétera*, Nueva Época, México, marzo 2005, p. 73.

¹⁴⁴ Vid., Paredes, José Luis, Op. Cit., p. 23.

procesos de integración global), es innegable el hecho de que los individuos conviven con éstos últimos de una forma u otra.

Particularmente, el acto de escuchar radio implica una privatización de su consumo y una apropiación por parte del radioescucha. Una parte del fenómeno de la multiculturalidad se refleja en la oferta musical del cuadrante (al menos hasta hace algunos años, cuando la radio hablada no era predominante en el *dial* radiofónico). Ello se expresa en la variedad e hibridación de géneros y en la apropiación diferenciada de ritmos y melodías¹⁴⁵. Según el locutor y productor musical Noé Cordero, la oferta cultural se diversifica dependiendo de la zona geográfica:

“En Neza oyen al TRI, en Aragón, música rebelde, música agresiva y sonora. Combinan lo punk con la banda zapoteca. Si te vas a Tepito les gusta el rock, pero más la cumbia, la huaracha, el danzón, como que son más bailadores; o si te vas a Xochimilco, cambia el gusto, ahí se van más por la música de banda...”¹⁴⁶

La radio alimenta a través de la música los procesos identitarios de las nuevas tribus urbanas, marcando definiciones y fronteras frente a los otros también en los gustos y en los estilos de consumo. Al decir ‘radio’, nos referimos también a las otras radios, llámense comunitarias, culturales, piratas o virtuales; y en menor medida a la radio comercial. La diversificación de la oferta musical le ofrece al radioescucha un mundo propio compartido con otros, pero a la vez tremendamente singular, ya que las distintas corrientes musicales le hablan de un lenguaje que no le es extraño -el de los sentimientos-, y a través de los afectos lo acerca a sí

¹⁴⁵ Vid., Winocur, Rosalía, Op. Cit., p. 86.

¹⁴⁶ *Idem.*

mismo, como a los conflictos culturales y sociales frente a los cuales posee sus particulares incertidumbres e interrogantes¹⁴⁷.

Retomando a Adrián de Garay, *el rock es en sí mismo, un lugar de realización de prácticas diversas que condensan determinadas relaciones de fuerza existentes en contextos sociales específicos; expresa conflictos y contradicciones que se van constituyendo y articulando como puntos de apoyo, resultado de estrategias culturales y comunicacionales diversificadas, ya que bajo esta óptica, comunicar es poner la significación en discurso, comunicar es compartir y compartir es negociar el sentido de la generación y apropiación de los objetos culturales*¹⁴⁸.

Así también, el análisis del rock como fenómeno cultural considera De Garay, debe incorporar el estudio de las relaciones de poder en las que las acciones, objetos y enunciados significativos que lo constituyen como tal tienen lugar (es por ello que para hablar de la radio rockera hay que hablar también de la historia de la radiodifusión en México, pues si la ponemos bajo la mesa de vivisección encontraremos que prácticamente desde su nacimiento la radio comercial está subordinada a los intereses de las familias más ricas del país). Bajo esta perspectiva, cuando el rock es producido como una mercancía a través de un disco, es el resultado de una serie de mecanismos, criterios y operaciones organizacionales característicos de instituciones específicas, en este caso, las industrias discográficas. Éstas operan como filtros para la selección, producción y difusión de los bienes culturales. Se puede sostener en términos generales que la producción selectiva (como apunta García Canclini) se adopta para referirse tanto a los discos, como al cine, la radio y la televisión,

¹⁴⁷ Vid. Costa, Pere-Oriol, Tribus urbanas. El ansia de la identidad juvenil: entre el culto a la imagen y autoafirmación a través de la violencia, Paidós, Barcelona, 1996.

¹⁴⁸ Vid., De Garay, Adrián, Op. Cit., pp. 44-45.

anteponiendo el beneficio económico y subordinando los valores estéticos a lo que ellos interpretan como las tendencias del mercado¹⁴⁹. Claro, con algunas excepciones, pues a los músicos que ya se han afianzado dentro del espectro de símbolos que adopta la juventud, se les da cierta libertad de crear (como en el caso de *Café Tacuba* y *Radiohead*).

Lo mismo se puede afirmar de las modalidades de transmisión cultural institucionalizadas por las cuales el rock tiene que transitar para llegar a sus audiencias, las cuales también participan en la depuración, selección y difusión del bien cultural: las tiendas de discos, las estaciones de radio, los periódicos y las revistas especializadas, las actuaciones en vivo, las discotecas, los bares, y la televisión, entre otros¹⁵⁰:

“Tres elementos ayudan a comprender la penetración internacional de la música rock: los fuertes intereses económicos que la sustentan (industrias multimillonarias de trasnacionales como CBS, RCA, EMI, etc.), el poder incalculable de los medios de comunicación que la difunden mediante grabaciones (discos, casetes, discos compactos, la radio, el cine la televisión, videos), y la enorme capacidad de convocatoria que ha generado entre diversos sectores sociales y culturales del mundo”.¹⁵¹

El disco sigue siendo por excelencia el producto cultural más significativo del rock. Para la mayor parte de los grupos es la prueba de fuego¹⁵². Incluso el hecho de grabar un *demo* implica un paso importante entre las horas de ensayo y el estudio de grabación. Los discos de rock son, en mayor o menor medida, productos culturales públicos y de fácil acceso (aunque debemos admitir que algunos discos son más accesibles que

¹⁴⁹ *Ídem*.

¹⁵⁰ Vid., De Garay, Adrián, *Op. Cit.*, pp. 55-56.

¹⁵¹ Robles Cahero, José A., *¿Qué es el rock?* en *Topodrilo*, Número 10, UAM-Iztapalapa, México, 1990, p. 40.

¹⁵² Vid., apartado 1.4 de la presente tesis.

otros. Difícilmente uno encontrará el disco *La Rabia de los Locos* de Rafael Catana en el departamento de electrónicos de *Wal-Mart*, pero sí cualquier producción de *Jaguares*). Una vez que un disco sale a la venta, no hay nada que impida que cualquiera pueda escucharlo (excepto por otro tipo de variables, como su precio o la falta de un equipo de sonido)¹⁵³.

Las emisoras de radio pueden eliminar un disco de su programación para darle prioridad a otro y repetirlo hasta el cansancio (como pasa con bastante frecuencia), pero no pueden impedir que la gente compre y escuche lo que desea cuantas veces quiera¹⁵⁴ (aún existen leyes que protegen el consumo cultural a nivel individual. Cuando las compañías disqueras comiencen a cobrar un impuesto al acto de escuchar, habrán llegado al absurdo en su afán por engrosar sus cuentas bancarias).

Las compañías discográficas requieren de un medio como la radio para aumentar sus ventas. Es por eso que se ve lejano el divorcio entre estos dos canales de transmisión cultural. Sin embargo, de un tiempo a la fecha, la escena independiente ha crecido y con ello ha aumentado significativamente la oferta cultural del rock (paradójicamente en una época en donde la oferta de la radio rockera capitalina ha disminuido notablemente):

“Es importante recordar que los colectivos electrónicos (como *Nortec*, casi un paradigma, o *Static*, en el norte mexicano) han sido la semilla que, a manera de guerrilla sónica, y de la mano de Internet, ha regado fructuosamente la posibilidad que antes de la segunda mitad de los años noventa, era impensable: grabar material, distribuirlo y venderlo por cuenta propia; armar un equipo de producción, con artistas de distintos frentes

¹⁵³ Vid., De Garay, Adrián, *Op. Cit.*, pp. 55.

¹⁵⁴ *Idem*.

(diseñadores gráficos, de moda, *performancers*...), alrededor de la música; armar eventos sin el “apoyo condicional” de empresarios *gandallas*. En resumen: construir aprendiendo, haciéndola de todo, lo que se traduce en crecimiento creativo y logístico.

Estas iniciativas fueron contagiando al rock, escena que también se ha visto beneficiada por una tecnología cada vez más accesibles, la cual permite emitir grabaciones de calidad, hace 10 años menos probables si no se estaba en una disquera trasnacional”.¹⁵⁵

Por otro lado, la existencia de *software* que permite el intercambio de música *en línea*, aunado al crecimiento de la piratería, han hecho que las grandes compañías tiemblen ante las pérdidas millonarias que ésto les genera.

Retomando el tema de la radio rockera como copartícipe en la generación de identidades juveniles, la apropiación de los productos culturales no termina con la compra del disco en donde viene incluido el sencillo que está sonando más. Ciertos estudios han demostrado que parte del ‘disfrute’ del consumo de bienes culturales lo proporciona el hecho de compartir nombres. Conocer con exactitud circadiana las noticias de los grupos (el nuevo disco disponible en MP3 para comprarse en línea, las novedades musicales como los lados B y los DVD’s de los concierto, los posibles cambios en la alineación inicial, el itinerario de sus presentaciones en vivo, etc.) produce en los consumidores un signo de distinción y de pertenencia e identidad a una cultura rockera particular¹⁵⁶. Desde el club de *fans* de U2 hasta los *punks* de la Colonia San Felipe de Jesús, la apropiación de un bien cultural va más allá de la satisfacción personal.

¹⁵⁵ Peñaloza, Patricia, Independientes, Noise+Happy, Gozadera en *Ruta Sonora, La Jornada de En medio*, México, Viernes 15 de julio de 2005, p. 12ª.

¹⁵⁶ Vid., De Garay, Adrián, Op. Cit., p. 58.

En resumen, la radio rockera es sólo un canal más en el proceso de apropiación simbólica e identitaria de los jóvenes. El rock, por su parte, es al mismo tiempo medio y mensaje. Medio, en tanto codifica y decodifica estados de ánimo y abstracciones mentales y los transforma en música; y mensaje en la medida que expresa lenguajes, estilos y estéticas heterogéneas de carácter cultural, subcultural o contracultural.

Los medios y el rock han tenido una relación conflictiva (que en el caso de nuestro país tuvo la consecuencia nefasta de vetar al rock de los *mass media* durante diez años), pero debido a que ha cambiado la coyuntura política con la ideología neoliberal que influye a la mayor parte de las economías del mundo, las compañías discográficas se han abierto a las producciones nacionales, aunque no incondicionalmente. El consumo de la radio va más allá del simple acto de escuchar, hay una apropiación más íntima precisamente por el carácter invisible del medio, que lo transforma lo mismo en un copiloto cuando los ciudadanos se quedan atrapados en el pesado tránsito vehicular; que en una compañía antes de dormir o durante las horas de estudio previas a la presentación de un examen. No obstante, aquello que dota de una personalidad a una radiodifusora es su identidad cultural, la cual se refleja sobre todo (pero no exclusivamente) en el tipo de música que toca.

Como podemos observar, cuanto más nos acercamos al objeto de estudio, más se diversifican los campos semánticos desde los cuales se puede abordar éste. Y es que al rock se le puede estudiar desde los medios (como se pretende en este trabajo), desde el proceso de producción-distribución-consumo, desde sus públicos, desde las tribus que edifican constructos totémicos alrededor de él y, por supuesto, desde la juventud.

Capítulo 2. Aspectos generales de la historia de la radio en México

2.1 Breviario de la radio mexicana

La radio mexicana nació al amparo de una sociedad conservadora acostumbrada a obedecer sin chistar a una burguesía dominante y cerrada, tradicionalmente católica y llena de prejuicios. No entenderíamos porque imperan las visiones limitadas, tanto en las disqueras como en los medios de difusión masiva, sin antes acudir a la historia. Por tal motivo es necesario adentrarse en las calígenes y recovecos del pasado para contextualizar el presente de la radio rockera y su papel como canal comunicacional entre las distintas identidades culturales urbanas. Este breviario no profundizará en los procesos regionales, pero servirá para dibujar un boceto general del nacimiento de la radio en nuestro país.

La información sobre la primera estación radiodifusora en México se diluye en un mar de incertidumbres ya que las primeras emisoras que existieron eran experimentales. A decir de Fátima Fernández Christlieb, la radio en México hace su aparición cuando Obregón y Calles están entregándose a la tarea de volver a centralizar el poder en México, ya que los caudillos del movimiento armado de la segunda década del siglo XX lo habían fraccionado¹⁵⁷. Son muy pocas las estaciones radiofónicas fundadas en los años veinte que tuvieran larga vida (fue una década de radioaficionados, señala Fernández Christlieb). Aunque en un principio los radioaficionados constituyen la llamada Liga Nacional de Radio que es el antecedente directo del *Club Central de Radiotelefonía* (que diez días después se convertiría en la *Liga Central Mexicana de Radio*, y en 1923 daría origen al *Centro de Ingenieros*, mismo que a su vez fue el cimiento histórico de la actual *Cámara*

¹⁵⁷ Cfr. Fernández Christlieb, Fátima, La radio mexicana centro y regiones, Juan Pablos Editor, México, 1991, p. 34.

Nacional de Radio y Televisión), es en los inicios del gobierno de Álvaro Obregón cuando tienen lugar las primeras transmisiones hechas por técnicos mexicanos¹⁵⁸.

Una versión afirma que la primera estación radiofónica tuvo lugar en la ciudad de México el 27 de septiembre de 1921 a cargo de Enrique Gómez Fernández. Sin embargo, Nuevo León tiene el mérito de haber fundado cuatro de las estaciones pioneras de la radiodifusión mexicana en Santa Lucía (actualmente Monterrey)¹⁵⁹. Apartándose de esta polémica, se puede afirmar con certeza que fue en 1921 cuando inició la carrera por la radiodifusión en México, coincidiendo con todas las naciones del mundo.

Fue en este mismo año cuando el doctor Adolfo E. Gómez Fernández y el ingeniero Constantino de Tárnava incursionaron en la radiofonía, cuyas posibilidades de explotación atrajo a grupos económicos relevantes. De hecho, para la especialista Alma Rosa Alva de la Selva, la radio surge en México a la sombra de los intereses económicos de la burguesía porfirista (las familias Milmo y de Tárnava) y de otros grupos emergentes (como los Azcárraga, quienes al más puro estilo de las antiguas monarquías se fusionan con los Milmo), quienes comenzaron a asociarse con corporaciones transnacionales para impulsar la instauración de la radio de mercado en nuestro país (práctica que en la actualidad se ha hecho tradicional dentro de estos mismos grupos)¹⁶⁰.

¹⁵⁸ Cfr. Figueroa, Romeo, *¡Qué onda con la radio!*, Alhambra, 2da reimpresión, México, 1990, pp. 40-41.

¹⁵⁹ *Idem*.

¹⁶⁰ Vid. Alva de la Selva, Alma Rosa, *Del corazón del cuadrante nacional: la radio comercial de la ciudad de México*, en Rebeil Corella María Antonieta, Alva de la Rosa Alma Rosa, Ignacio Rodríguez Zárate, *Perfiles del Cuadrante*, Editorial Trillas, México, 1989, pp. 35-36.

Sin embargo, algunas indagaciones que se hicieron en años posteriores concluyeron que los hermanos Gómez Fernández se habían adelantado 13 días a De Tárnava cuando el 27 de septiembre de 1921 comenzaron a transmitir un programa musical que continuó radiándose los sábados y domingos durante una hora hasta enero de 1922¹⁶¹.

Retomando a Cristina Romo, 1923 es el año en que se da el banderazo de salida en la carrera de la radiodifusión mexicana. En febrero salió al aire la emisora experimental 1-J y el 19 de marzo la JH, misma que fue construida por José de Herrán y fue adquirida por la Secretaría de Guerra y Marina y se considera la primera emisora formal y oficial del país. No obstante, dijo adiós a sus radioescuchas nueve meses después. Este año, la radio da mucho de que hablar y mucho más que oír. El 8 de mayo de 1923 emerge la emisora CYL en asociación con el periódico *El Universal* y la CYB¹⁶² –propiedad de la cigarrera El Buen Tono– por iniciativa de Raúl Azcárraga Vidaurreta: un hombre de negocios que se había dedicado a la venta y reparación de automóviles y propietario de la *Casa del Radio*¹⁶³. De hecho en junio de 1923, la *Liga Central Mexicana de Radio* organiza la Feria del Radio, en donde se exponen equipos de transmisión, aparatos receptores, se venden refrescos marca *Radio* y se regalan cajetillas de cigarros con ese nombre para publicitar la emisora CYB¹⁶⁴.

El 6 de mayo de 1926, el *Diario Oficial de la Federación* publicó la Ley de Comunicaciones Eléctricas expedida por el presidente Calles, en

¹⁶¹ Cfr., Gálvez, Felipe, Los Felices del Alba (la primera década de la radiodifusión mexicana), pp. 110 y 111.

¹⁶² Años más tarde, la CYB cambiaría de siglas y sería conocida como XEB “La B grande de México”, actualmente operada por el Instituto Mexicano de la Radio y considerada la estación más antigua del país.

¹⁶³ *Idem*.

¹⁶⁴ Vid., Romo, Cristina, Ondas, canales y mensajes un perfil de la radio en México, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Jalisco México, 1991, p. 17.

la cual se asentó que el espacio aéreo del país quedaba de manera indiscutible, bajo el dominio directo de la nación. En ese momento operaban ya en el país 16 emisoras¹⁶⁵.

No obstante, la fecha en que se catapulta la radio comercial en México es el 19 de septiembre de 1930, cuando se funda la XEW. Su propietario Emilio Azcárraga Vidaurreta (hermano de Raúl) era un personaje muy activo que contribuyó a la concentración de la radio mexicana en pocas manos. Su influencia abarcó la creación de la *Cámara Nacional de la Radio* en 1941 y la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión (favorable sólo para unos cuantos concesionarios) y el establecimiento de la televisión¹⁶⁶. El lanzamiento de su estación radiodifusora coincidió con la fundación de otras emisoras ubicadas a lo largo del territorio nacional, como fueron: la XET en Monterrey, N. L.; la XEU en Veracruz; la XEFC en Mérida, Yucatán; la XEJ en Ciudad Juárez, Chihuahua; y la XES en Tampico, Tamaulipas, principalmente.

La XEW dio origen a las grandes estrellas de la llamada época de oro de la radio mexicana: Francisco Gabilondo Soler (quien décadas más tarde regañara al rockero e integrante de *La Botellita de Jerez* Armando Vega Gil, por llamarlo Don Gabilondo), Agustín Lara, Toña La Negra, Emilio Tuero, Chucho Martínez Gil, Pedro Vargas, Pedro de Lille, etc. En cuanto a la estrategia publicitaria, Azcárraga –quien también era gerente general de México Music Co., filial de *Radio Corporation of America* (RCA)¹⁶⁷– imprimió un sello muy particular a la W, cuidó las formas del lenguaje y reafirmó el respeto a la mujer con canciones

¹⁶⁵ Vid., Romo, Cristina, *Op. Cit.*, p. 18.

¹⁶⁶ *Ibid.*, p. 19.

¹⁶⁷ Este dato tan simple evidencia el nacimiento de un monopolio que hasta la fecha, sigue exigiendo privilegios al gobierno en turno, oponiéndose a una transformación radical de la actual Ley Federal de Radio y Televisión y solapando prácticas abyectas como la *payola*.

tradicionales como *Usted de Los Tres Diamantes*¹⁶⁸, convirtiéndose de esta forma en una estación vocera de las culturas parentales¹⁶⁹, plagadas de tabúes y de clichés propios de las clases dominantes que antes de la revolución había acumulado riqueza, poder e influencia.

El 12 de diciembre de 1930, Fernando Pazos Sosa obtiene una segunda concesión para reinaugurar la XEU, la cual había instalado en Veracruz en 1929. Con la colaboración del publicista Darío Muñoz Fuentes, David Guardiola Castro y el ingeniero Juan José González. David Muñoz vendió el primer anuncio para la XEU a la librería y papelería *La Escolar*. Francisco Girón Mirón ocupó la gerencia años más tarde.

Fue durante el Maximato y el Cardenismo cuando se construyeron los cimientos de la radiodifusión nacional; ambos periodos históricos caracterizados por una marcada concentración de poder en la capital de la República, la cual se convierte en un punto de referencia para todo aquel concesionario que pretende crecer, incluso para quienes son originarios de otros centros de concentración urbanos como Guadalajara y Monterrey¹⁷⁰. Cabría hacer un paréntesis en este punto para señalar que este esquema del centro, como el punto de concentración y confluencia de las industrias culturales; y las regiones, como la periferia receptiva, más no participativa de las producciones culturales del centro, sigue permeando en la radio comercial y en su momento, generó incomodidad entre los radiodifusores de los estados:

“A pesar de la oposición y los reclamos de los radiodifusores de los estados, se crean nuevas formas para controlar prácticamente toda la radio de México desde el centro y por muy pocas personas,

¹⁶⁸ Vid., Figueroa, Romeo, *Op. Cit.*, p. 43.

¹⁶⁹ Cfr. Apartados 1.1.2 Cultura y cultura juvenil y 1.1.3 Cultura popular, cultura urbana y cultura de masas de la presente tesis.

¹⁷⁰ Vid., Fernández, Christlieb, *Op. Cit.*, p. 36.

cuando se instalan una serie de emisoras repetidoras de la XEW en diversas ciudades del país y, en 1941, por la creación de *Radio Programas de México* (RPM), una cadena que agrupaba a una buena cantidad de estaciones que de esta manera veían asegurada la posibilidad de conseguir repuestos -escasos debido a la guerra-, programas elaborados en el centro con la participación de artistas famosos y publicidad nacional. RPM era propiedad, también, de Emilio Azcárraga V., asociado con Clemente Serna Martínez”.¹⁷¹

En la actualidad, este modelo ha dificultado que se conozcan las propuestas musicales surgidas de las regiones. Afortunadamente, gracias a las nuevas tecnologías de la información es posible atisbar parte de las producciones culturales que se realizan en el nivel regional. A pesar de ello, no es posible cambiar de la noche a la mañana a una industria que desde su nacimiento se ha concentrado en los centros urbanos, pero volvamos a la historia.

Según Cristina Romo, en esta primera etapa de la radio la prioridad era establecer el medio, difundirlo y responder al interés despertado por el nuevo invento, comenzando a emitir programas interesantes que hicieran al público comprar aparatos receptores y abrir canales a las expresiones musicales, literarias, políticas e información general¹⁷².

Continuando con este repaso de la historia de la radio mexicana, durante la década de los treinta, Azcárraga entabla relación con dos cadenas radiofónicas norteamericanas la NBC y la CBS, a las cuales afilia a la XEW y a la XEQ, colocando a estas emisoras mexicanas como cabezas a su vez de dos cadenas nacionales distintas. Este operativo tenía que realizarse, necesariamente desde la capital de la República.

¹⁷¹ Romo, Cristina, *Op. Cit.*, p. 20

¹⁷² Cfr., *Ibid.*, p. 15.

A principios de la década siguiente, en 1941, funda *Radio Programas de México*, cadena que para 1945, se había adueñado de 38 estaciones latinoamericanas afiliadas en once países distintos. La expansión fuera de las fronteras era prácticamente impensable sin ubicación en el centro económico del país¹⁷³.

El juguete nuevo de los empresarios (y que posteriormente diversificaría sus aplicaciones) también entusiasmó a algunos políticos, y el 1 de enero de 1931, el *Partido Nacional Revolucionario* (abuelo del *Partido Revolucionario Institucional*) lanza al aire la XEFO para difundir su doctrina, la información diaria de su gestión y la de los gobernantes. La emisora ofrecía un *combo* de propaganda política anuncios comerciales y estructuraba su emisión con programas espectaculares de música, radionovelas y reportajes, con lo cual ganaba mucho auditorio. La campaña de Lázaro Cárdenas fue cubierta por la XEFO. En 1946, (cuando el PNR ya se había transformado en el jurásico PRI), la XEFO pasó a manos del radiodifusor privado Francisco Aguirre, para desaparecer al poco tiempo¹⁷⁴.

Pero antes de entrar a la década de los cuarenta, la radio mexicana tiene otras efemérides en su haber: en 1932 se promulgó la Ley de Vías Generales de Comunicación; El 30 de diciembre de 1936 se expidió el reglamento para Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Científicas, Culturales y de Aficionados. En ese mismo mes se creó por decreto presidencial el Departamento de Prensa y Publicidad y el 25 de julio de 1937 se inicia *La Hora Nacional*¹⁷⁵. El Estado mexicano intentó así entrar a la carrera radiofónica con una desventaja garrafal en contraste con la radio comercial, cuya fuerza era incontenible y se encontraba ya cohesionada en la *Asociación Mexicana de Radiodifusoras Comerciales*

¹⁷³ Cfr., Fernández, Christlieb, *Op. Cit.*, p. 37.

¹⁷⁴ Vid., Romo, Cristina, *Op. Cit.*, p. 15.

¹⁷⁵ Programa producido por el gobierno federal, que se transmite desde entonces todos los domingos a las 22 horas en todas las estaciones radiofónicas del cuadrante.

(AMERC), que años más tarde daría pie a la creación de la *Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión* (CIRT)¹⁷⁶. La etapa experimental había quedado atrás. Para el 6 de enero de 1932 –como si fuese un regalo de Día de Reyes- se inauguró la XEFW, *Radio Estrella* de Tampico (durante el periodo de gobierno de Pascual Ortiz Rubio, quien era conocido por el imaginario popular como *El Nopalito*) había ya veinte emisoras de AM en toda la nación, siete de las cuales se encontraban en el Distrito Federal. En 1933, Jesús D. González establece su primera estación en la ciudad de Monterrey, la cual se transformó tiempo después en *Organización Estrellas de Oro*. El mismo organismo crearía el *Grupo Pipas*, productora de *jingles*, paquetes de identificación, estudios, copias y publicidad exterior¹⁷⁷.

Obviamente, esto no es todo lo que pasó durante esta primera etapa. Sin embargo, nuestra intención es sólo esbozar un contexto histórico de los inicios de la radio en nuestro país -cuya historia se contará en otra ocasión, diría Michael Ende-. Lo que no podemos dejar de subrayar es el hecho de que fueron las culturas dominantes las que ganaron terreno y se posicionaron antes que nadie en la radio comercial, la cual cumplía (y sigue cumpliendo) una función mediatizadora¹⁷⁸ frente a la sociedad. El lector deberá recordar esto por lo menos cada ocho cuartillas, pues de aquí en adelante le servirá de referencia conforme se develen las otras partes de esta introspección histórica.

¹⁷⁶ Vid., Romo, Cristina, *Op. Cit.*, pp. 20-22.

¹⁷⁷ Vid., Figueroa, Romeo, *Op. Cit.*, p. 45.

¹⁷⁸ Mediatizar.(De mediato e -izar).1. tr. Intervenir dificultando o impidiendo la libertad de acción de una persona o institución en el ejercicio de sus actividades o funciones.2. tr. Privar al Gobierno de un Estado de la autoridad suprema, que pasa a otro Estado, pero conservando aquel la soberanía nominal. En este caso, cuando hablamos de una función mediatizadora nos referimos al hecho de que los medios impongan su criterio a la opinión pública, negándole la libertad de razonar o de accionar. Hoy en día esta mediatización es tan abyecta, que llega al extremo de intentar sustituir a las instituciones del Estado mexicano (lo que algunos autores, llaman mediocracia). Vid., *Diccionario de la Real Academia Española*, Edición Digital, España, 2006.

2.2 La consolidación de las familias que administran el monopolio de la radio mexicana

Los años felices de la radio mexicana terminaron cuando la tecnología dio a luz otro hijo: la televisión. Por supuesto, ello no quiere decir que los jerarcas de la radio comercial hayan quitado el dedo del renglón en cuanto a la explotación de las posibilidades comerciales del medio, sino que simplemente se diversificaron; aún cuando hayan concentrado sus baterías en la novedad tecnológica:

“A la llegada de la televisión, la radio mexicana tuvo que enfrentar una etapa de crisis que sólo fue superada con el establecimiento de perfiles programáticos para cada emisora. Los modernos recursos de la mercadotecnia propiciaron la segmentación de la programación en tanto que, en el plano horizontal, la tendencia a la conformación de cadenas y grupos de radiodifusores permitieron una mayor cobertura y penetración a públicos más amplios. Al mismo tiempo, esto dio lugar a operar a más bajo costo y a multiplicar los servicios compartidos entre los integrantes de los grupos”.¹⁷⁹

Lo anterior (como veremos a continuación), propició que se empezaran a mover las piezas del ajedrez mediático entre los concesionarios para repartirse las dádivas recién adquiridas y ya organizadas y centralizadas, para sorpresa de las estaciones regionales. Por otra parte, en la recta final de 1946, Federico Obregón Cruces había solicitado ante el secretario de comunicaciones y obras públicas Francisco J. Ramírez la primera licencia para establecer una estación de frecuencia modulada en México en el 94.1 megahertz (obtenida finalmente el 28 de diciembre de 1948). Se trataba de la XHFM, *Radio Joya*¹⁸⁰. Un nombre que también es menester mencionar es el de Félix Malpica Valverde, antiguo conductor de *Panorama Social*, quien gestionó años más tarde

¹⁷⁹ Figueroa Romeo, *Op. Cit.*, pp. 48-49.

¹⁸⁰ Vid., *Ibid.*, p. 51.

ante el presidente Adolfo Ruiz Cortines para obtener la primera concesión de FM en el puerto de Veracruz: la XHPB-FM (*PB-Estéreo*, posteriormente *Estereomar* y luego *Mar FM*)¹⁸¹.

Rebasa las expectativas y los alcances de este trabajo el intentar describir todo lo que pasó alrededor de la radio mexicana (y particularmente de la radio que se concentró en la capital del país) en estos años previos al alumbramiento del *rock and roll*. No obstante, es necesario identificar al menos a los grupos radiales más influyentes, muchos de los cuales conservan intactos hoy en día sus cotos de poder (ya sea a través de alianzas estratégicas o de cabildeos). Advertimos que en este punto el hilo cronológico se romperá, así que para realizar este recuento, abramos un paréntesis.

2.2.1 RASA

Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA) de José y Francisco Laris Iturbide emite sus primeras ondas hertzianas en el mes de noviembre de 1941 cuando se inaugura en la ciudad de Morelia, Michoacán, la XELQ. Tras obtener otras dos concesiones (también en Michoacán) en 1956 fundan RASA en la ciudad de México¹⁸². Casi una década después, RASA se consolida a través de transmisiones simultáneas por medio de líneas telefónicas para transmitir eventos deportivos, informativos y radionovelas. Dos años que son trascendentales en la biografía de este grupo son: 1973 –cuando la Secretaría de Comunicaciones y Transportes puso su red de microondas al servicio de los sistemas de comunicación, siendo RASA una de las principales beneficiarias– y 1987 –cuando Radiodifusoras Asociadas sustituye el obsoleto sistema de microondas

¹⁸¹ *Idem.*

¹⁸² Vid., Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Una historia que suena*, ARVM, México, 2002, p. 213.

por una red satelital para dirigir parte de su programación a una región en particular—.

2.2.2 Núcleo Radio Mil

Este grupo tuvo especial interés en la introducción del *rock and roll* durante la época de la fiebre por esta música en México. De hecho, fue en el *Núcleo Radio Mil* donde anidaron algunas estaciones de radio rockeras que generaron una identidad *ad hoc* al consumo cultural juvenil, tales como *La Pantera*, *Rock 101* y *Espacio 59*.

Hurgando en el pasado, encontramos que durante los primeros meses de 1937 surge la XEBS, ubicada en los 1430 khz de amplitud modulada¹⁸³. Parafraseando a Gabriel Sosa Plata, María Remedios Delgado fue su primera concesionaria, con el apoyo económico de Octavio Calleja. Siendo este último de nacionalidad española, la programación de dicha emisora se nutría principalmente con discos de intérpretes, orquestas y grupos ibéricos¹⁸⁴. En 1940, la XEBS, siguiendo la tradición de las estaciones comerciales de la época, se transformó en el vocero del chocolate *Larín* (no confundir con los chocolates *Turín*, '*ricos de principio a fin*') y en 1942, la emisora se afilió a la *Cadena Radio Continental* (CRC), misma que fue fundada en diciembre del mismo año con 10 estaciones en la capital del país¹⁸⁵.

La CRC (cuya paternidad se atribuye al ingeniero Juan Antonio Egurrola, Gabriel Fernández Sáyago y Antonio Fernández) tenía el objetivo de entrar a la carrera comercial que se gestaba en la radio capitalina con la misma fórmula de RASA: encadenar a las radiodifusoras con líneas telefónicas para la presentación de programas

¹⁸³ Vid., Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, *Op. Cit.*, p. 3.

¹⁸⁴ *Ídem*.

¹⁸⁵ *Ibid.*, pp. 5-6.

de impacto¹⁸⁶. En ese entonces, José Iturbe fundó, también en la ciudad de México, la XEOY *Radio Mil*, la cual entabló una competencia directa con la XEW. Ese mismo año fue vendida y convertida en un periódico hablado (¿suena familiar?) con 18 horas de programación noticiosa, pero no tuvo mucho éxito¹⁸⁷. Tras varios años plagados de altibajos –entre la abundancia y la inestabilidad financiera– *Organización Radio Mil*, se logró consolidar como una de las principales cadenas de radio en México¹⁸⁸.

Entre los meses de diciembre y enero de 1959, la empresa *Compañía Mexicana de Radiodifusión, S.A.*, concesionaria de la XEPH *Radio 590* vende su estación –junto con la XEMX *Radio Femenina*, a E. Guillermo Salas Peyró. *Radio 590* se llegó a convertir en una estación para jóvenes estudiantes y durante los años sesenta tuvo una participación importante en la introducción del *rock and roll* en México, basándose en el esquema del *Hit Parade* estadounidense.

Entre 1959 y 1963, *Radio 590* (que entonces sólo era el germen de lo que después se conocería como *La Pantera de la Juventud*) transmitió los éxitos de los grupos y solistas más destacados del rock mexicano, tales como: *Los Locos del Ritmo*, *Los Rebeldes del Rock*, *Los Hermanos Carrión*, *Los Teen Tops*, *Los Camisas Negras*, etc. Asimismo, se dio a la tarea de difundir los materiales más recientes del rock en inglés en boga, como *The Beatles*, *The Rolling Stones*, *The Who*, entre otros¹⁸⁹.

¹⁸⁶ *Idem*.

¹⁸⁷ Actualmente, en este año 2007, es probable que la XEOV se perfilaría como una de las tantas estaciones de radio habladas de la Frecuencia Modulada que el público no pidió que existieran.

¹⁸⁸ Vid., Figueroa, Romeo, *Op. Cit.*, p. 47.

¹⁸⁹ Vid., Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, *Op. Cit.*, pp. 131-133.

2.2.3 Grupo Radio Centro

En 1952 Francisco Aguirre Jiménez fundó *Organización Radio Centro* (ORC) con dos estaciones: *Radio Centro* (XEQR 1030AM) y *Radio Éxitos* (XERC 790 AM). Ésta última difundió *rock and roll* hasta el *Elvisgate*, generado por la difusión de una falsa declaración racista del ídolo.

En noviembre de 1958 se incorpora a ORC *Radio Variedades* (XEJP, 1150 khz AM); en octubre de 1960, *Radio LZ* (XELZ, 1440 khz AM); y en mayo de 1962, *Radio AI* (XEAI, 1320 khz AM)¹⁹⁰. En 1965, GRC crea la *Organización Impulsora de Radio* (OIR), división encargada de la representación comercial de estaciones afiliadas al interior del país; en 1973, este grupo radiofónico (sin duda uno de los más poderosos y vigentes) introdujo tres estaciones a la Frecuencia Modulada: *Radio Joya* (XEJP-FM 93.7 mhz)¹⁹¹, *Radio Hits* (XERC-FM 97.7 mhz) –cuya anécdota más famosa fue su presunta desaparición después de haber transmitido el Himno Nacional cantado por Alejandro Lora, vocalista del TRI, antes *Three Souls in my Mind* durante la entrega de la Medalla Phonos el 8 de agosto de 1988–; y *Radio Universal* (XEQR-FM 107.3 mhz).

Ésta última forma parte de las estaciones de rock ‘históricas’, recordada con frecuencia por los que en la década de los setenta fueron jóvenes. Aún pueden escucharse dentro de su programación canciones de *Rolling Stones*, *The Doors* y *The Who* alternando con *Donna Summer*, *Michael Jackson* y *Madonna*. También se asocia con el programa ‘de culto’ *El Club de los Beatles*, que durante décadas fue la piedra de toque de *beatlemaníacos* de distintas generaciones. En julio de 1993, *Grupo Radio Centro* (GRC) se incorporó al listado del *New York Stock Exchange* (NYSE) y a la *Bolsa Mexicana de Valores* (BMV) para

¹⁹⁰ Vid., Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Una historia que suena*, ARVM, México, 2002, pp. 93-100.

¹⁹¹ Estación de música romántica insufrible, propia de los consultorios dentistas, las estéticas y los microbuses que pasan por Polanco.

poder cotizar en los mercados a nivel nacional e internacional. Mucho podría decirse de la infraestructura actual del grupo, pero queremos evitar detenernos demasiado en este punto. A *grosso modo* podemos afirmar que su servicio informativo tiene una amplia cobertura y hasta el año 2000 contaba con 53 unidades móviles, 3 helicópteros, 22 motocicletas, 27 automóviles, un estudio móvil, además de equipo de comunicación¹⁹².

2.2.4 Grupo ACIR

La *Asociación de Concesionarios Independientes de Radio* (ACIR) de Francisco Ibarra López empezó a funcionar el 8 de junio de 1965 con cuatro radiodifusoras: *Radio Alegría* (XEDQ) en San Andrés Tuxtla, Veracruz; la XEMO, de Coatzacoalcos; la XEMM, de Morelia y la tapatía XEMIA¹⁹³. En la capital metropolitana se dio a conocer con tres emisoras: *Radio Capital* (XEL), *Radio Felicidad* (XEFR) y *Radio Voz* (XEVOZ).

Conforme los calendarios se deshojaban, *Grupo ACIR* parecía crecer exponencialmente, a tal grado, que para el año del terremoto (1985) manejaba 126 emisoras distribuidas en todo el territorio nacional¹⁹⁴. Asimismo, para 1989, por medio de la filial ACIR SAT (encargada de las transmisiones satelitales del grupo), la cobertura de ACIR se extendía a 34 ciudades de México con 33 estaciones de radio. Durante la segunda mitad de la década de los noventa, antes del *boom* de la radio hablada, *Grupo ACIR* contaba con al menos dos estaciones que incluían rock en inglés (*Mix FM* XHDFM-FM 106.5 mhz y *Azul 89* XHM-FM 88.9 mhz) en su programación y una estación especializada en rock en español y en inglés (*Óxido 1180AM* XEFR 1180mhz).

¹⁹² Vid., Asociación de Radiodifusores del Valle de México, *Op. Cit.*, p. 99.

¹⁹³ *Ibid.*, p. 55.

¹⁹⁴ *Idem.*

2.2.5 Radiorama

Quizá lo relevante de la historia de este grupo no sean las fechas de transmisión ni las emisoras que posee, sino el propósito para el que fue creado. La catedrática Fátima Fernández Christlieb define claramente la razón de ser de este grupo (al menos desde 1972 hasta la década de los ochenta):

“De no ser por un cuantioso capital y una gran capacidad de maniobra política que mostró tener mientras despegaba en los años setenta, esta empresa hubiera terminado siendo una más de esa enorme lista de intentos por hacer dinero fácil, representando a concesionarios de plazas radiofónicas intermedias. La historia de la radio mexicana está constantemente permeada por empresas fundadas en el D.F., para manejar la publicidad nacional de estaciones que por sí mismas no podrían entrar en contacto con los grandes anunciantes. Esta historia muestra que *si detrás de estos grupos no hay concesiones propias y no hay habilidad para hacer gestiones ante el ejecutivo federal y estatal, los grupos desaparecen.*

Radiorama tiene un segundo objetivo que le ha permitido mantenerse con fuerza durante dos décadas en la radio comercial mexicana: organizar las concesiones de un nuevo tipo de emisor: la clase política en receso o en funciones”.¹⁹⁵

Además de las familias antes mencionadas, existen otros grupos importantes como son: *CIMA-SOMER* (Radiocima S.A.- Sociedad Mexicana de Radio S.A.); *Radio S.A.*; *Promosat* (Promosat de México S.A.); *Firmesa* (Funcionamiento Integro de Radiodifusoras Mexicanas Enlazadas, S.A.); *FMM* (*Fórmula Melódica Mexicana S.A.*, filial de *MVS Radio*); *CMR* (*Corporación Mexicana de Radiodifusión*); *MEO* (*Multimedios Estrellas de Oro*); *Pradsa* (*Profesionales en Radiodifusión*); *Megaradio*; *ORF* (*Organización Radio Fórmula*); *Recisa*

¹⁹⁵ Fernández Christlieb Fátima, *Op. Cit.*, p. 147. Las cursivas son nuestras.

(*Representaciones Comerciales Integrales S.A.*); RCN (*Radio Cadena Nacional*); Difusa (*Difusoras Unidas Independientes S.A.*) y *Sistema Radiópolis*¹⁹⁶ (División Radio del *Grupo Televisa*).

Como podemos observar, la mayor parte de la radio privada (si no es que toda) forma parte de un entramado de relaciones de poder entre familias de empresarios (y uno que otro político listillo) con intereses bien delineados. Herederos de una cultura hegemónica basada en el dominio económico y el control dictatorial, una doble moral sustentada en un catolicismo ramplón de la época de la conquista española, este empresariado que pacta prebendas y privilegios con el gobierno en turno y que hoy se jacta de haber impulsado una (relativa) apertura en los medios de comunicación, ha impuesto sus criterios culturales a la sociedad mexicana, con la que se supone se siente identificado y comprometido. Asimismo, perpetúa las relaciones productivas y genera una cultura desechable, aséptica y basada en el consumo¹⁹⁷. Pues bien, estos prósperos hombres de negocios, también se encargaron de vetar al rock mexicano de la radio durante más de tres lustros. De esto y más hablaremos en el Capítulo 4. Por lo pronto, avancemos hacia el siguiente inciso de este apartado: el surgimiento de la radio cultural en México.

¹⁹⁶A principios del año 2002 Televisa Radio firmó un convenio de participación accionaria con Grupo Prisa, que es la empresa de Multimedios más importante de España.

¹⁹⁷ Cfr., apartado 1.1.3 Cultura popular, cultura urbana y cultura de masas de la presente tesis.

Capítulo 3. La radio cultural y educativa: breve repaso

3.1 La radio cultural se cuece aparte

Regresemos un poco la cinta magnética de este recuento histórico hasta 1924. El ambiente político en el país aún era turbulento y la recién nacida Secretaría de Educación Pública (SEP) apenas estaba concretando un proyecto que se había quedado en el tintero dos años atrás: la creación de su propia estación de radio. El 15 de julio de ese año fue cuando se autorizó el permiso para operar la radiodifusora. El director de Enseñanza Técnica de la SEP, Juan Mancera, fue quien se encargó de buscar y comprar el transmisor¹⁹⁸. La instalación fue hecha por los ingenieros Francisco Javier Stávoli y Fernando León Grajales¹⁹⁹.

Las siglas de la neonata fueron CYE (aunque días más tarde cambiaron a CZE) y su frecuencia los 560 khz con 500 watts de potencia. Su objetivo: coadyuvar en la labor educativa e instructora de la SEP. Para ello contó en un principio con la colaboración de otras dependencias como las secretarías de Agricultura y Fomento, Ganadería y Salubridad Pública. Así también, recibió la ayuda de la Escuela Nacional de Bellas Artes, Antropología, La Escuela Nacional de Maestros, el Conservatorio Libre y la Academia de Piano Chopin, por mencionar sólo algunas. Asimismo, desfilaron por sus micrófonos Rafael Pérez Taylor, Manuel Velásquez, José Reynagas, Ignacio Marquina, Carlos Noriega, Roque J. Ceballos, Eduardo Noruega, Jorge Enciso, Antonio Cortés, Alfonso Toro, Federico Gómez de Orozco, Lucio Mendieta y Núñez, Roberto Álvarez Espinosa, Enrique Díaz Lozano, Pablo González Casanova, Alberto Amaya, Rafael Galindo Jr., Carlos del

¹⁹⁸ Vid., Radio Educación, Una historia hecha de sonidos, Radio Educación: la innovación en el cuadrante, Secretaría de Educación Pública, México, 2004, p. 37.

¹⁹⁹ *Idem*.

Castillo, Guadalupe Cobián, Raquel Rojas, Elvira Vda. De Cardozo, Paul Siliceo Paner, Manuel M. Ponce, Miguel C. de Mendizábal, etcétera²⁰⁰.

Quizás el entusiasmo despertado entre intelectuales y artistas por el llamado medio invisible, pueda ilustrarse con el siguiente fragmento de un ensayo de Salvador Novo:

“El radio merece observaciones especiales. Es el sueño hecho realidad de videntes y soñadores, de todos los que desesperaron de no poder hablar con sus ausentes. De hoy en adelante -¡oh Verne, oh Daniel de Foe, oh H. G. Wells, visionarios únicos!- los náufragos no estarán solos si pueden levantar una antena y colocarse unos audífonos. Se podrá dictar cartas a las taquígrafas, sin su proximidad y sin darles tiempo ni ocasión para que contesten. Hay que aceptar la muerte de las bibliotecas como fuente de conocimientos. Hoy corresponde al radio impartirlos por las dos orejas, simultáneamente, para que no entren sólo por una y tengan *mutis* por la restante”.²⁰¹

El establecimiento de la CYE fue un primer esfuerzo por sentar las bases de una radio no comercial al servicio de la sociedad y subsidiada por el Estado. Sin embargo, dado que aún estaba ‘caliente’ el ambiente político, sus contenidos se inclinaron cada vez más hacia este tópico, a tal grado, que la ceremonia de fundación del *Partido Nacional Revolucionario* (PNR) fue transmitida por la frecuencia de la SEP. Por otro lado, el 9 de agosto de 1928, por disposición de la *Dirección General de Telégrafos* y con base en acuerdos internacionales suscritos por México para el uso de indicativos de servicios de telecomunicaciones, fueron cambiadas las siglas CZE por las de XFX, y la frecuencia se trasladó a los 910 khz²⁰².

²⁰⁰ Vid., Radio Educación, *Op. Cit.*, pp. 44-45.

²⁰¹ Novo Salvador, *Radio-conferencia sobre el radio*, en *Los Universitarios*, Número 78, México, diciembre de 1995, p. 9.

²⁰² Vid., Radio Educación, *Op. Cit.*, p. 51.

Durante la siguiente década, la XFX recibió diversas críticas por parte de intelectuales como Salvador Novo²⁰³, José Gorostiza y Xavier Villarrutia, quienes no veían ninguna efectividad educativa y cultural en la emisora. No obstante, la radio cultural siguió creciendo y en abril de 1932, la XFA -cuyo director era Alfonso Sordo Noriega- sale al aire como un elemento de refuerzo y dirigida sobre todo a la población extranjera²⁰⁴. Asimismo, atendiendo a las inquietudes antes mencionadas, el 16 de febrero de 1933, María Luisa Ross deja la jefatura de la *Oficina Cultural Radiofónica* de la SEP para cederle el paso a el ex director de educación del gobierno de Jalisco Agustín Yañez. Con el literato al frente de la XFX se inicia un nuevo ciclo lleno de propuestas innovadoras, tales como: ampliación de la potencia para apoyar las labores de la educación rural, un periódico radiofónico de educación, promoción del libro y la lectura, un programa infantil y otro dedicado a la educación de las madres²⁰⁵.

Una de las primeras críticas hacia la radio comercial, fue hecha por el estridentista Germán List Arzubide al redactar una serie de sugerencias a la estación de la SEP. List afirmaba que los mensajes de las radiodifusoras privadas estaban cargados de “sensacionalismo del crimen” y sugería la realización de una “campaña de saneamiento” que renovara la atmósfera de banalidad, mal gusto y deshonestidad imperante en éstas²⁰⁶.

Después de haber sido un laboratorio de experimentación e innovación sonora (un ejemplo sencillo: fue ahí donde se radiaron los primeros radioteatros), y con la llegada de Lázaro Cárdenas al poder el 1 de diciembre de 1934, la XFX tuvo dos cambios importantes: sale

²⁰³ Sí, efectivamente, el mismo personaje que pronosticó la muerte de las bibliotecas dos párrafos más arriba.

²⁰⁴ Vid., Radio Educación, *Op. Cit.*, p. 59.

²⁰⁵ *Ibid.*, pp. 61-62.

²⁰⁶ *Ibid.*, p. 63.

Agustín Yañez y entra Antolín Piña Soria (quien en 1936 es sustituido por Genaro Ángeles) y sus siglas cambian a XEXM, y en 1937 a XEDP. Asimismo, se integró al Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP)²⁰⁷.

El DAPP se encargó de las operaciones de la XEDP (Amplitud Modulada) y la XEXA en onda corta. En 1939 el DAPP se metamorfoseó en *Radio Gobernación* para beneplácito de la enseñanza básica²⁰⁸. Durante la siguiente década, la radio cultural estaría a expensas del flujo de los acontecimientos políticos e históricos, como la Segunda Guerra Mundial, época en la que la *Sección Radio* de la Secretaría de Educación Pública redujo significativamente su producción de programas educativos, sustituyéndolos por transmisiones especiales para las unidades del ejército de reserva.

Tras varios sexenios de incertidumbre -y para no hacer el cuento tan largo-, en septiembre de 1967 la *Unidad de Grabación* de la SEP deja de ser tal para abrir paso a la XEEP *Radio Educación* con 1000 watts de potencia²⁰⁹. No obstante, el debut de la estación se pospuso un año debido a fallas técnicas, por lo que reaparece el 23 de noviembre de 1968 en la frecuencia que sería su casa de por vida: 1060 Khz. *Radio Educación*, -como veremos en el inciso 4.5.6- fue junto con *Radio UNAM*, una de las pocas trincheras que albergaron al rock nativo durante los años de la mordaza mediática.

²⁰⁷ *Ibid.*, p. 71.

²⁰⁸ *Ibid.*, p. 72.

²⁰⁹ Acotamos: fue el 19 de noviembre de 1946 cuando sale al aire por primera vez el nombre de Radio Educación en la frecuencia de onda corta XEEP, pero tuvo una vida efímera.

3.2 La Radio Universitaria

A la par de la creación de una radio educativa y cultural, el 14 de junio de 1937, en el auditorio *Simón Bolívar* de la Escuela Nacional Preparatoria, y en un acto presidido por el rector Luis Chico Goerne, se abre la posibilidad de ampliar el espectro radiofónico en esta dirección con la aparición de la XEUN, *Radio Universidad*. El objetivo: crear una opción de educación a distancia por medio de la onda corta que reforzara la universidad abierta, así como dignificar la programación musical (lo que pedía Germán List en párrafos anteriores).

Su primer director fue Alejandro Gómez Arias²¹⁰. Desafortunadamente, *Radio Universidad* no cumplió con las altas expectativas que se tenían puestas en ella debido a aspectos técnicos y organizacionales, y la cacareada transmisión por onda corta no llegaría sino hasta la década de los sesenta²¹¹. No obstante, constituyó una alternativa viable, y cobró importancia en sucesos históricos como la Segunda Guerra Mundial. He aquí un testimonio de Roberto Aguilar:

“En estaciones comerciales, la BBC se abría más en sus críticas a los sistemas totalitarios y su aceptación de las doctrinas democráticas. En Radio Universidad no era tan fácil hacer eso. Sin embargo, a partir de 1940, yo hice en la XEUN, a petición de los polacos residentes en México, varios programas especiales para recordar el primero de septiembre de 1939, día de la toma de Polonia por los alemanes. Todo esto lo teníamos que tratar con mucha cautela.”²¹²

²¹⁰Vid., Toussaint, Florence, *La radiodifusión universitaria nacional: 50 años de persistencia* en Rebeil Corella, María Antonieta, Alva de la Selva, Alma Rosa, Ignacio Rodríguez Zárate, *Perfiles del Cuadrante*, Editorial Trillas, México, 1989, p. 80.

²¹¹ Vid., Curiel, Fernando, *La telaraña magnética y otros estudios radiofónicos*, Ediciones Coyoacán, México, 1996, p. 332.

²¹² Aguilar, Roberto, *donde poníamos el ojo poníamos el rating* en Zacatecas Bertha, *Vidas en el aire, pioneros de la radio en México*, Diana, México, 1996, p. 40.

Un año después de que la XEXX (actualmente XEUN) *Radio UNAM* incursionara en territorios hertzianos, la Universidad de San Luis Potosí lanzó al aire la XEXQ y la Universidad Veracruzana inauguró la XERUV en 1947.

Sin embargo, pese a lo significativo de este primer avance de la radio universitaria mexicana, un año antes -el 30 de septiembre de 1946, para ser exactos- se celebró en la ciudad de México el primer Congreso Interamericano de Radiodifusores, mismo que dio lugar a la constitución de la *Asociación Interamericana de Radiodifusión* (AIR), establecida para defender los intereses de la radio comercial, principalmente frente a los estados que pretendieran convertirse en radiodifusores. De esta manera, el 19 de enero de 1960, cuando el Congreso dio luz verde a la Ley Federal de Radio Y Televisión, ésta recogía los acuerdos de los dos congresos celebrados por la AIR, dando como resultado una ley proteccionista que abría las puertas del monopolio a unos cuantos empresarios²¹³ para quienes poco importaba la radio comunitaria y pública, pues no representaban pingües ganancias²¹⁴.

Durante la década de los sesenta -mientras cundía la fiebre del rock y las bandas de Tijuana proliferaban como hongos para probar suerte en la capital- surgieron cuatro estaciones universitarias más correspondientes a los estados de Guanajuato, Sonora, Oaxaca y Yucatán. A partir de 1964 y hasta fines de la década siguiente, aparecieron once emisoras más. Como proyecto cultural, la radio universitaria estaba ligada a la difusión. Se le concibió como un vehículo para extender los beneficios del saber a núcleos amplios de población

²¹³ Curiosamente, 40 años después, fueron también unos cuántos empresarios encabezados por Televisa, quienes presionaron a la Cámara de Diputados para que aprobara una reforma *fast track* a esta misma ley, confeccionada a la medida de los concesionarios más ricos del país y criticada ampliamente por especialistas en la materia, como la doctora Delia Crovi, la catedrática Alma Rosa de la Selva y el investigador Gabriel Sosa Plata.

²¹⁴ Vid. Romo, Cristina, *Op. Cit.*, pp. 22-23.

que carecían de acceso a las aulas. No obstante, las pretensiones de trascender la esfera universitaria no siempre tuvieron éxito, debido a las características del público masivo, con apenas el tercer grado de primaria²¹⁵.

Para Florence Toussaint, una de las características más sobresaliente de la radio universitaria es la difusión de la música clásica durante la mayor parte de sus horas al aire (lo cual crea un sectarismo inherente a la misma, ya que la mayor parte de la población que escucha radio prefiere la música emocional a la música cerebral). También recurren casi todas a programar series proporcionadas por embajadas de naciones extranjeras acreditadas en el país. Las emisoras de *Radio Nederland*, la BBC de Londres y *Radio Francia Internacional* de suelen ser las preferidas²¹⁶.

En los años setenta, en plena época de la censura mediática impuesta al rock a raíz de Avándaro, salieron al aire las emisoras XEUAS *Radio Universidad Autónoma de Sinaloa*, en mayo de 1971; XHUGFM *Radio Universidad de Guadalajara*, el 30 de mayo de 1974 (misma que más tarde fue un factor clave en la difusión del rock tapatío); XESV *Radio Universidad Michoacana* de San Nicolás Hidalgo en abril de 1975; XEHD *Radio Universidad de Durango*, el 21 de marzo de 1976; XHBA-FM *Radio Universidad Autónoma de Baja California Norte*, el 8 de abril de 1976; *Radio Universidad Autónoma de Aguascalientes*, el 12 de diciembre de 1977; y la XHUAQ *Radio Universidad Autónoma de Querétaro* el 3 de agosto de 1979²¹⁷.

La proliferación de radios universitarias y la consolidación de las radios culturales pioneras (*Radio UNAM* y *Radio Educación*) trajo como

²¹⁵ Vid., Florence, Toussaint, *Op. Cit.*, pp. 81-82.

²¹⁶ *Idem.*

²¹⁷ Vid. Romo, Cristina, *Op. Cit.*, pp 61-62; y Curiel, Fernando, *Op. Cit.*, pp. 412-413.

consecuencia que las manifestaciones subculturales emuladas del rock se cobijaran en la radio pública.

Hasta aquí, hemos esbozado el contexto histórico en el que se desarrollaron, tanto la radio comercial como la radio cultural en México. Pero la historia de la que nos corresponde ocuparnos en esta tesis es la de la radio rockera en México y su papel en la conformación de identidades juveniles (urbanas, en este caso particular). A continuación, profundizaremos en ella.

Capítulo 4. El rock y la radio en el Distrito Federal: una retrospectiva

4.1 El arribo del rock a una sociedad conservadora

Como todo producto emulado por las industrias culturales el primer *rock and roll*, al darse a conocer por medios y canales institucionalizados, constituye un objeto artístico envuelto en celofán y depurado para entrar en la órbita del consumo juvenil²¹⁸, administrado por las culturas parentales. Cabe apuntar que desde un principio, las disqueras y las estaciones de radio formaron una dupla inscrita en el circuito comercial de producción-manufactura-promoción-ventas. Un ícono ilustrativo que sella de forma distintiva la relación entre las disqueras y las radiodifusoras es el *sobre* o *payola*: una remuneración económica que recibe el disc-jockey o programador por poner 'N' cantidad de veces una canción a lo largo del día. Pero vayamos por partes. Para darnos una idea de lo que significó el fenómeno *rock and roll* en Estados Unidos en términos comerciales para la industria del entretenimiento, acudamos al sociólogo norteamericano Simon Frith:

“ya he sugerido que la radio norteamericana dependía de la música y los discos para su programación desde sus comienzos y que los orígenes de la radio de rock deben encontrarse en los años cincuenta, cuando, como también he sugerido, la TV se impuso como medio básico de entretenimiento familiar. Las emisoras de radio, con el fin de atraer a los anunciantes que se le escapaban, empezaron a estudiar a su auditorio en detalle y a dirigir sus programas a los mercados específicos que iba descubriendo. Así, en seguida se descubrió que los adolescentes estaban menos ligados a la televisión que sus padres, en especial debido a la extensión de los radios portátiles, y a que se escuchaban los programas de modo más regular. A mediados de los cincuenta en

²¹⁸ No olvidemos que aunque esta afirmación sea cierta, las raíces del *rock and roll* se ubican en el entorno marginal. Por un lado el blues, una música de las minorías afroamericanas; y por el otro, el *country western*, una manifestación de la clase obrera norteamericana, Parménides García Saldaña *dixit*.

Norteamérica se desarrolló un tipo de programa que estaba dirigido exclusivamente a los oyentes adolescentes. Programas de discos que duraban el día entero, basados en un número limitado de discos tocados extensamente durante un breve periodo (de cuatro a seis semanas), eran divididos en fragmentos de cuatro horas por equipos de disc-jockeys que desplegaban sus estilos y manías individuales”.²¹⁹

Ante este panorama, los empresarios de la radiodifusión y las disqueras mexicanas, que en ese momento se encargaban de difundir la música hecha para satisfacer a las ‘buenas conciencias’, no podían dejar de salivar, imaginando las potencialidades de el mercado juvenil, hasta entonces ignorado por las industrias culturales. La radio cobijó al naciente *rock and roll* desde su llegada a nuestro país.

En el Distrito Federal, estaciones como *Radio Mil*, *Radio Capital* o *Radio Éxitos* incluían en su programación el nuevo ritmo. La popularidad del rock creció y algunos cineastas mexicanos no quisieron desaprovechar la coyuntura. Filmes como *Al compás del rock and roll* (1956); *Viva la juventud* (1956); *Los chiflados del rock and roll* (cuyos estelares eran Pedro Vargas, Agustín Lara y Luis Aguilar), pintaban a la juventud rockandrollera descarriada y enloquecida²²⁰.

Por otra parte, a fines de los cincuenta la sociedad mexicana vivía una fuerte represión sexual, las mujeres de entonces seguían fielmente los lineamientos de la virginidad. Se pensaba que una mujer que dejaba de ser casta, no tenía ningún valor. Sobre esta primera oleada opina el especialista Víctor Roura (y colaborador del diario *El Financiero*):

²¹⁹ Frith, Simon, *Sociología del rock*, Ediciones Jucar, Serie Especial Los Juglares, España, 1978, p. 155.

²²⁰ Cfr., Estrada, Tere, *Sirenas al ataque, historia de las mujeres rockeras mexicanas 1956-2000*, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 2000, p. 24.

“Los primeros rocanroleros son los *Teen Tops*, los *Hooligans*, *Los Locos del Ritmo*, incluso mucho antes de que en estas lides España naciera. Joaquín Sabina admira a Enrique Guzmán –y ése es su único defecto-. Pero él lo hace porque fue el primer rocanrol que escuchó en español. Aunque le cuesta trabajo entender que estos tipos sean tan sumisos y adaptables a un sistema, porque Sabina no vivió en México, pero si viviera por supuesto que sería el primer detractor de Enrique Guzmán, de César Costa, etc. Pero la cultura juvenil en nuestro país empieza a crearse con ellos. Sin embargo, la cultura juvenil no eran Agustín Lara, (ni) Pedro Vargas –a pesar de que fueron jóvenes-.”²²¹

En síntesis, existía una dicotomía entre la cultura parental y la cultura juvenil, a pesar de que el nuevo ritmo había sido depurado y almidonado para su consumo masivo. El rebelde sin causa era el estereotipo del rockanrollero clásico, que como el fantasma del comunismo, asustaba a las familias conservadoras. Sin embargo: “Los <<rebeldes sin causa>> eran en su mayoría sólo en apariencia. Deseaban tener un lugar, un espacio propio, en vez de ser bicho raro en la transición de niño a adulto”²²².

La XEW, una de las pioneras de la radio comercial, fue una de las estaciones más reaccionarias durante el arribo del rock a nuestro país. Refiere Federico Arana que en un programa llamada *El que la hace la paga*, transmitido los sábados de 8 a 8:30 de la noche (es decir, a la hora en que los jóvenes salían a divertirse), se presentaban casos de delincuentes que habían empezado siendo rebeldes²²³.

²²¹ Roura, Víctor, *La juventud: totalmente cooptada o totalmente marginada* en Fuentes, Luis Mario coord., *Jóvenes en el fin del milenio*, Espasa Hoy, México, 1994, p. 86.

²²² Cfr., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, pp. 24-25.

²²³ Es paradójico que en la actualidad, sean los herederos de ese empresariado complaciente con los sectores más conservadores del país quienes promuevan la rebeldía a través de una telenovela de corte clasista; la patenten como una marca y la comercialicen masivamente por medio del souvenir y de los productos culturales chatarra. Pero esa es otra historia.

En este contexto, La Legión Mexicana de la Decencia se propuso vigilar todos los programas de radio, TV, letras de canciones, conducta y vestuario de los intérpretes, etcétera²²⁴. Por su parte, la prensa amarillista arrojaba algunos leños al fuego aderezando las notas referentes a la violencia juvenil²²⁵.

Pero los dados ya estaban en el cubilete, y a pesar del miedo a las pandillas (producto quizás, de la paranoia mostrada por la sociedad estadounidense, y evidenciada en películas como *El Salvaje* y *Semilla de maldad*, mismas que le hacían el caldo gordo a la nota sensacionalista), el *rock and roll* seguía adoptando seguidores de los más diversos sectores y los éxitos radiofónicos se sucedían uno tras otro.

Y para muestra, varios botones: a mediados de 1956 la orquesta de don Pablo (Beltrán Ruiz) inicia sus rockanroleadas radiofónicas y graba *Mexican rock and roll*, *Rico rock and roll* y *A ritmo de rock and roll*. De inmediato, la brecha abierta por Beltrán Ruiz fue recorrida por Luis Márquez, Chucho Hernández, Cuco Valtierra, Lupe López, etcétera²²⁶. Otro ejemplo fue el programa musical radiofónico “Sonrisalerías”, el cual adoptó un rock como tema²²⁷. Y mientras, en un extremo de la cuerda la XEQ radiaba *Chachachá contra rock and roll* y en el otro Radio Éxitos 790 se jactaba de que entrevistaría a Elvis Presley²²⁸, el hecho es que el rock empezaba a formar parte de la identidad generacional de la juventud. Refiere Ramiro Garza que inclusive salvó a la radio ante el éxito de la televisión:

²²⁴ Vid., Arana Federico, Guaraches de ante azul, historia del rock mexicano, Tomo I, Editorial Posada, 3ra edición, México, 1992, p. 21.

²²⁵ *Idem*.

²²⁶ *Ibid*, p. 51.

²²⁷ *Ibid*, p. 56.

²²⁸ *Ibid*, p. 72.

“Llegó el transistor y con él, los radios portátiles. Y lo que fuera una escandalosa manía de unos cuantos, el rock, se convirtió en oxígeno puro en las bocinas de los radios. Mientras papá, mamá y los hermanitos ‘veían tele’, la nueva generación adolescente era rebelión pura y buscaba el rock.

A México tenía que llegar también aquella ola. La radio conservadora se hacía acartonada. La radio adulta se volvía aburrida. Y la televisión hacía estragos. El canal 4 en 1952 y más tarde el canal 2, y en provincia en muchísimos canales independientes se inundaban los hogares con imágenes adultas e infantiles, dejando al margen a la juventud.”²²⁹

No obstante, el rock no pasó inadvertido ante la censura propiciada por las culturas parental y hegemónica, incluso antes de que dicho ritmo arribara a México. David Cortés documenta que en 1954, Cole Porter tuvo que cambiar la letra de *I get kick out of you* para poder llegar a los receptores radiofónicos, y la línea “*I get no kick from cocaine*” se convirtió en un mesurado “*I get perfume from Spain*”²³⁰. Otra anécdota que Cortés retoma es la acaecida en 1955, cuando la cadena televisiva CBS canceló el programa *Rock’ n Roll Dance Party*, conducido por Alan Freed, cuando el cantante afroamericano Frankye Limon (comandante en jefe de la banda *Frankye Limon & The Teenagers*) apareció a cuadro bailando con una chica blanca (una perla más del racismo en Estados Unidos)²³¹.

En 1955, cuando llega el rock a nuestro país, tuvo que codearse con la tradición musical existente arraigada en la identidad cultural del mexicano: danzones, boleros y chachachás. Algunos músicos de carrera se apropiaron de la nueva música. Se difundió en los teatros de revista y en los salones de baile. Grandes orquestas como la de Pablo

²²⁹ Garza, Ramiro, *Radioscopios: miradas a la radio*, Universidad Autónoma de Nuevo León, México, 1999, p. 166.

²³⁰ Cortés, David, *Rock y medios, tormentosa relación* en *Etcétera*, Nueva Época, México, marzo 2005, p. 73.

²³¹ *Idem*.

Beltrán Ruiz, Venus Rey, Ingeniería y Pepe Luis, se volvieron de la noche a la mañana rockanroleras. Entre éstas, trascendió la orquesta femenina *Al Cams*, 12 mujeres que tocaban rock, calipso y chachachá. No obstante, a quien se le atribuyó el título de ‘pionera del rock radiofónico’ (según Federico Arana y Teresa Estrada) fue a Aurora Román, que a fines de 1956 se presentó con *Príncipe Azul* y *Meciéndose todo el día*, iniciando la producción de letras en castellano²³².

Dada la obvia oposición por parte de los sectores conservadores más recalcitrantes de la sociedad mexicana a que se difundiera el recién nacido *rock and roll* (muy a pesar de que las industrias culturales, armadas con filtros y purificadores morales, ya estaban más que listas para hacer de esta expresión de la identidad juvenil un negocio lucrativo), no tardó mucho tiempo antes de que la prensa sensacionalista junto con los medios de difusión masiva inventaran un *affaire* para beneplácito de la cultura hegemónica. El 19 de febrero, en su columna *6 P. M. de Últimas Noticias*, Federico de León escribió: “Las radiodifusoras de la frontera norte de la República declararon un boicot contra Elvis Presley porque éste declaró en reciente entrevista por la TV: ‘Prefiero besar a tres negras que a una mexicana’.”²³³

Como consecuencia directa de este escándalo, las fichas del dominó mediático cayeron una tras otra: los discos de Elvis fueron retirados de *Radio Éxitos*, los radioyentes de todos los estratos sociales acudían a todas las radiodifusoras a pedir que se desapareciera el *rock and roll* del país. La XERC se unió a la protesta rompiendo más de 10 mil pesos en discos. La XEW, por su parte, declaró que jamás había difundido su desagradable música y ahora con mayor razón no lo haría. *Radio Mil* (futuro nicho de *Rock 101*) reaccionó suspendiendo inmediatamente sacando de su programación todo lo que olera a

²³² Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 28.

²³³ Arana, Federico, *Op. Cit.*, p. 95.

rock. Sin embargo, por motivos desconocidos siguió difundiendo su programa *Rapsodia de juventud*²³⁴ y *Rock around the clock* de Bill Halley y sus Cometas continuaba haciendo bailar a la juventud vía rockolas²³⁵.

Federico Arana, enumera una serie de hechos que fungen como evidencia de la magnitud del escándalo. Por ejemplo, menciona que para darse cuenta de la estatura mental de quienes en las radiodifusoras se lanzaron contra Elvis, bastaba decir que en *Radio Mil* interrumpían las melodías con un lema que decía “¿No que no, Elvis?”²³⁶.

Por otro lado, también subraya el hecho de que aparecieran oportunistas que vendían cualquier cosa, siempre y cuando la relacionaran remotamente con el rock, y en algunos casos, ni siquiera por obra del azar. Finalmente, el incidente no trascendió, pero la música sí se quedó:

“Rafael Acosta me decía que, al principio, el rock tuvo en México mucho más empuje que en cualquier otro país de habla hispana. Ni duda cabe de que la historia de los tres besos y los tres matrimonios mucho tuvo que ver en eso. La razón es obvia: lo mejor que puede hacerse para que una persona o un grupo reafirmen sus ideas es perseguirlos y llenarlos de prohibiciones.”²³⁷

Para cuando la década de los cincuenta llegó a su recta final, la radio mexicana tuvo que restringir a su mínima expresión la producción de programas ante el avance de la televisión como nueva depositaria de los valores morales de la familia tradicional mexicana y adopta como

²³⁴ *Ibid.*, p. 96.

²³⁵ Vid., Estrada Tere, *Op. Cit.*, p. 29.

²³⁶ Cfr., Arana Federico, *Op. Cit.*, pp. 111-112.

²³⁷ *Ibid.*, p. 101.

estrategia comercial la grabación de música de diversos géneros. La XEQ se vuelve disquera y el *dial* es un reflejo del crecimiento paralelo de la mancha urbana²³⁸. La buena noticia (para los patrocinadores) era que la radio rockera había ampliado su espectro aprovechando la coyuntura. *Radio Éxitos*, de Silvestre Razo; *Radio Variedades*, de Ramiro Garza; *Radio Felicidad* (más tarde conocida como DF 1970), de Darío Pastrana; *Radio Mil*, de Enrique Ortiz (que asomaba tímidamente la nariz tras haberse opuesto a la difusión de la música de Elvis); y *Radio Capital*, dirigida por Luis Cabero, unieron esfuerzos para disputarse el pastel de las audiencias adolescentes que no se sentían identificadas con la televisión²³⁹.

Según José Agustín, el verdadero rock en México surgió con *Los Locos del Ritmo*, *Los Rebeldes del Rock* y *Los Teen Tops* que tocaban canciones de Elvis Presley o de Chuck Berry y no con las orquestas y vedettes que incursionaron en ese ritmo (aunque el doctor Bolawski da otra versión de los hechos: para él fueron *Las Ardillitas* de Lalo Guerrero las pioneras del rock cantado en español)²⁴⁰.

De cualquier forma, esta polémica se encuentra fuera del contexto de esta tesis. Lo que sí queda de manifiesto es que el rock era la novedad. El juguete nuevo de la industria del entretenimiento había sido acogido por la juventud capitalina de todos los estratos sociales, y recortado a la medida de las necesidades de los medios y sus contratos empresariales:

“Entonces los jóvenes empiezan a divertirse en las residencias de los padres, según las películas de César Costa, Manolo Muñoz, Enrique Guzmán. Julio Alemán, por ejemplo, nunca fue joven, ni Joaquín Cordero. Empezaron a ser reconocidos actoralmente porque fueron los

²³⁸ Cfr., Winocour, Rosalía, *Op. Cit.*, pp. 63-67.

²³⁹ Cfr., Garza, Ramiro, *Op. Cit.*, p. 167.

²⁴⁰ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 30.

padres de Julissa y Angélica María. Esto determinó lo que posteriormente, debido a la moldura de los medios de comunicación, se le llamaría *cultura joven*: el baile, los engaños, la hipocresía, los aceleres, los jóvenes que siempre querían manejarse por sí mismos y la pagaban mal. No hay una película de rock mexicano en la cual los jóvenes no terminen arrepintiéndose yendo a los brazos de los padres pidiendo perdón, incluso a la abuela Sara García. Los jóvenes se arrepienten en el momento en que se percatan que ya son adultos. La cultura juvenil solamente les trajo un poco de diversión”.²⁴¹

Esta visión ilustra el trasfondo moral de la actitud permisiva del mundo ‘adulto’, y la brecha que lo separa de la cultura juvenil y su cúmulo de identidades. Siempre y cuando los jóvenes no atenten contra la estructura política y socio-económica del Estado, las culturas hegemónicas dominantes aflojaran un poco las riendas que dirigirán a las siguientes generaciones hacia la reproducción del paradigma preestablecido. Los medios son los encargados de pivotar el caldo hormonal de la juventud. He aquí un punto de convergencia que retomaremos en otro momento.

²⁴¹ Roura, Víctor, *Op. Cit.*, p. 87.

4.2 Avándaro... y después, el silencio

Recién había llegado la década de los sesenta y el rock ejecutado por jóvenes y para jóvenes desplazó las versiones tempranas de las bandas con estilo rockanrolero (o rollero), que proyectaban una imagen formal y adulta. Había finalizado lo que la generación saliente consideraba como “los grandes años del *rock and roll*”. Los directores artísticos de varias disqueras eran cazadores de talentos dispuestos a buscar los nuevos éxitos comerciales (y al mismo tiempo, hinchar sus carteras). Rogelio Azcárraga de *Discos Orfeón* contrató a cuanto rockero se le ponía enfrente. Entre 1956 y 1969, *RCA* fue la disquera que produjo más discos con voces femeninas (rockeras o no) (81), seguida de *Orfeón* y *Peerless* (66), *Musart* (47) *CBS* (41) y *Capitol* (13)²⁴². Muchas de las novedades discográficas podían encontrarse en la revista *México Canta*.

En cuanto a la radio mexicana, ésta, como ya se mencionó, había crecido de forma significativa después de experimentar el éxito comercial de la música juvenil. Para entender esta tendencia, analicemos lo que estaba pasando detrás de la frontera norte del país. En 1960, el Senado estadounidense –tras investigar arduamente y sólo para demostrar que el *rock and roll* corrompía a la juventud– prohibió de manera oficial la práctica de la *payola*²⁴³.

Esto trajo consigo una estandarización de los contenidos y estimuló la imaginación de las disqueras para no perder sus posiciones privilegiadas. Así se les ocurrió implementar el sistema del *Top 40* (tan efectivo comercialmente hablando, que algunas estaciones juveniles lo siguen usando en pleno año 2007). ¿Cómo funciona este método?, bueno, realmente es muy sencillo:

²⁴² Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, pp. 36-37.

²⁴³ Vid., Frith, Simon, *Op. Cit.*, pp. 156-157.

- 1) Las disqueras proporcionan las listas a las radiodifusoras de los discos más vendidos.
- 2) Las emisoras elaboran una programación basados en estas listas, en publicaciones especializadas y en la música que transmiten las radios locales.
- 3) Los éxitos musicales que demuestran ser más populares son radiados más veces que los otros.

He aquí una de las grandes paradojas de la radio comercial: si la política de programación depende en gran medida de la popularidad de los discos medidas por las ventas, es decir, por el número de personas que compren un disco que pueden escucharlo cuando quieran y las veces que quieran; entonces ¿por qué querrían escucharlos con tanta frecuencia en la radio?²⁴⁴

Aunado a este elaborado método de lucro cultural, la radio estadounidense –que en un principio se había encaminado a aglutinar auditorios heterogéneos, básicamente familias completas– se estaba diversificando. De hecho, entre los investigadores corría el rumor de que ciertos nichos del mercado se les estaban escapando de las manos. Mientras que las emisoras *Top 40* se dirigían a un público cuya edad oscilaba entre los 9 y los 18 años; y las de onda media se encargaban de proporcionar diversión a un público más adulto (35 a 49 años); el público que se encontraba entre los 18 y los 35 años escuchaban con menos interés las estaciones radiofónicas con las que habían crecido, por lo que para los anunciantes era una veta de la cual no salían

²⁴⁴ *Idem.*

diamantes²⁴⁵. Con este antecedente directo fue que en 1966, una ley estableció que cuando una compañía de radio controlaba emisiones de onda media y de frecuencia modulada (FM), debía programarlas de forma distinta. Consecuentemente, la FM se volvió un sitio ideal para escuchar rock y las llamadas “*Radios Underground*” aprovecharon la ocasión para implementar sus propios formatos, *disc jockeys*, elepés, etc. Así el público que había escapado de la estandarización volvió a los cauces institucionales²⁴⁶.

En México hubo en particular dos estaciones especializadas en rock (las dos de Amplitud Modulada) que adoptaron el esquema estadounidense del *Hit Parade* para atraer audiencias jóvenes: *Radio 620* y *XEPH Radio 590*. Ésta última (perteneciente a *Núcleo Radio Mil*) implementó un sistema de 80 melodías diarias (20 del *Hit Parade* estadounidense, 20 canciones mexicanas y 40 hits musicales “de chile, mole y de pozole”), tomando en cuenta las llamadas telefónicas del auditorio, en su mayoría, conformado por jóvenes estudiantes²⁴⁷.

Además de transmitir los éxitos del *rock and roll* mexicano y anglosajón, la estación también daba a conocer las noticias de las preparatorias y del clásico de fútbol americano Politécnico-UNAM²⁴⁸ (germen del porrismo al interior de las instituciones de educación media superior). Algunos de los locutores que participaron en *Radio 590* fueron: Braulio Zavala, Fernando Eguía, Edgardo Hernández, Manuel Noble, el *Chino* Noguez y Javier Mora²⁴⁹.

²⁴⁵ Vid., Frith, Simon, *Op. Cit.*, p. 158.

²⁴⁶ *Idem.*

²⁴⁷ Este esquema se ha mantenido hasta la fecha, sumándose a las llamadas telefónicas los correos electrónicos y los mensajes por celular con un costo extra para el radioescucha.

²⁴⁸ Vid., Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, *Las Mil y Una Radios*, Mc Graw Hill, México, 1997, pp. 132-133.

²⁴⁹ *Idem.*

En 1966, *Radio 590* desapareció momentáneamente del cuadrante para dar paso a una estación dirigida a un público más adulto, con la consecuente protesta de los radioescuchas. En 1967, reaparece la estación como *La Pantera de la Juventud* (cuya cortinilla de identificación cobró fama, ya que incluía el rugido de uno de estos felinos)²⁵⁰.

Pero el rock estaba en su apogeo y tuvo también otros nichos. XEJP *Radio Variedades* (creada en 1930), tenía un programa llamado *La Hora del Rock and Roll*, el cual se mantuvo al aire durante más de treinta años. En *Radio Mil* también se apoyaba a los nuevos grupos de rock que firmaban contratos con las disqueras. *Radio Capital* –que mantenía una sana competencia con *La Pantera*– adquiría popularidad gracias a dos programas: *La ola inglesa* y *Estudiantes 12.60*. El resto de las estaciones consideradas juveniles como *Radio Felicidad*²⁵¹, *Radio Éxitos* y XEDF, se tuvieron que plegar al gusto de los radioescuchas, por lo que también tuvieron que programar rock en inglés y en español²⁵².

Así fue como el binomio radio-disqueras cultivaba éxitos sin ton ni son. Fue Jesús Hinojosa de discos *Columbia* quien llamó a los *Teen Tops* para una audición, previendo el impacto que iba tener el rock en la cultura juvenil, lo que se traduciría en ventas seguras²⁵³. En 1961 José I. Morales hizo lo propio al organizar un concurso patrocinado por *RCA Víctor* y *Radio 590 del Núcleo Radio Mil*.

²⁵⁰ *Id.*

²⁵¹ Entre las curiosidades que uno puede encontrar en el libro de Tere Estrada, *Sirenas al Ataque* (que fue de gran utilidad para este investigador) hay una foto de un evento de *Radio Felicidad* en donde aparecen algunas de las primeras mujeres rockeras como Ela Laboriel, Vianey Valdés, Nina Mar, Azyadee Reta e Iris Reta.

²⁵² Vid., Posada Jacobo, Elizabeth, *La transmisión de rock and roll en la radio mexicana: medio siglo de música, copetes y crinolinas*, Tesis de ciencias de la comunicación, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, México, 1994, p. 30.

²⁵³ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p.37.

El *Teatro Esperanza Iris* fue otra de las cunas de grupos noveles. Allí se celebró un concurso organizado por *Radio Éxitos y Discos Columbia* (nótese la importancia de este binomio) del que surgieron cinco conjuntos que adquirirían popularidad en 1961: *Los Hooligans*, *Los Blue Caps*, *Los Loud Jets*, *Los Sparks* y *Los Spitfires*²⁵⁴. De esta manera, los grupos y solistas rockero-mexicanos sobrevivieron dentro de la industria discográfica porque el público los seguía y eso en términos de los directores artísticos se traducía en dinero. Al finalizar el primer periodo de la historia del rock mexicano, más de cien grupos habían grabado un disco²⁵⁵.

Pero, no todo era armonía en el rock de esos años. Entre 1963 y 1964, muchos grupos regresan a las aulas universitarias, decepcionados por las cláusulas de los contratos de las disqueras, las cuales los obligaban a grabar burdas traducciones de canciones en inglés, o en el peor de los casos, baladas endulcoloradas²⁵⁶. Asimismo, las compañías discográficas trataron de afianzar el mercado juvenil conquistado, separando a los grupos para hacer solistas más manejables y rentables. César Costa salió de los *Black Jeans* y Enrique Guzmán de los *Rebeldes del Rock*.

En cuanto a las intérpretes femeninas, se optó por darles una ‘apariencia correcta’, es decir, proyectar una imagen de chicas desvalidas e ingenuas. Existía un estereotipo que asumía que cualquier fémina con la habilidad de ser entonada (si se podía) era capaz de procrear un hit, mientras se mantuvieran maleables a los designios de los hombres que eran los que decidían²⁵⁷. El hecho de que las disqueras tuvieran un lazo tan estrecho con los medios de comunicación fue el principio para que estos se convirtieran en un monstruo de dos cabezas.

²⁵⁴ Vid., Estrada, Teresa, *Op. Cit.*, p. 34.

²⁵⁵ *Idem.*

²⁵⁶ *Ibid.*, pp. 38-40.

²⁵⁷ *Id.*

No pasó mucho tiempo antes de que germinaran nuevas semillas en los caldos de cultivo propios de la época: las protestas estudiantiles a nivel mundial, la Revolución Cubana, Vietnam, y por supuesto, The Beatles.

Los *Beatles* introdujeron el *pop* como parte del universo rockero y se integró así a las culturas juveniles urbanas. Las formas musicales del pop se fueron modificando de un álbum a otro y de un grupo a otro en un mismo instante. Al mismo tiempo, en Estados Unidos, cuando la energía y la agresividad del rock fueron diluyéndose en el *pop* adolescente, el movimiento musical folk –que se oponía de modo consciente a la música de masas y sus valores (corrupción, payola, comercio musical, entre otras cosas)– se convirtió en una alternativa para los músicos que no querían verse explotados o manipulados por los empresarios²⁵⁸.

Los jóvenes universitarios empezaron a rescatar la crítica de la generación *beat* hacia el sistema de dominación imperante, a la robotización del individuo y a la sociedad de plástico²⁵⁹. Esto dio como resultado dos formas de agregación básica de los jóvenes: la militancia social y la militancia individual. Los cantantes *pop* estaban entre ambas posturas. Carlos Monsiváis²⁶⁰ y Parménides García Saldaña señalan que la cultura pop llegó a las ciudades fronterizas de nuestro país y al Distrito Federal vía viajeros, revistas e informaciones escandalosas sobre la crisis moral. Era la recta final de 1966.

²⁵⁸ Vid., Urteaga Maritza, Castro-Pozo, Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 1998, pp. 74-80.

²⁵⁹ *Idem*.

²⁶⁰ Cabe resaltar, que aunque Monsiváis es importante como cronista de la época, también se unió al coro de voces que pedían la desaparición de la revista *Piedra Rodante* después de Avándaro. En una entrevista recopilada por Carlos Martínez Rentarín para el libro *Cultura Contra Cultura*, su director Fernando Aceves señala que Monsiváis mandó una carta desde Inglaterra dirigida a la opinión pública condenando un anuncio de la revista, lo que sirvió como pretexto para que se orquestara una campaña de desprestigio en contra de la publicación.

En este contexto, una nueva ola de grupos de rock llegó de la frontera norte, quienes traían propuestas frescas influenciadas por *James Brown*, *The Beatles*, *The Kinks*, Janis Joplin, entre otros. Más profesionales y menos reticentes a la comercialización esta oleada de rock fronterizo pegó con tubo en los cafés cantantes²⁶¹. Los nombres más sonados fueron: los hermanos Baby y Javier Batiz; Blanca Estrada con los *Rockin Devils*; *Los Tijuana Five*, *Los Apson Boys*, *Los Ángeles Negros*²⁶²; Jenny Silva con *Los Stukas* y Marisela Durazo con *Tequila*.

La *onda* como tal viene acompañada de una serie de prácticas culturales. La facha, el cabello largo, las drogas psicodélicas, el rol como sinónimo de camino, de viaje, de experiencia. Toda esta apertura no es bienvenida por las autoridades y las razzias policiales se extendieron. En 1966, el gobernador de Jalisco prohibió las melenas²⁶³; en enero de 1969, el alcalde de Acapulco no dejó que se presentara la ópera *Hair* e impidió la entrada de hippies al puerto durante el verano; entre 1967 y 1968 hay redadas para rapar mechudos. La onda molesta por ser “improductiva” para el sistema²⁶⁴, pero sobre todo, porque rompe con el concepto tradicional de juventud, vista sólo como una

²⁶¹ Los cafés cantantes eran puntos de reunión en donde se tomaba refrescos, malteadas, capuchinos y se escuchaba música. No se vendía alcohol, pero sí se fumaba tabaco. Federico Arana considera que uno de los primeros cafés cantantes fue *El Gato Rojo* (Arana, Federico, *Guaraches de Ante Azul*, tomo II, editorial Posada, México, 1985, pp. 252-278) ubicado en la Zona Rosa en 1959, en donde se tocaba jazz. En los sesenta, se inauguraron otros, tales como: *El Acuario*, *El Quinqué*, *El Roser*, *El Harlem*, *El Sótano*, *Trip*, *Schiafarelo*, *Rosseli*, *Colo Colo*, *Ribeau*, *A Plein Soleil*, *La Rue*, *Cha-quiris*, *Hullabaloo*, *Pao Pao*, *Chapeau Melon*, *La Rana Sabia*, *El Coyote*, *el Ego*, *Yeah Yeah*, *La Cigarra*, *Ula Ula*, etcétera.

²⁶² Tristemente célebres por haber cambiado el rock por la balada romántica y la onda grupera.

²⁶³ Tal parece que ya desde entonces la represión hacia lo diferente se perfilaba como una tradición en esta ciudad, en donde se ha arraigado una cultura del odio y de la represión hacia las manifestaciones políticas o culturales juveniles. Así lo demuestra el encarcelamiento de un grupo de jóvenes que se manifestaron el 28 de Mayo de 2004 en Guadalajara, durante las jornadas en contra de la III Cumbre de Latinoamérica y el Caribe - Unión Europea. Otro ejemplo de intolerancia, fue la prohibición del uso de las minifaldas en las oficinas públicas.

²⁶⁴ Vid., Urteaga, Maritza, *Op. Cit.*, pp. 84-94.

etapa transitoria de desahogo antes de convertirse en un adulto de verdad, con responsabilidades y un matrimonio cristiano.

En 1965 –durante el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz– fueron clausurados todos los cafés cantantes porque las autoridades consideraban que propiciaban la prostitución y la rebeldía, lo que para el gobierno era sinónimo de delincuencia juvenil. Quizás el punto más alto de este ambiente represivo y hostil se manifestaría el 2 de octubre de 1968, cuando una marcha en la que participaron miles de estudiantes fue abatida por el ejército.

A finales de los sesenta, la juventud volteó hacia América Latina movidos por el *boom* de su literatura, el ascenso al poder de Salvador Allende, los movimientos guerrilleros, entre otros factores históricos. Fue así como comenzaron a circular casetes de Daniel Viglietti (quien aún da conciertos en las escuelas de la UNAM y se muestra firme en sus convicciones al oponerse al neoliberalismo), Violeta Parra, Víctor Jara, Facundo Cabral, Silvio Rodríguez, por mencionar sólo algunos.

Durante los mítines estudiantiles era más común que se invitara a los trovadores folcloristas que a los músicos de rock (quienes eran considerados por la izquierda más ortodoxa como instrumentos de penetración ideológica del imperialismo yanqui)²⁶⁵. Cuando la onda hippie ya estaba presenciando su propio entierro, tuvo su momento la música sudamericana. Para los jóvenes esta fue una experiencia mucho más politizada que el periodo hippie, en donde no había una conciencia del imperialismo y de sus efectos macroeconómicos.

En cuanto al rock acicalado de las disqueras, Martha y Los Ventura (1968-1970) fue la última novedad del momento. *Radio Mil* y

²⁶⁵ Vid., Urteaga, Maritza, *Op. Cit.*, p. 55.

Radio Variedades programaban este tipo de rock ‘fresa’ y sin compromisos políticos. Pronto la industria discográfica iría sustituyendo al rock por la balada romántica traída por la llamada invasión ibérica y comandada por Raphael, Rocío Durcal, Massiel y Serrat. Asimismo, de Argentina llegaron Sandro, y Leo Dan²⁶⁶.

Las peñas –predecesoras de los cafés cantantes y antecesoras de los cafés kareoke- fueron tierra fértil para las intérpretes jóvenes que más tarde incursionarían en los terrenos del rock. La música de protesta tuvo su momento al mismo tiempo que se sucedían en América Latina los golpes de Estado en Chile, Uruguay y Argentina. Sus máximos exponentes en México fueron: José de Molina, Jorge Saldaña, Los Nakos, Tehua, Guadalupe Trigo, *Los Folcloristas*, Gabino Palomares y Salvador *El Negro* Ojeda. Muchos músicos que eran parte de esas melósferas se convirtieron con el paso del tiempo en exponentes del rock²⁶⁷.

Pero lo mejor lo estaba guardando el gobierno para la siguiente década. Después del *halconazo* del 10 de junio de 1971, era necesario pivotar en otra dirección la energía de la juventud (especialmente porque los fantasmas del comunismo y de los movimientos guerrilleros como el de Lucio Cabañas y la *Liga 23 de Septiembre* estaban latentes). Tres meses después, una carrera de autos en Valle de Bravo sería el pretexto para organizar el primero y último gran festival de rock de la década: Avándaro.

Los organizadores (empresarios de las disqueras, radio, televisión y la compañía automotriz *Chrysler*) convocaron a los jóvenes en medio de un clima político adverso ante cualquier manifestación masiva. No imaginaron el poder de convocatoria que tendrían las once bandas

²⁶⁶ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 49.

²⁶⁷ *Ibid.*, p. 86.

que se reunieron en dicho evento (*Dug Dug's*, *Epílogo*, *Tinta Blanca*, *Tequila*, *División del Norte*, *Peace and Love*, *El Ritual*, *Bandido*, *Los Yaqui*, *El Amor* y *Three Souls in my Mind*), pues éstas congregaron a cerca de 350 mil jóvenes de todo tipo. Para el catedrático Pedro Antonio Chávez (y algunos especialistas como Sergio Monsalvo), Avándaro fue el punto y aparte de esta segunda etapa en la historia del rock mexicano:

“Esta gran primera oleada llega a su fin precisamente los días 11 y 12 de Septiembre de 1971 con el Festival de Avándaro, dos-tres meses después de los sacrificios del Casco de Santo Tomás allá por el Poli, expresiones que guardaron su memoria en revistas como *La Piedra Rodante* y *Dimensión*, y que incluso tuvieron ocasión de difusión en *la Pantera de la Juventud*, ¡!groaaarj¡ ¡Ra-dio-qui-nien-tos-no-ven-ta- ... La-pan-te-ra, ¿les recuerda algodón jóvenes?, en un programa que precisamente se llamaba *La Hora del rock chicano*. Es por demás recordar que el fin de esa microoleada de dos - tres años terminó con la clausura de los café cantante existentes, de la hora chicana, el despido de dos - tres locutores de radio y televisión, la prohibición del periódico *Piedra Rodante*, además de la persecución de todos aquellos que parecieran hippies (hipitecas totonacas - diríamos más tarde -) o rockeros prochicanos, y ni quien la hiciera de tox, ya que la mayoría juvenil o se encontraba desangrada al interior de las universidades, o escuchaba baladas - los abuelos del movimiento gruperio - (*Los Solitarios*, *Los Ángeles Negros*, *Los Babys*, *Los Pulpos*, *Los Yonics*, y párale de contar), canción romántica, ranchera (el eterno José Alfredo y sus mil y un himnos al tequila) y tropical (entendiendo por tropical al buen Rigo Tovar y su *Costa Azul*).”²⁶⁸

El punto climático del festival fue cuando el organista Felipe de *Peace and Love* gritó: “chingue a su madre el que no cante...mari, mariguana”. En ese momento cortó sus transmisiones XERPM 660 *Radio Juventud* (estación que había hecho una cobertura de más de doce

²⁶⁸ Antonio Chávez Pedro, polvos de esos años, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, p. 4.

horas) y los locutores Agustín Meza de la Peña y Félix Ruano fueron despedidos²⁶⁹; y como diría el músico rupestre Rafael Catana, se fue la luz también para el rock nacional durante más de diez años²⁷⁰.

Como hemos mencionado anteriormente, *la onda* provocaba escozor entre los representantes de la cultura hegemónica, desde la iglesia católica, hasta el empresariado influyente y conservador aglutinado en las grandes cámaras de comercio. Por ende, la comunión de intereses marca el carácter masivo del evento y asusta al gobierno, para quien resulta peligroso el poder de convocatoria de una música hecha por los *outsiders* de la cultura popular. A pesar de que ni durante ni después del evento hubo represión policiaca alguna, después de Avándaro, al rock mexicano se le prohibió presentarse en vivo y transmitirse por la radio, las disqueras vetaron la grabación del rock nacional²⁷¹, el gobierno canceló los pocos espacios identitarios con los que contaba y los medios de comunicación iniciaron una propaganda de asociación entre dicha música y el consumo de drogas²⁷².

A la generación ondera del Avándaro de 1971, se le negó incluso la posibilidad de escuchar rock internacional. Las disqueras dejaron de editar rock extranjero “raro” y casi nunca invitaban a grabar a un grupo de rock nativo²⁷³. A pesar de la censura mediática, unos cuantos programas sobrevivieron en ciertas emisoras capitalinas, mismos que

²⁶⁹ Hasta la fecha, no hay visos de que el locutor Félix Ruano siga dedicándose a la radiodifusión, ni ha hecho una reaparición pública.

²⁷⁰ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 73.

²⁷¹ Este hecho es significativo dentro del marco histórico de la presente tesis, pues sienta un antecedente primordial para entender por qué los empresarios de las grandes disqueras siguen viendo al rock como un producto que hay que empaquetar en bolsas de papel celofán como si fuera una papa frita. Un ejemplo dentro de la historia reciente del rock lo constituye el grupo de reggae *La Comuna*, quienes a pesar de haber ganado un concurso de bandas organizado por *Warner Music* –cuyo premio era precisamente la grabación de un disco– fueron rechazados por dicha casa discográfica con el argumento de que el reggae es una música muy difícil de promocionar.

²⁷² Vid., Urteaga, Maritza, *Op. Cit.*, pp. 99-103.

²⁷³ *Ibid.*, pp. 106-107.

eran como puntos de encuentro en donde “la banda” podía aprender e informarse sobre la música que ya estaba arraigada en su identidad.

Algunos de los espacios más recordados en esta especie de Edad Media musical fueron: los programas *Caleidoscopio* y *Vibraciones*, en *Radio Capital*²⁷⁴; *Avanzada 590*, en *Radio 590*; *El lado oscuro de la luna* (emisión especializada en psicodelia, progresivo y hard rock; escrita por Juan Villoro y realizada por Sergio Monsalvo) en *Radio Educación*; y *Radio Distrito Federal*²⁷⁵, con el programa *Más Allá de la Música*, enfocado en difundir música de The Beatles y discos piratas. Las estaciones *Radio Éxitos* y *Radio UNAM* también fungieron como trincheras durante este periodo de *mordaza*. Particularmente ésta última produjo un programa en 1975 especializado en rock nacional. Entre los grupos y solistas que desfilaron por ahí estaban: *Rockdrigo González*, Jaime López, *Three Souls in my Mind*, Guillermo Briseño, Jaime López, Javier Bátiz y *Botellita de Jerez*²⁷⁶.

Por otra parte, la radio pública fue la principal contribuyente en el proceso de rehabilitación de los espacios que el rock había ganado la década anterior y que habían sido aniquilados después de Avándaro. Un ejemplo lo constituyó el conductor del programa *Tiempo de Blues* (trasmitido por *Radio Educación*) Raúl de la Rosa, quien organizó el primer festival de blues en la *Sala Nezahualcóyotl* en el año de 1978, aprovechando la ignorancia de la autoridades con respecto a las raíces del rock. También en *Radio Educación* se produjeron estrategias para evitar la censura, como por ejemplo, trasladar las letras de los

²⁷⁴ Este programa contaba con una buena producción y con lo mejor del rock progresivo, que en ese entonces era algo así como la nueva ola inglesa de grupos indie que con bombo y platillo caravanean algunos locutores contemporáneos.

²⁷⁵ Estación que después se convertiría en Estéreo Joven (entre 1989 y 1993) y se ubicaría en el 105.7 de frecuencia modulada. Más tarde, dicha emisora sufrió tres metamorfosis más: *Conexión Acústica*, *Órbita 105.7* y *Reactor 105*. Esta última, conformada por los sobrevivientes del naufragio de *Radioactivo* y uno que otro ex orbital.

²⁷⁶ Vid., Torres, Violeta, *Rock-eros en concreto*, INAH, México, 2002, p. 145.

grupos mexicanos al inglés. Además, varios conductores radiofónicos rompieron la rutina de poner y quitar discos, y se animaron a hacer entrevistas a los rockeros. Gracias a esta labor, se logró incorporar a los jóvenes como sujetos discursivos con necesidades propias, al tiempo que la radio pública fungió como un pivote en una coyuntura histórica marcada por la represión desatada a partir de la masacre de Tlatelolco y el *Festival de Avándaro*²⁷⁷.

El siguiente testimonio ilustra el sentimiento de muchos sectores de la juventud en este contexto:

“Uno se inicia en el rock como lo hace la mayoría de la gente, en forma cotidiana. Mis hermanos lo escuchaban antes que yo y luego fui yo buscándolo. Lo primero es afinidad auditiva. Escuchaba yo el programa de <<la ola inglesa>> en *Radio Capital*... El rockero no se hace sólo con la música, empiezas con ella pero luego te informas y vas adquiriendo ciertos valores. Cuando te inicias en conocer qué dicen los rockeros mexicanos o anglosajones, a través de las revistas y de los programas de radio, te vas sintiendo afín a ellos pues estás en la edad de ser iconoclasta... y sigues informándote, afinando tu oído para que se vuelva más exigente, luego, coleccionas tus gustos...”²⁷⁸

Entonces, el rock se trasladó a los hoyos fonquis. De esta forma, los conciertos se realizaban en espacios poco propicios para este fin, tales como: galerones, bodegas, cines, casas abandonadas, gimnasios, supermercados vacíos, estacionamientos, salones de baile, entre otros. Parecía la resaca de una larga borrachera²⁷⁹.

²⁷⁷ Vid., Winocur, Rosalía, *Op. Cit.*, pp 63-67.

²⁷⁸ Abraham, rockero, integrante del colectivo radial *el rock está en el Chopo*, entrevista hecha el 10 de octubre de 1990 por Urteaga, Maritza, *Op. Cit.*, pp. 106-107.

²⁷⁹ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 79.

Algunos músicos dieron el salto cuántico y se transformaron en organizadores para poder sobrevivir, y al mismo tiempo, hacer sobrevivir a su propia generación. Miguel Calderón, Alfonso Miranda y Joaquín García (integrante de *La Semilla del Amor*) realizaron conciertos en los auditorios de las distintas facultades y escuelas de la UNAM y en *Las Islas*²⁸⁰. Este movimiento subterráneo (y profundamente contracultural) se extendió a las colonias populares de la Ciudad de México como Santa Fe, San Felipe de Jesús, Barrio Norte, Iztapalapa, Tlalnepantla y – en la década de los ochenta– Nezahualcóyotl. En todos estos barrios el rock penetró principalmente en vivo a través de grupos de rock ondere que además se presentaban en Colegios de Ciencias y Humanidades, preparatorias y vocacionales para una población adolescente perteneciente en su mayoría a los sectores populares urbanos y –en menor medida– a la clase media baja.

La relación entre los grupos de rock mexicano y los jóvenes de los sectores populares se da a través del espacio mediador de las bandas juveniles. Esta relación se afianza con el tiempo dentro de las tribus urbanas que gustan del rock “sucio” y lo hacen parte de su identidad. Hoy en día, el hoyo se ha diversificado dando paso a tocadass masivas en gimnasios, terrenos baldíos, centros de convenciones, cines abandonados etcétera. La calidad del evento depende de los organizadores y no siempre el costo del boleto coincide con el costo del evento.

En el terreno de los medios de comunicación, las instituciones gubernamentales parecían haber olvidado su compromiso cultural con las bandas, el cual quedó asentado en el *Foro Juvenil de Veracruz* en 1990, cuyas instituciones convocantes fueron: el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA, hoy CONACULTA) y el Instituto Mexicano de

²⁸⁰ *Idem*.

la Radio (IMER). En ese entonces las demandas de los jóvenes fueron claras: espacios y lugares de encuentro y aprestamiento para realizar videos²⁸¹. Cabe resaltar el esfuerzo realizado anteriormente por los *Mierdas Punks* (banda de Ciudad Neza) por generar espacios de identidad a través de *TV Neza*, un colectivo anarquista que se encargó de difundir la cultura de Nezahualcóyotl rockera y libertaria.

Dicho esfuerzo estuvo asociado a la producción simultánea de programas de radio, en los cuales participaban todo tipo de personas con mentes abiertas. *Radio Neza* carecía de la infraestructura de una estación de radio convencional, sin embargo, tenía un rango de alcance debido a que se vendían casetes de los programas y éstos encontraban su audiencia por medio de la *Vox Populi*. De esta forma se daban a conocer grupos de punk mexicano y sudamericano, al tiempo que se ambientaban poemas y discursos relacionados con la cultura punk como las drogas, la policía, el gobierno etc²⁸². En síntesis, el hoyo fonqui tuvo su propia evolución y terminó afianzándose en las subculturas populares urbanas durante las siguientes dos décadas. Creando y recreando sus íconos y fetiches identitarios.

Volviendo al cauce del desarrollo cronológico de este esbozo histórico, durante el sexenio del presidente Luis Echeverría, se quiso afianzar el rol tradicional del gobierno como árbitro de la cultura nacional. El intrínquilis de las discusiones entre el Estado y los intelectuales era la conservación de la identidad nacional frente a la cultura de masas global (discurso que cambió de acuerdo con la coyuntura del neoliberalismo, la globalización y los procesos de integración cultural). Así fue como el gobierno mexicano se solidarizó en el discurso con Chile

²⁸¹ Actualmente el único espacio del cuadrante dedicado al rock urbano es *Presta*, transmitido por la estación Reactor 105 los domingos a las 11 de la noche, después de *La Hora Nacional*: horario que no compromete ni a los patrocinadores ni al *rating* de la emisora.

²⁸² Vid. Urteaga, Maritza, *Op. Cit.*, pp. 220-221.

y Cuba y tomó la política cultural de la nueva trova como una alternativa latinoamericana al rock and roll.

Algunas cantantes femeninas se iniciaron en las peñas. Cecilia Toussaint estaba en *La Nopalera* (1977-1979); Emilia Almazán participó en *La Espiga* y *Un Viejo Amor* y también en el disco *Roberto y Jaime, Sesiones con Emilia*. Nayeli Nesme hacía lo propio en un trío de son jarocho (1980), Betsy Pecanins interpretaba rolas *folk* y de protesta en Barcelona y Carmen Leñero tenía un dueto de trova y música folklórica con Marisa Canales²⁸³. Por otra parte, cundían las organizaciones de músicos y artistas independientes. *El Centro Libre de Experimentación Teatral y Artística* (CLETA), el *Centro de Estudios del Folklore Latinoamericano* (CEFOL), el *Frente para la Libre Expresión de la Cultura* (FLEC) (del cual formaban parte Gabino Palomares y Amparo Ochoa), *La Unión y la Liga Independiente de Músicos y Artistas Revolucionarios* (LIMAR); surgieron en este periodo (1971-1980).

En resumen, es en esta época el primer escenario del rock mexicano posibilita el desarrollo de mini grupos de jóvenes con muy buen gusto por el rock²⁸⁴. Éstos se inician para tener acceso y rolar discos e información internacional, difícil de conseguir. El segundo escenario da pie al surgimiento de un joven rockero con un gusto por el rock hecho en vivo (sucio, distorsionado, pero absolutamente auténtico) y en español surgido de la calle, transmitido en menor medida por la radio y editado en casas disqueras nativas²⁸⁵ (como *GAS* y *Denver*). En

²⁸³ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p.89.

²⁸⁴ Vid., Urteaga, Maritza, *Op. Cit.*, pp. 110-112.

²⁸⁵ Curiosamente, los descendientes de aquellos chavos subterráneos son los punks del año 2000. Más constructivos en su pensamiento e ideología (lejos de aquel sentimiento de autodestrucción que lo caracterizara durante los ochenta, el punk moderno enarbola banderas como la liberación animal, el anti-fascismo, el vegetarianismo, la autogestión, el movimiento okupa, la igualdad de las mujeres, el altermundismo, la autonomía de pensamiento, la lucha contra las empresas trasnacionales, etc. Discurso que aunque es propositivo, hasta la fecha está fuera de la radio pública) y más

cuanto a la radio rockera, ésta era una anémona cerrada dentro de sí misma con pocos espacios de construcción identitaria, y muchos censores revoloteando alrededor. A pesar de ello, gracias a la radio pública (y algunas honrosas excepciones dentro del circuito del *mainstream*), el rock mexicano recibió oxígeno hasta la siguiente década, de la cual nos ocuparemos en el siguiente inciso.

diversificados. Un fenómeno que los juvenólogos del futuro deberán estudiar a profundidad.

4.3 El Tianguis Cultural del Chopo: la emancipación de una cultura

La proliferación de bandas y subculturas juveniles del rock, criadas al calor de los hoyos fonquis, trajo como consecuencia que se diversificaran las tribus urbanas, principalmente en los cinturones de miseria y en las colonias populares. El momento de la onda había pasado y el del punk apenas comenzaba como una alternativa a la música disco y a la balada romántica, entonces en boga.

Paradójicamente, el punk fue introducido en nuestro país por adolescentes de la clase media alta de sur del DF y de Polanco²⁸⁶, quienes retomaron la moda originaria de Londres y utilizaron las discotecas de San Ángel e Insurgentes como pasarela, siendo el *Hip-70* y la *Carpa Geodésica* los puntos de encuentro que más trascendieron. Un personaje importante (casi mítico) para la difusión del movimiento punk en México fue Walter Schmidt, quien fundó la revista *Sonido* y formó el grupo punketo *Size*²⁸⁷. *Sonido* fue un medio clave dentro de la cultura rockera subterránea, ya que por medio de esta publicación se podía dar seguimiento a lo que pasaba dentro de la escena a nivel internacional, a pesar de que también llegaron a difundir a artistas de cartón. Según el periodista Iván Nieblas:

“le tiraban en un principio a la onda pop y a rescatar a algunos héroes de los 60 y 70 (sic). A la llegada de los 80 le entraron poco al Heavy Metal y se quedaron más con el *new wave*. A medias, pues le entraron de plano a todo lo que fuera popular. Desde *Culture Club*, pasando por *David Lee Roth*, *Quiet Riot* o *Madonna*. La gran aportación es que siempre encontrabas grupos de ‘vanguardia’ que nadie más pelaba

²⁸⁶ Esta información incluso ha sido confirmada por testimonios de chavos banda pertenecientes a un nivel socioeconómico más bajo. Cfr., Urteaga, Maritza Castro Pozo, *Op. Cit.*, pp. 155-156.

²⁸⁷ *Ídem*.

como *Adam and the Ants*, *General Public*, *Tower of Power* o *Ultravox* con fotos, biografía y discografía.”²⁸⁸

El punk trajo consigo una serie de prácticas culturales. Su estilo era desenfadado y enfatizaba la diferencia, en oposición a la homogenización de la cultura representada por los productos culturales prediseñados por los medios oficialistas. La consigna inicial era: no hay futuro (basada en la canción *No future* de los Sex Pistols). Al no haber futuro, no importaba la forma en que te comportaras, ni como te vistieras o te peinaras. Las instituciones emblemáticas del modelo socio-económico dominante como la escuela, la familia y el trabajo, son para el punk, moldes y grilletes a los que hay que oponerse y destruir:

“Los punks critican el trabajo, que es despreciable y fastidioso (la ideología pop proponía soluciones, especialmente artesanales), critican a la familia (al comentar su niñez pasada en un internado de Yorkshire en el que <<recibió>> una tunda desde el primer día, Joe Strummer, cantante del grupo *The Clash*, agrega por ejemplo: <<Estoy contento de haber ido a parar allí, pues mi padre era un canalla. Lo veía sólo una vez por año y si lo hubiese visto de continuo probablemente lo habría matado>>), pero sobre todo critican la escuela y los profesores. Por lo demás, consideran la educación como una violación del individuo y la lectura, símbolo de su posible mejoramiento en las formas escolares, queda completamente abandonada...”²⁸⁹

A diferencia de *La Onda*, el punk se da a conocer a través de canales de comunicación fuera del circuito de consumo cultural de la sociedad adulta, como por ejemplo: las revistas (*Conecte* y *Sonido*) y fanzines, las radios culturales (con algunos programas especiales transmitidos por

²⁸⁸ Nieblas, Iván, *Revistas de rock* en *R&R* Edición numerada de colección, Tomo 1, Verano de 2005, p. 11.

²⁸⁹ Yonnet, Paul, *Juegos, Modas y Masas*, Gedisa, Barcelona, 1988, p. 133.

Radio UNAM y Radio Educación), los casetes piratas, el correo y los vínculos fraternales entre las tribus urbanas afines al rock²⁹⁰.

Repentinamente, la juventud cobró importancia para sociólogos, instituciones gubernamentales e incluso para la sociedad misma. Por un lado, la mancha urbana crecía de forma desmesurada; y por el otro, la población situada entre los 15 y los 29 años estaba aumentando, hasta llegar a representar en 1985 el 30% de la población total del país. El pandillerismo, era un tema que estaba siendo tratado en seminarios de Estados Unidos, en donde se afirmaba que las bandas eran el primer paso, hacia la guerrilla urbana²⁹¹. Para el investigador Francisco Gomezjara, el fenómeno de los jóvenes en la calle es causado por una serie de factores económicos y políticos; entre ellos, la destrucción de barrios populares para construir obras de infraestructura vial sin resarcir el daño:

“En la época de Uruchurtu al llevarse a cabo la ampliación de Reforma (del Caballito hasta Peralvillo) se quiebra la colonia Guerrero, de oriente a poniente, luego con los ejes, se parte nuevamente de norte a sur: total, queda tasajeada como tablero de ajedrez. ¿No es ello un elemento sustancial de desorganización urbana? Por lo tanto, las pandillas no son las generadoras de desorganización, sino más bien una respuesta activa, y no meramente un reflejo mecánico o pasivo, como suele caracterizarlo el conductismo, a tales agresiones contra los espacios barriales.”²⁹²

El nuevo discurso ideológico de la cultura dominante asocia el pandillerismo con enfermedad social, apoyado en una tendencia dogmática de la sociología. A pesar de ello, la polémica estaba en el

²⁹⁰ Vid., Urteaga, Maritza, *Op. Cit.*, p. 163.

²⁹¹ Vid., Gomezjara, Francisco, *Jóvenes en la calle o la cultura de banqueta* en Fuentes Luis Mario cord., *Jóvenes en el fin de milenio*, Espasa Hoy, México, 1994, p. 29.

²⁹² *Idem*.

aire, e incluso se realizaron encuentros en las universidades para debatir la problemática.

En medio de este escenario caótico, nace el *Tianguis Cultural del Chopo* el 4 de octubre de 1980, como una iniciativa de Jorge Pantoja (quien retomó la idea de un mercado de trueque cubano). De esta forma, se abrió un canal de comunicación entre coleccionistas, melómanos e interesados en los materiales discográficos y hemerográficos fuera de la lógica de la circulación comercial (como los *punks* y los *rockers*: dos de las tribus urbanas que más habían sido estigmatizadas, con un poco de ayuda de la prensa amarillista). Los músicos independientes –para quienes las disqueras tradicionales eran sinónimo de puertas cerradas– encontraron en el tianguis un espacio donde vender su material y establecer un nexo directo con su público. Incluso éste se convirtió en una especie de bolsa de trabajo para la rockósfera nacional: ahí se conectaban tocadas, se conseguían músicos y se hacían tratos con estudios de grabación. En pocas palabras, el Chopo se convirtió en un verdadero espacio de comunión identitaria y retroalimentación de estilos juveniles²⁹³, al menos durante su primera época²⁹⁴.

Y mientras tanto, ¿qué era lo que pasaba con los medios de difusión masiva al percatarse de la presencia constante de los jóvenes en la vida cultural y política? El efecto fue positivo, ya que sus

²⁹³ A pesar de que reconocemos la importancia histórica del Tianguis para la difusión del rock nacional e internacional, discrepamos con quienes consideran que éste sigue representando una alternativa a los clásicos locales comerciales en donde se venden los espacios en la banqueta. En la actualidad, los locatarios que por años vivieron en carne propia la persecución y el hostigamiento de las autoridades y la policía, se han convertido en simples comerciantes cooptados y corporativizados por la administración en turno y que prohíben el intercambio de bienes al interior del tianguis. Asimismo, cuentan con su propio padrón y elementos de seguridad que se encargan de reprimir a quienes no cumplen con su reglamento interno. De hecho, el espacio cultural anarcopunk ha sido desplazado hacia las orillas y varias veces han intentado desaparecerlo, sin éxito. No podemos dejar de señalarlo: es un triste destino para un espacio que fue construido para paliar la censura y el veto implementado en contra de las producciones culturales emuladas del rock.

²⁹⁴ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 103.

necesidades e influencia permearon en los medios de comunicación, claro está, bajo la lógica de que los jóvenes eran un mercado cautivo desperdiciado. Bajo esta lógica, la pantalla chica y la radio, acumularon programas destinados al ámbito juvenil²⁹⁵. Así pues, a principios de la década de los ochenta, se podían escuchar diversas frecuencias rockeras, como *Radio 590*, *Radio Capital*, *Radio Éxitos 790* ('La Campeona'), *Radio Hits*, *Radio Universal* y *WFM*. En ésta última estaban vetados los grupos de *heavy metal*. Sin embargo, si la discriminación hacia los grupos anglosajones era patente, para los grupos de rock mexicano era peor, y estos siguieron refugiados en la radio cultural hasta el siguiente lustro²⁹⁶. En la Tabla 2 del Apéndice puede apreciarse la situación del *dial* radiofónico a principios de los ochenta.

A decir de Rosalía Winocur, la radio comenzó a tener acercamientos con los sectores marginales de la sociedad:

“Durante la década de los ochenta, las radios estatal y comercial empezaron a generar y adecuar una programación dirigida a públicos y gustos cada vez más versátiles. Su discurso refleja la variedad de grupos y la segmentación de espacios en la ciudad en términos generacionales, sectoriales y comunitarios. La narrativa radial comienza a incorporar a los nuevos marginados: vendedores ambulantes, chavos banda y taxistas. La familia sigue siendo un referente clave en el discurso, pero la versión nuclear y cohesionada. En contraste, predomina la modalidad en crisis, desintegrada, al borde del colapso o en peligro de extinción. La vida privada de los ciudadanos, al volverse materia de interés colectivo, cristaliza en una serie de opciones que contienen estereotipos y recetas tanto para caracterizar situaciones y personajes como para proponer soluciones alternativas”.²⁹⁷

²⁹⁵ Vid., Estrada Tere, *Op. Cit.*, p. 98.

²⁹⁶ *Ibid.*, p. 103.

²⁹⁷ Winocur Rosalía, *Op. Cit.*, pp. 68-70.

En otras palabras, la juventud no sólo estaba en el aire, sino que por primera vez desde Avándaro, tímidamente, nacían nuevos espacios de comunión identitaria y cultural destinados a ésta (además de los hoyos fonquis), aunque con muchas reservas. Sin embargo, la prensa, la televisión, las grandes disqueras y la radio, mantenían su veto al rock confeccionado en México.

Ello no representó un obstáculo para que se construyera una infraestructura básica de espacios de hibridación cultural, tales como los foros de las librerías *El Ágora* y *Gandhi*; los espacios de Tlalpan; *El Hijo del Cuervo* (mismo que en la actualidad se ha convertido en un sitio exclusivo con cadenero en la puerta y que se reserva el derecho de admisión) *El Isabelino*, *La Carpa Geodésica*; *La Casa del Lago* y el *Museo Universitario del Chopo*. También hubo algunos sitios dedicados al rock como *Rockola*, *Wendy's Pub*, *Andy Bridges*, *Satélite Rock's*, *Aramis* (después *Arcano*), *Rockotitlán* y el famoso *Hip-70* (tienda de discos y foro)²⁹⁸. Algunos grupos le dieron vida a estos lugares con personalidad y material propios, tales como: *Chac Mool*, *Ritmo Peligroso* (*Dangerus Rythm* en su etapa punk), *Iconoclasta*, *Mistus*, *Size*, *Kerigma*, *Ruido Blanco* e *Insólitas Imágenes de Aurora*²⁹⁹.

Además de la iniciativa del *Tianguis Cultural del Chopo*, Jorge Pantoja también promovió algunos concursos de rock celebrados en el Museo de Ciencias y Artes de la UNAM. El ganador en la primera convocatoria (1980) fue Guillermo Briseño, quien después fue conductor del programa *Apaga la luz*, transmitido por *Estéreo Joven*³⁰⁰.

Un gran acierto del museo fueron los talleres culturales. Algunos de los más recordados son: los de instrumento, el de composición y

²⁹⁸ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 100.

²⁹⁹ *Idem.*

³⁰⁰ *Ibid.*, p. 104.

apreciación del rock, y el taller de poesía³⁰¹. En este último, desfilaron Rafael Catana (futuro guionista y productor de *Pueblo de Patinetas* de *Radio Educación*), Rockdrigo González y Jaime Moreno Villarreal³⁰². En síntesis, el Museo Universitario del Chopo encarnó la metáfora ideal de la transición entre el hoyo fonqui y los espacios alternos.

El periodo presidencial de Miguel de la Madrid Hurtado representó múltiples problemas para el *Tianguis del Chopo*, principalmente por dos factores esenciales: una creciente hostilidad hacia el rock y una severa recesión económica. Muchos de los promotores que trabajaban en el gobierno consideraban que programar rock era programar su renuncia. Ello (como siempre), no impidió que los músicos se abrieran paso por los caminos de la independencia. En 1982, Betsy Pecanins conformó una banda de Blues en donde tocaron algunas figuras que después tomarían su propio camino como José Cruz y Fernando Ábrego³⁰³. En 1983, Laura Abitia fue invitada por Enrique Quezadas a formar parte del *Comité Mexicano de la Nueva Canción*, constituido para luchar contra las mafias de los hoyos fonquis. *El Comité Mexicano* organizó festivales como: “Esta vez por la paz” efectuado en el *Auditorio Nacional* en 1984, y algunos otros de solidaridad como “Una razón para juntarnos” (1985)³⁰⁴.

Estos años simbolizaron un momento primordial, tanto en la historia de la radio mexicana, como en la historia del rock vernáculo y sus identidades culturales. En primer lugar, fue el *Año Internacional de la Juventud*, y el Consejo Nacional de Recursos para la Atención a la Juventud (CREA) brindó a los jóvenes punks de las colonias marginales apoyo e infraestructura para que se materializaran proyectos culturales

³⁰¹ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 117.

³⁰² *Ídem*.

³⁰³ Fernando Ábrego participó junto con Arturo Ortega, el doctor Bolawski y un equipo de colaboradores; en la revista radiofónica *Otra Noche*, transmitida por *Radio Educación* a principios de los noventa.

³⁰⁴ Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 118.

autogestivos, como cortometrajes y obras de teatro³⁰⁵, lo cual representó una apertura (aunque fuera sólo coyuntural) ante el fenómeno de las bandas juveniles. En segundo lugar, el 19 de septiembre de ese mismo año se registró un sismo en la ciudad de México que sacudió los cimientos solidarios más profundos de la sociedad civil.

El *dial* radiofónico no permaneció ajeno al acontecimiento, por el contrario, ante la incapacidad de la televisión, la radio se mimetiza con otros actores sociales y políticos, tendiendo y reconstituyendo redes para enfrentar la tragedia, contrarrestando la ineficiencia y la insuficiencia de las autoridades³⁰⁶. Con estos hechos, la radio capitalina de los ochenta se comenzaba a perfilar como más abierta y propositiva que en la década anterior. Según la especialista Julia Palacios, proliferaron en el cuadrante los espacios de discusión de temas considerados tabúes (como el sexo y el sistema político) y hubo nuevos locutores más críticos y audaces³⁰⁷.

En cuanto al rock nacional, la década de los ochenta se caracterizó por el uso del español como lenguaje que expresaba vivencias cotidianas. Hubo una clara tendencia hacia la fusión con otras formas musicales (incluyendo música tropical y ritmos autóctonos). Según José Agustín³⁰⁸, *El Tri*, Rockdrigo González, Jaime López, Cecilia Toussaint y *Botellita de Jerez*, mostraban un paisaje anímico sumamente distinto al que ofrecía el discurso oficial. El público que se identificaba con este rock eran los jóvenes marginales de los hoyos fonquis, aunque con el paso del tiempo la clase media comenzó a interesarse otra vez

³⁰⁵ Es importante señalar que en esencia, lo que molestaba (y sigue molestando) más a las culturas parentales y hegemónicas era la autogestión de las bandas, y no el hecho de que retomaran el discurso autodestructivo de los punks ingleses.

³⁰⁶ Vid., Winocur, Rosalía, *Op. Cit.*

³⁰⁷ Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 166.

³⁰⁸ Cfr., Agustín, José, *La tragicomedia mexicana la vida en México de 1970 a 1988*, Tomo 2, Planeta, México, 1992.

por el rock nacional³⁰⁹. Asimismo, las compañías discográficas independientes comenzaron a darse a conocer en el subterráneo. En 1984 nació *Comrock*, y en 1985 *Discos Pentagrama* representó una opción para grabar grupos de rock mexicanos (muchos de los músicos de la corriente rupestre³¹⁰ pudieron grabar un LP gracias a dicha disquera). Por su parte, *Gas* y *Denver* fueron dos opciones viables para el rock urbano³¹¹.

Durante el Salinato (1988-1994), se dio crucial importancia a la administración de la cultura, mediante la vieja táctica de institucionalizarla. Por ende, se crean nuevos organismos gubernamentales y se fortalecen otros. A propósito de la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la antropóloga Violeta Torres apunta:

“A partir del sexenio de Carlos Salinas de Gortari, se dio un cambio en la administración de la cultura con la creación del CONACULTA. El 7 de diciembre de 1988 fue creado el Consejo por decreto presidencial, como un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, que ejerce las atribuciones que en materia de conservación, promoción y difusión de la cultura y de las artes correspondía a la citada Secretaría.

El consejo integra entre sus unidades administrativas a la Dirección General de Bibliotecas, a la de Publicaciones, a la de Culturas Populares, a la de Promoción Cultural, al Programa Cultural de las Fronteras y a la Administración, así como a la Unidad de Comunicación Social. Coordina, igualmente, órganos administrativos desconcentrados como el INAH, el INBA y *Radio Educación*.

³⁰⁹ Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 98.

³¹⁰ Los músicos rupestres son aquellos que sólo requieren de una guitarra acústica (y en ocasiones una harmónica) para confeccionar su música. Sus raíces son el blues y el rock, y sus temas recurrentes, el amor y la ciudad.

³¹¹ *Ibid.*, p. 99.

(...) Es fácil advertir los puntos de convergencia entre el proyecto elitista y el proyecto de Televisa: en ambos se concibe a la cultura deseable como algo que no surge aquí, sino que fue creado o está siendo creado al margen de la realidad cultural concreta de la mayoría de los mexicanos.”³¹²

Uno de los primeros conciertos masivos que se permitieron después de Avándaro fue el de Miguel Ríos en la Plaza México, patrocinado por *Rock 101* y *Espacio 59*. De esta forma, los jóvenes empresarios recién egresados de las universidades privadas (y futuros administradores de las industrias culturales) enviaban un mensaje muy particular a sus similares adultos: el rock and roll era rentable y había que entrarle de lleno a él.

No obstante, la política cultural del gobierno de Salinas de Gortari tenía una arista positiva: el rock mexicano regresó a los medios electrónicos para beneplácito de un amplio sector de la población joven. La tabla 3 del Apéndice ilustra el crecimiento de la oferta comercial del rock en la radio. Entre las estaciones más socorridas se encontraban: *Rock 101*, *Estéreo Joven*, *Espacio 59* (anteriormente, *La Pantera*) y *Magia Digital*. De las primeras tres hablaremos más adelante.

³¹² Torres, Violeta, *Op. Cit.*, pp. 84-85.

4.4 Los noventa y párale de contar

Con la apertura mediática, también llegó la primera etapa de la globalización, lo que trajo consigo los grandes eventos organizados por la monopolista empresa *Operadora de Centros de Espectáculos* (OCESA), todo ello inscrito dentro del contexto de la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y Canadá. Sin embargo, testimonios de músicos y de musicantes confirman que la apertura no necesariamente quiso decir igualdad de condiciones. Así lo expresa José Luis Paredes Pacho, integrante de la *Maldita Vecindad* y especialista en el tema:

“Es muy distinto alternar que abrir conciertos. No sólo por razones ‘éticas’ sino sobre todo prácticas. Hoy día existe una relación entre los grupos mexicanos y las bandas subterráneas de rock norteamericano que va de los simples contactos a la amistad. Muchas de estas agrupaciones alternativas desearían mostrar su trabajo en nuestro país”.³¹³

En este nuevo escenario, temas importantes como la identidad cultural del rock vernáculo, la censura y el otorgamiento de visas para tocar en otros países; fueron desplazados por las tendencias del mercado mundial del entretenimiento, y particularmente, en el rubro de la música.

No obstante, en medio de este estira y afloja, el rock -literalmente- estaba en el aire. Como puede apreciarse en la Gráfica 2 incluida en el Apéndice³¹⁴, las preferencias en la radio capitalina de principios de los noventa, mayoritariamente se inclinaban hacia el rock

³¹³ Paredes, José Luis Pacho, *Rock mexicano, sonidos de la calle*, Pesebre, México, 1992, p. 83.

³¹⁴ Vid., *Media Data, informaciones básicas*, Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, México, 1991, p. 34.

en inglés (7%) y en español (16%). De hecho, sumando ambos porcentajes, se iguala el porcentaje más alto de la gráfica, correspondiente a música variada (23%).

Dado que la industria radiofónica en nuestro país siempre se ha ajustado a los estudios de mercado y a los *ratings*, la proliferación de programas y estaciones especializadas no se hizo esperar, principalmente de rock en inglés, pero también de rock en español que los disc jockeys resucitaron de los empolvados catálogos de las grandes disqueras.

Una estación comercial que dio algunos pasos en la introducción de rock mexicano dentro de su programación fue Radio Capital de Grupo ACIR, con la emisión *Nivel 1260* conducida por Pepe Navar, la cual arrancó en 1989.

Dentro del marco de estas preferencias, algunas emisoras cambiaron totalmente de formato, como en el caso de *Radio Cañón*, que se convirtió en *Rock Fórmula 1470* a finales de 1991. Los programas de *Rock Fórmula* más populares eran: *Vibraciones del rock* (con Humberto Cantú), *La Ola Inglesa y la Ola Americana*, *Recuerdos de Enamorados*, *La Radio del Tiempo* y *Los Clásicos del 1470*³¹⁵.

Otra estación que cambió radicalmente su formato fue *Radio 13* de *Grupo Imagen*, la cual se transformó en XEDA, *Rock and Radio*, el 22 de octubre de 1992, y cuyo fuerte (como en la mayoría de este tipo de estaciones con formatos anquilosados) era la música de catálogo de las cuatro décadas anteriores. Una de las piezas clave dentro de la emisora era el locutor César Alejandre, quien había adquirido popularidad a raíz

³¹⁵ Vid, Posada Jacobo, Elizabeth, La transmisión de rock and roll en la radio mexicana: medio siglo de música, copetes y crinolinas, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, México, 1994, pp. 50-58.

de su participación en *Radio Capital* con el programa *Cara a Cara*, y cuya frase más famosa era: “¿sí, por cuál votas?”, debido a que hacía que el público radioescucha votara por una de dos canciones para transmitir la ganadora. *Rock and Radio* contaba con programas innovadores (y otros no tanto) y gente joven recién egresada de la carrera de comunicación, como Heriberto Vázquez. *Rock and Radio* también fue pionera en la difusión de rock urbano subterráneo, un género con el que se identifica un sector de los jóvenes que viven en las zonas marginales de la ciudad como Nezahualcóyotl y Ecatepec. El programa se llamaba *A la 1, a las 2 y a las 3* y era transmitido los domingos de 1 a 3 de la mañana. Sus conductores eran Luis Méndez y *El Jinete*, dos locutores bien identificados con las subculturas urbanas juveniles.

Al igual que muchas emisoras similares, contaba con sus programas de rock británico (Invasión británica) y música de catálogo (Al compás del rock), no obstante, los viernes a las ocho de la noche se realizaban mesas redondas en donde se debatía sobre diversos temas relacionados con el rock y sus intérpretes, con la salvedad de que las llamadas del público no salían al aire. Los sábados a la misma hora, se transmitía *Ídolos de oro*, en donde el locutor fungía como narrador y contaba anécdotas de la vida de los artistas. Diariamente, a partir de las once de la noche, salía al aire *Peace and Love*, con lo mejor de la onda hippie, incluyendo comentarios sobre el movimiento y sus manifestaciones³¹⁶.

Además, estaciones de corte distinto como *Radio Variedades* (tropical y nortño) y *Radio Mil* (astrología, noticias y música en español), aunque no se especializaban en rock, tenían sus propios programas con catálogo musical. *La Hora del Rock and Roll* (al aire

³¹⁶ *Ibid.*, pp. 58-60.

desde los años sesenta) en el caso de *Radio Variedades*, tenía una estructura clásica radial en donde se pone un tema musical, interviene el locutor y se aceptan llamadas del público. Cabe resaltar que durante las horas que se transmitía *La Hora del Rock and Roll* el número de radioescuchas aumentaba en contraste con la programación habitual³¹⁷.

Radio Mil, por su parte, entró al rentable mercado de la nostalgia rockanrolera con el programa *¿Quién Puso el Bomp?*, radiado diariamente a las tres de la tarde y producido por Julia Palacios, quien además conducía el programa de astrología *El Espejo de Venus*. Julia se integró más tarde al fallido proyecto de *Radio Alicia* de Jaime Pontones.

Otras estaciones de AM hicieron lo propio y así en la XEQ Radio podía escucharse *Dulces 60's* (sic) de lunes a viernes a las ocho de la mañana; en *Radio Felicidad 1180*, *Los Grandes Años del Rock*³¹⁸ en dos emisiones, una a las cinco de la mañana y otra a las cuatro de la tarde; y *El Mundo Musical de Radio Chapultepec*, cuyo limitado catálogo obligaba a los programadores a 'campechanear' con otro tipo de música.

Cabe destacar que el primero de septiembre de 1992, desaparece *Jazz FM* (en ese entonces, la única estación de jazz en el cuadrante) e inicia la era de *Radio Uno* en el 104.1 de AM, que para no variar también tenía su programa de rock de los sesenta. Ninguna de estas estaciones se aventuró a programar rock en español que no estuviera en el menú de *Orfeón*, *Perless*, *Musart*, *Columbia*; o cualquier otra disquera que no cotizara en el mercado.

³¹⁷ *Ibid.*, p. 73.

³¹⁸ El 1 de mayo de 1993, Radio Felicidad se transformó en XEFR *La Comadre*, una estación de música grupera, en donde lo más rockero que se escuchaba era a *Los Ángeles Negros*.

En *WFM Magia Digital*, una estación históricamente ‘fresa’³¹⁹, incluso existían algunas propuestas diferentes al perfil normal de la estación en 1991: *Radio Collage*, que brindaba la oportunidad a universitarios y estudiantes de transmitir sus propias producciones, y que salía al aire los lunes de 20:30 a 22:00 hrs. *Audiomanía*, en donde se platicaba sobre diferentes géneros musicales: desde postmodernismo, hasta rock alternativo; se transmitía los jueves de 20:30 a 21:30 hrs. En *Noche mágica*, (cuya producción estaba a cargo de Martín Delgado), se programaba soft rock, sofá jazz y *new age*; se transmitía de lunes a jueves de 20:30 a 21:30 hrs. Finalmente, en *Golden years*, se transmitían clásicos del *rock and roll* (oldies) los sábados de 12:00 a 16:00 hrs.

Lo mismo pasaba con *Digital 99*, una estación de corte pop que los sábados de 7 a 9 de la noche abría sus micrófonos a *La Mosca*, una radio revista rockera conducida por Miguel y Eduardo Guerrero y cuyas secciones eran: *Retrospectiva*, *Semita con leche* (oldies), *El Oráculo* (lo desconocido de los conocidos) y *Los Expontáneos* (foro para los nuevos grupos de rock mexicano)³²⁰.

Para bien o para mal, los noventa representaron un *boom* tanto en la radio como en el ámbito musical, del rock en inglés y en español. En el mejor momento de la década llegaron a coexistir *Rock 101*, *Radioactivo 98.5*, *Rock and Radio*, *Capital Heavy Radio*, *WFM*, *Radio Universal*, *Órbita 105.7* (antes *Conexión Acústica*) y *Óxido 1180*. Además, había muchos programas de corte independiente en estaciones

³¹⁹ Según el catedrático catalán Carles Feixa, ‘fresa’ se refiere a “los individuos de clase alta o clase media alta que se caracterizan por tener actitudes y comportamientos de superioridad y patrones estéticos muy vinculados a los estilos de consumo y moda hegemónicos en la cultura mexicana urbana (muy influidos por la cultura pop estadounidense)”. Cfr., Reguillo, Rosana, Feixa, Carlos, Valdés, Mónica, Carmen, Gómez Granell, *Tiempo de híbridos*, SEP INJUVE, México, 2004, pp. 114-115.

³²⁰ Vid., Gutiérrez Vicente, *Aniversario de programa dedicado al rock subterráneo*, en *El Nacional*, México, Domingo 10 de Enero de 1996, Pag. 47.

universitarias y educativas como *Radio Ibero*, *Radio UNAM* y *Radio Educación*.

Sin embargo, la década de los noventa estuvo marcada en su segundo lustro por la inestabilidad política a raíz del error de diciembre, el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas, el asesinato del candidato priísta Luis Donald Colosio, etcétera. El rock nacional no permaneció ajeno a esta realidad, y muchos grupos reivindicaron en sus letras las causas de los zapatistas o hacían retratos de la cotidianidad de la clase baja. El villano favorito era el ex presidente Carlos Salinas de Gortari. Esta tesitura permitió que el rock reconquistara espacios perdidos como las plazas públicas y las universidades. Los conciertos masivos, con carteles kilométricos regresaron a la escena nacional tras casi treinta años de censura mediática.

A partir de 1994 y hasta principios del 2000, el rock nacional se entrecruzó con la reivindicación de la lucha zapatista y el altruismo hacia las comunidades indígenas de Chiapas, como una reminiscencia de aquellos conciertos que antaño organizaran por los damnificados del terremoto de 1985. El 28 de febrero de 1995 se llevó a cabo el *Primer Festival del Rock por la Paz y la Tolerancia* en Ciudad Universitaria, organizado por la *Caravana Ricardo Pozas*³²¹. En él participaron tanto bandas consolidadas como *Maldita Vecindad* y *Los Hijos del Quinto Patio*, así como no tan conocidas como *Tuxedomoon* y *Los de Abajo*. Fue tal el éxito del evento, que el 18 de mayo de ese mismo año se llevó a cabo el *Festival 12 Serpiente* (día de la cooperación, según el

³²¹ Tristemente célebre por ser un estudiante de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales asesinado en la matanza del Charco, Guerrero. Hasta la fecha su muerte no ha sido esclarecida.

calendario maya) en donde se formalizó la organización civil *Batallón de los Corazones Rotos*³²².

Entre las muchas actividades que se llevaron a cabo en dicho concierto (performance, danza, teatro, video, etc.) había una de particular interés para esta tesis: la transmisión en vivo de la radio libre *Televerdad*. Poco más de 27 mil asistentes fue la cifra más conservadora al término del evento y se logró recaudar 200 mil nuevos pesos y 10 toneladas de víveres³²³. En este ‘masivo’ participaron: *Vantroi*, *Real de Catorce*, *Café Tacuba*, Guillermo Briseño (locutor y productor de *Estéreo Joven*, *Espacio 59* y *Radio Educación*), *Choluis* (de Trolebús), *La Oveja Negra*, *La Nao*, *Fratta*, *Juguete Rabioso*, entre otros³²⁴.

Para 1997, cuando *El Batallón de los Corazones Rotos* se convirtió en *La Bola*, se realizó otro concierto en donde se estrenó una radio simulada (sin transmisor) llamada XEZLN, cuyos conductores eran Poncho de *Santa Sabina*, Diego de *La Nao*, Adriana Díaz Enciso y Jordi Soler. Esto sentó un precedente dentro de las estaciones de radio oficiales como *Órbita 105.7* (creada en mayo de 1995) y *Óxido 1180* (nacida en noviembre de 1996), quienes comenzaran a transmitir desde los conciertos masivos, más por subirse en el tren del zapatismo y llevar un poco de agua a su molino, que por mostrar un gesto de altruismo.

Hablando de proyectos radiofónicos independientes, el Frente Zapatista de Liberación Nacional llegó a contar con el apoyo de *Radio Interferencia* (de San Juanico, Estado de México) y coadyuvó a la instalación de la *Radio Barrio Infantil* del proyecto Papalotl (niños

³²² Vid., Anaya Benjamín, *Neozapatismo y rock mexicano*, La Cuadrilla de la Langosta, México, 2000, p. 25.

³²³ *Ídem*.

³²⁴ *Id.*

callejeros) coordinado por Óscar Beltrán de *Restos Humanos*³²⁵; así como diversas radios comunitarias.

Con el párrafo anterior terminamos con nuestro recuento del rock mexicano desde una perspectiva radiofónica. Sin embargo, creemos necesario analizar los casos de algunas emisoras y programas que requieren de un microscopio con más graduación, tales como *La Pantera*, *Estéreo Joven*, *Espacio 59*, *Radio Educación*, *Radio UNAM*, entre otras. Posteriormente se analizarán los casos de *Rock 101* y *Radioactivo*.

³²⁵ Vid., Anaya, Benjamín, *Op. Cit.*, p. 47.

4.5 Otros actores

Después de esta travesía por más de treinta años en la historia del rock en nuestro país, daremos paso a otras historias que también tienen que ver con la construcción de esta tesis. Nos referimos a las emisoras y programas radiofónicos que han contribuido (en mayor, menor o insignificante medida) a la recreación cultural del rock como piedra de toque de estilos e identidades juveniles. A continuación presentamos las que a nuestro juicio merecen una mención especial.

4.5.1 La Pantera de la Juventud

La Pantera 590 probablemente es la estación rockera que más altibajos ha tenido dentro del cuadrante mexicano. Fue en agosto de 1967 -tras varios proyectos fallidos dentro de la misma frecuencia como *Radio Gemas* y *Radio 590*- que la XEPH se convirtió en *La Pantera de la Juventud*. A partir de ese momento y hasta 1987, *La Pantera* se convirtió en un proyecto firme con música sesentera y con radioescuchas jóvenes que al crecer no dejaron de acercarse a la estación, ya que existía un vínculo de identidad generacional entre éstos y la emisora.

Uno de los programas más recordados entre los rockeros de la vieja guardia es *Proyección 590*, cuya variedad en su colección de discos se debía principalmente a que se abastecía en la discoteca *Hip-70* de Armando Blanco. Es por ello que en dicha emisión era posible escuchar música recién salida del horno, así como artistas poco conocidos como el guitarrista Leslie West³²⁶. El locutor del programa se llamaba Agustín Romo Ortega³²⁷.

³²⁶ Vid., Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, *Las Mil y Una Radios*, Mc Graw Hill, México, 1997, pp. 135-136.

³²⁷ *Idem*.

Durante esos primeros años, hubo una fuerte competencia entre algunas estaciones juveniles de Amplitud Modulada por acaparar el mercado adolescente. El *raiting* se repartía principalmente, entre 'La Campeona' *Radio Hits*, *La Pantera* y *Radio Capital*. *Radio Éxitos* participó en menor medida en la contienda con el programa de los Beatles, conducido por Adolfo Fernández Zepeda 'La Voz Universal', y que se instaló después en *Universal Estéreo*³²⁸. *Radio Capital*, por su parte, contaba con la voz inconfundible de César Alejandro, -cuya carta de presentación era la frase "la discoteca de la gente joven"- quien cobró fama por su programa *Cara a Cara*.

La dinámica de la emisión era muy simple: el locutor hacía tres propuestas musicales y la gente llamaba para votar por alguna, la que obtenía una mayor cantidad de votos era transmitida³²⁹. Hasta la fecha, este formato ha sido calcado una y otra vez, incluso por estaciones poperas y gruperas. Actualmente, César Alejandro conduce el programa *La Era del Dinosaurio* en *Reactor 105*.

Como se aprecia en la Tabla 4 del Apéndice, *La Pantera de La Juventud* - así como *Radio Capital*- consideraba vital el contacto con el público. Dado que la masacre de Tlatelolco del 2 de octubre de 1968 aún estaba fresca entre los jóvenes de esa generación, era imperativo que los formatos radiofónicos acartonados cedieran un poco y comenzaran a tomar en cuenta la opinión de sus radioescuchas. A decir del investigador y catedrático Gabriel Sosa Plata, la trascendencia de *La Pantera* radicó no sólo en el hecho de que fue un núcleo de apropiación simbólica e identitaria para los jóvenes rockeros (y adultos

³²⁸ Vid., Flores Maya Ernesto, *La desaparición de Rock 101. ¿El fin de una idea musical?*, tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, Escuela Nacional de Estudios Superiores Aragón, México, 1998, pp. 11-13.

³²⁹ *Ibid.*, p. 12.

rockeros)³³⁰, sino que también fue un modelo a seguir para estaciones radiofónicas de otros estados de la República Mexicana y de otros países sudamericanos³³¹.

Muy a su pesar, *La Pantera* desapareció en 1985, como consecuencia de las nuevas tendencias en el mercado, mismo que se disponía a explotar lo que en su momento fue llamado el *boom* de los programas hablados, popularizados a raíz del terremoto que había sacudido a la ciudad de México el 19 de septiembre de ese mismo año. No obstante, *La Pantera* reapareció el primero de julio de 1990, luego del fracaso de la resurrección de la *Radio 590* de los años sesenta. La nueva Pantera estaba comandada por un ‘yuppi’ salido del grupo Radiópolis de Televisa llamado Benjamín Berber. Siete meses después, La Pantera volvió a salir del aire entre gritos y sombrerazos, para dar paso a otro proyecto fallido: *Radio Alicia*, creado por Jaime Pontones y Luis Gerardo Salas³³². Fernando Mejía Barquera en su columna del suplemento *Dominical* de *El Nacional* describía a *Radio Alicia* de la siguiente forma:

“*Radio Alicia* ofrece, aparte de la música sesentera, programas como *El Espejo de Venus*, un *talk show* mañanero a base de charla, comentarios, música y astrología, y *Treinta y tantos* (martes y jueves a las 7 de la noche) con mesas redondas y entrevistas acerca de temas que, como el nombre del programa indica, preocupan a los treintañeros: el divorcio, la soltería (¿por qué hay tantos treintones que rehúsan casarse?), la sexualidad, etcétera.

Sin embargo, el punto negro –o por lo menos gris- de la emisora se encuentra en la locución, donde al igual que otras emisoras no ha logrado un nivel óptimo de calidad. Ya se sabe que en la radio

³³⁰ Cfr., Apartado 1.5 La radio rockera y su papel en la construcción identitaria de los jóvenes.

³³¹ Vid., Esquivel Villar Alberto y Sosa Plata Gabriel, *Op. Cit.*, p. 136-137.

³³² *Ibid.*, p. 145.

mexicana actual la tendencia es romper con el viejo estilo de locución formal, pomposo, heredado de los cuarenta. Eso está bien. Lo malo es que el estilo con que se ha tratado de suplir la vieja escuela está basado en el abuso del tono coloquial que a veces sirve como pretexto para ocultar carencia de cultura y ausencia de técnicas para manejar la voz”.³³³

En *Radio Alicia* participaron personas que empezaban a hacer sus pinitos en la radio juvenil como Iñaqui Manero y Fernanda Tapia. Además, resultaba novedoso rememorar las radios libres que durante los sesenta surgieron en Europa y cuyas transmisiones se hacían en alta mar como *Radio Veronique* de Holanda y *Radio Caroline* en Inglaterra. No obstante, las críticas más fuertes hacia la estación no tenían que ver con los contenidos ni con aspectos meramente técnicos. Para el periodista Jaime Avilés, *Radio Alicia* era una parodia de las radios auténticamente subterráneas y contraculturales de antaño:

“El plagio que ha hecho *Núcleo Radio Mil* es indignante, no sólo por el cretinismo que caracteriza el contenido y el formato de esta ‘radio libre’ con meseros, sino sobre todo porque utiliza el prestigio *underground* de uno de los experimentos libertarios más audaces del siglo y lo aprovecha para vender pomadas y fraccionamientos”.³³⁴

Radio Alicia salió del aire el 14 de enero de 1992, con el argumento de que el Tratado de Libre Comercio y la globalización de la economía daban mayor importancia a la radio hablada. *Rock 101* realizó un homenaje durante el verano de 1993 a la extinta estación cediendo algunos espacios (de lunes a viernes de dos a tres de la tarde; y domingos de seis a doce del día) a sus cápsulas y a su programación musical.

³³³ Mejía Barquera, Fernando, Radio Alicia: flash back a los sesenta en *El Nacional Dominical*, México, 22 de diciembre de 1991.

³³⁴ Avilés, Jaime, Radio Alicia ¡bah!, en *El Financiero*, México, 2 de enero de 1991, p. 27.

Finalmente, después de haber cambiado de formatos una y otra vez (el último fue el 8 de abril de 1995 cuando la frecuencia del 590 de Amplitud Modulada fue transformada en *La Sabrosita*) sin éxito, en 1999 regresó *La Pantera* a su antigua casa (aunque -para variar- por una corta temporada), ya como una emisora netamente nostálgica. Al respecto, las críticas no se hicieron esperar, sobre todo por los radioescuchas de la vieja *Pantera de la Juventud*. El siguiente editorial publicado en la revista *La Mosca en La Pared*, habla por sí mismo:

“Para quienes conocimos la vieja *Pantera* (...), la misma que a finales de los sesenta y principios de los setenta competía con *Radio Éxitos* y, muy especialmente con *Radio Capital*, la actual versión, declaradamente nostálgica, no puede comparársele ni por asomo. Programar así como así canciones de la ‘edad de oro’ del rock no cumple labor cultural o instructiva alguna.”³³⁵

Lejana había quedado la primera época de la estación, cuando *La Pantera* contaba con programas propositivos como *Proyección 590* y se tomaban en cuenta las sugerencias de los radioescuchas para armar la programación. Nuevamente los estudios de *marketing* pesaban más sobre la mesa de la sala de juntas de los ejecutivos de *Núcleo Radio Mil* que los vínculos identitarios arraigados en un sector generacional de la juventud.

³³⁵ García Michel, Hugo, *Ojo de Mosca* en *La Mosca en La Pared*, Año 5, Número 33, México, septiembre de 1999, p. 11.

4.5.2 Estéreo Joven

La historia de *Estéreo Joven* va de la mano con una serie de movimientos efectuados por el gobierno en turno respecto al papel de los medios públicos dentro de una sociedad ‘democrática’³³⁶. Durante el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988), la radio estatal recibió un gran impulso. En esta coyuntura se crearon los sistemas estatales de comunicación social y el *Instituto Mexicano de la Radio* (IMER)³³⁷.

El IMER nació el 23 de marzo de 1983 y, según la especialista Cristina Romo, fue la primera acción concreta y amplia en décadas en favor de la radiodifusión estatal. El Instituto, al igual que sus homónimos correspondientes a Televisión y Cine, son, al menos en sus estatutos, organismos descentralizados del Estado, con patrimonio y estatuto legal propios. El trabajo del IMER consistía principalmente en la operación directa de 18 emisoras (algunas de las cuales ya fueron vendidas o permitidas a particulares) y la producción de materiales para proveer a la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) en el aprovechamiento del tiempo oficial³³⁸. En la operación, las emisoras del IMER tenían (tienen) independencia administrativa, aunque las políticas de programación y de comercialización eran (y son) dictadas por el propio instituto; de ahí que éste cambie radicalmente sus políticas de una administración a otra.

³³⁶ La razón del entrecomillado es que los medios públicos en pleno 2007 son inexistentes y gracias a la sabiduría de nuestros senadores, al aprobar sin modificaciones una minuta con errores de dedo a la cual no le cambiaron ni una sola coma, ahora la discusión ha quedado empantanada en su afán por proteger a los monopolios radiofónicos y televisivos y así cosechar beneficios electorales. Una sociedad sin medios públicos, al parecer de este humilde investigador, no es una democracia, es una mediocracia.

³³⁷ Vid., Romo, Cristina, *Ondas, canales y mensajes un perfil de la radio en México*, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Jalisco México, 1991, p. 64.

³³⁸ *Idem*.

Uno de los aspectos nebulosos dentro de los estatutos del IMER, es el referente a la comercialización y a los contratos con patrocinadores. Dicha contradicción, no pasa inadvertida para la investigadora Cristina Romo:

“La política de comercialización extraña en un primer momento y confunde. Si la ley prevé sólo la existencia de emisoras concesionadas, permisionarias y escuelas radiofónicas, ¿cuál es el estatuto legal de las estaciones del IMER? Resulta que puede existir una forma diferente. Si el artículo 27 constitucional considera que el Estado es el administrador del espacio aéreo, concede y permite su utilización a otras personas y entidades. Sin embargo, cuando el gobierno federal utiliza algunas frecuencias no es necesario <<permitirse>> o <<concederse>> a sí mismo. De esta manera las radiodifusoras que opera el Estado se consideran <<reserva federal>>, ya que no son concesionadas ni permisionadas y pueden hacer lo que estime conveniente. Por lo tanto, pueden establecer una política de comercialización en el entendido de que el gobierno no está dispuesto a subsidiar totalmente la radiodifusión estatal”.³³⁹

No obstante, *Estéreo Joven* pudo salir adelante y constituir una opción distinta a la oferta radiofónica existente a finales de los ochenta y principios de los noventa, ya que no sólo difundía rock mexicano no transformado en embutido por las grandes disqueras; sino también porque contaba con programas de participación social dirigidos a la juventud y con proyectos autogestivos, como el del *Colectivo Radiofónico del Tianguis Cultural del Chopo* y su programa *El Rock está en el Chopo*. Aunado a lo anterior, su programación se nutría también de jazz, blues, canto nuevo y música latinoamericana, brindando un espectro pluricultural al radioescucha.

³³⁹ *Ibid.*, p. 87.

Ubicada en el 105.7 de la banda de FM -la cual pertenecía al Departamento del Distrito Federal-, *Estéreo Joven* transmitía de 6 a 2 de la mañana y durante su primera etapa contaba con una buena cantidad de producciones propias, tales como: *Panorama Cultural* (reportajes, entrevistas, informaciones); *El Buen Comer* (consejos de nutrición); *Un día con...* (entrevistas); *Los que hicieron época* (rock and roll de los sesenta); *El sonido de la imagen* (cine); *Encuentro* (producción del CREA); *La carrera del conocimiento* (concurso); *Tiempo de recreo* y *Las diez mejores de Estéreo Joven*³⁴⁰.

En abril de 1989, ya con Carlos Salinas de Gortari operando en Los Pinos, el perfil de la estación cambió radicalmente. Su nuevo gerente Guillermo Medina –quien venía de *Radio Educación*– le dio un giro de 180 grados al timón del proyecto y se concentró en capturar al público de bajos ingresos económicos ubicado en las zonas marginales de la ciudad, como Naucalpan, Ecatepec y Nezahualcóyotl³⁴¹. Asimismo, eliminó la balada romántica de la programación. En una entrevista concedida a Werner Rodríguez (ubicada entre las páginas de una empolvada revista *Topodrilo*), el propio Medina describió su proyecto de la siguiente forma:

“Lo definiría como un trabajo colectivo, creativo, con infinidad de posibilidades para que la radio cumpla efectiva y ampliamente sus funciones y así tener razón de ser.

En el caso del IMER, y por lo tanto, de *Estéreo Joven* se practica una radiodifusión acorde al momento que vivimos, en donde existen nuevas demandas sociales, nuevas expresiones de la sociedad y nuevas características.

³⁴⁰ *Ibid.*, p. 147.

³⁴¹ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, pp. 176-177.

Nos proponemos ser un medio de animación sociocultural que pueda conformarse en una radiodifusora de estilo comunitario, mediante la cual los jóvenes promuevan su propio desarrollo cultural, a la vez que abatir las desigualdades en los niveles de acceso y participación en la cultura. También lo concibo como un reto para desarrollar nuevas propuestas del discurso radiofónico, con un sentido y forma artística que a la vez de cumplir sus objetivos sea rentable.

Podríamos pensar que *Estéreo Joven* se va perfilando como un modelo de la radiodifusión de los noventa, como un ejemplo de lo que pueden ser los medios de comunicación del Estado.”³⁴²

El equipo básico de la estación estaba conformado por gente con ideas frescas, entre quienes destacaban: Felipe Oropeza, Susana Albarrán, Patricia Martínez, José Alberto López Sustain, María Eugenia Escalona y Rodrigo de Oyarzábal (programador de la estación).

Cabría hacer un paréntesis para destacar también dos programas de radio que entonces se transmitían en la desaparecida frecuencia del IMER XERIN 660 *Radio Rin*: *¿A qué te suena?* (rocknovela) y *Sábado en la noche*, ambos a cargo de Mónica Frías. Se cierra el paréntesis³⁴³.

Poco a poco se fueron integrando más personajes a la alineación original, y para 1990 contaba con una buena cantidad de propuestas nuevas, tales como: *Sólo para bandas* conducido por Jorge G. Monroy y Vladimir Hernández (alias *El Vladis*, editor de la revista subterránea *Banda Rockera* y protagonista de múltiples aventuras) y producido por Héctor Castillo Berthier (quien en la actualidad es el director general del *Circo Volador*, y en sus años mozos era integrante del grupo *Arpia* de Cecilia Toussaint); *Apaga la Luz* con Guillermo Briseño (músico y

³⁴² Rodríguez, Werner, *Estéreo Joven en el cuadrante cuadrado* en *Topodrilo*, Número 17, México, mayo-junio, 1991, pp. 74-76.

³⁴³ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 180.

conductor de programas de televisión de corte rockero); *Fuera de Contexto* con Rodrigo Farías; *Frecuencias Alteradas*, con Benjamín Salcedo (emisión dedicada a los subgéneros del rock 'rudo', como *heavy metal*, *trash*, *death*, *grunge*, etc.); *Humo en el Agua*, con Armando Molina (novedades musicales del rock internacional y comentarios sesudos); *Con el Rock en las Manos*, conducido por Óscar Sarquiz (a quien el destino lo llevaría a ser juez del programa de TV Azteca, *La Academia*); *Tribunal musical* con Walter Schmidt; *Rock sin Etiquetas* y *De Rola en Rola* (en donde se retomaba el formato clásico de recibir peticiones del público)³⁴⁴.

Estéreo Joven llega en un momento importante para la producción rockera nacional. Como se recordará, fue durante los noventa cuando se empezaron a crear y recrear espacios y foros alternativos juveniles de identidad cultural. Aunado a ello, la población ubicada entre los 15 y 29 años aumentó en todo el país a 26 millones 903 mil. Como consecuencia era imperativo centrarse en ese público cautivo, y crear una válvula de escape para las manifestaciones artísticas juveniles (el gerente de la estación calculaba que existían en la ciudad de México unas 20 mil bandas³⁴⁵) y también para la juventud urbana. No fue gratuito que entre la gente de la estación hubiera sociólogos trabajando en conjunto con los chavos banda³⁴⁶, como Héctor Castillo Berthier. Aunque no existen cifras exactas de la cobertura exacta de *Estéreo Joven* y de su impacto en este sector de la juventud, sí existen indicios de su importancia como canalizador de esta subcultura rockera. Una muestra de ello fueron los dos conciertos que organizaron (*La calle habla* y *¿Qué onda con el rock?*), ya que al

³⁴⁴ Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 178.

³⁴⁵ Vid., Toussaint, Florence, *Estéreo Joven* en *Proceso*, Número 687, México, 1 de enero de 1990, pp. 58-59.

³⁴⁶ *Ídem*.

primero asistieron alrededor de tres mil chavos banda y en el segundo se duplicó la cifra³⁴⁷.

Además, como puede apreciarse en la Gráfica 3 (Apéndice)³⁴⁸, la oferta radiofónica en cuanto a rock en español (incluyendo al rock mexicano) era prácticamente nula. Si contrastamos estos datos con los vertidos en la Gráfica 2, a pesar de que el porcentaje de las preferencias indicaba que el 16% de los encuestados se inclinaban hacia el rock en español, lo cierto era que la mayoría de las estaciones del Distrito Federal no estaban programando este tipo de música:

“De la información obtenida podemos afirmar, con mayor conocimiento de causa, que efectivamente el rock en español ocupa un lugar marginal en la programación de la radio. Si a ello agregamos que el rock mexicano actual representa el 0.5% de la oferta auditiva podemos concluir que es verdaderamente ridículo el espacio que las radiodifusoras le otorgan a una manifestación juvenil como el rock producido en México. Si bien sumando el porcentaje del rock en inglés con el del rock en español obtenemos una proporción de 31% del total, esto es, tan sólo cuatro décimas por debajo del género más difundido, resulta sorprendente la distancia que existe entre la balada, el rock en inglés y el espacio otorgado al rock mexicano actual. Si alguna duda teníamos con relación al papel que juega el rock mexicano en la industria cultural, por lo menos a nivel de la radio metropolitana de la ciudad de México, es clara su marginalidad”.³⁴⁹

Siendo una auténtica opción para el rock hecho en casa, la labor de *Estéreo Joven* no sólo se limitaba a las cuatro paredes de la cabina de transmisión, también se organizaron mesas redondas, festivales y conciertos. En este contexto, el Programa Cultural para Jóvenes

³⁴⁷ Id.

³⁴⁸ Vid., De Garay, Adrián, *El rock en la radio* en *Topodrilo*, Número 17, México, mayo-junio, 1991, pp. 71-73.

³⁴⁹ *Idem*.

organizó un ciclo de conferencias tituladas *¿Rock o Ruido?*, en donde se brindaron herramientas para optimizar los conocimientos en instrumentos, sonorización, promoción y presencia escénica³⁵⁰. Durante la gerencia de Guillermo Medina, se puso a disposición de los grupos nuevos el estudio de grabación del IMER, e incluso había una propuesta para hacer un programa en el que se incluyeran los *demos* de los jóvenes que estaban haciendo música pero que no tenían en donde grabar y se lanzó una convocatoria a través de la estación³⁵¹.

En cuanto a la programación, ésta estaba conformada en su gran mayoría por rock manufacturado en México (tres horas por la mañana y dos por la noche) y por las vanguardias musicales de otros países (llámese punk, reggae, metal o misceláneos), las cuales tenían su espacio en los especiales *Imerock* transmitidos por las tardes³⁵². Cabe mencionar que como los programadores cambiaban constantemente, la selección musical era muy heterogénea.

En 1992 el proyecto de *Estéreo Joven* colgó los micrófonos en la bodega. No hubo muchas protestas por parte de los radioescuchas, quizás porque la estación no había tenido tiempo suficiente para crear arraigos fuertes de identificación cultural entre su público. Lo cierto era que muchos no tenían claro el perfil de la estación (lo cual nos da una idea de la pluralidad del concepto), ya que ésta era un híbrido entre radio educativa y comercial: “Si eras chavo banda la programación de la mañana se te hacía muy ‘fresa’ y si no lo eras, la programación de la noche se te hacía muy ‘maciza’.”³⁵³

Uno de los programas que sobrevivieron al naufragio fue *Desde la Redacción* con Vladimir Hernández Galindo, transmitido los domingos a

³⁵⁰ Vid., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 176.

³⁵¹ *Ibid.*, p. 178.

³⁵² *Ídem.*

³⁵³ Testimonio de Susana Albarrán, en Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 179.

las 11 de la noche. El proyecto había surgido a raíz de las diferencias entre *El Vladis* y Héctor Castillo Berthier, quien a juicio del primero manipulaba a las bandas desde una posición de poder³⁵⁴. Una de las peculiaridades de *Desde la Redacción* es que era una especie de radio-revista con diversas secciones como *la Cartelera*, *la Nube*, *Bolsa de trabajo*, *Saludos de la banda para la banda*, etc.

Aún con todos los bemoles habidos y por haber, el programa sorteó los constantes cambios de gerencia del 105.7 (*Lasser FM*, *Conexión Acústica*), sin cambiar de horario ni de formato. Sólo la muerte de Vladimir Hernández el 6 de julio de 1994 pudo frenar el proyecto, puesto que para las autoridades del IMER ya no tenía sentido³⁵⁵.

Órbita 105.7 era el nombre que la nueva gerencia encabezada por Aníbal Córdoba dio a la estación rockera por tradición.

³⁵⁴ Vid., Nieblas, Iván, Banda Rockera en *R&R* Edición numerada de colección, Tomo 1, México, Verano de 2005, pp. 12-13.

³⁵⁵ *Idem*.

4.5.3 Órbita 105.7

Órbita 105.7 vendría a ser la secuela de una frecuencia que casi desde su nacimiento se había ocupado de difundir el rock más subterráneo. *Estéreo Joven* se convirtió en *Lasser FM* de 1993 a 1994, una estación que programaba balada juvenil y que por las noches tenía una barra de rock tan intrascendente como la estación misma³⁵⁶.

La siguiente administración comandada por Alejandro de la O, quiso retomar el formato radial estadounidense Adulto Contemporáneo (AC), cuya máxima es programar música tomando en cuenta el proceso de envejecimiento de la audiencia. La estación cambió otra vez de imagen y *Conexión Acústica* era su nuevo mote. Lo más rescatable del experimento era *La Hora del Jazz* –programa conducido por Fernando García Olmedo– y una mala copia del programa *Argonautica* de Jordi Soler en donde los radioescuchas leían sus poemas al aire.

Pero el cambio real llegó en el mes de mayo de 1995 cuando Aníbal Córdoba asumió la dirección de la estación e hizo una limpieza de personal generalizada, quienes sólo dieron algunos periodicosos antes de cerrar la puerta³⁵⁷.

Haciendo uso de diversas herramientas de *marketing* (como los promos), *Órbita 105.7* (como había sido rebautizada *Conexión Acústica*) llegó al séptimo lugar de audiencia, rebasando a *WFM* y a *Radioactivo 98.5*³⁵⁸.

³⁵⁶ Vid., Estrada, Tere, Op. Cit., p. 232.

³⁵⁷ Vid., R. Soto, Jorge, *La Órbita de 105.7* en *La Mosca en la Pared*, Año 1, Número 8, México, Julio de 1996, p. 29.

³⁵⁸ *Ídem*.

Todos los grupos que no tenían contrato con una compañía disquera, salieron del aire. Los nuevos programadores, Alfredo Martell y Juan Carlos Miranda, privilegiaron la transmisión de rock en español (60-80%) y de rock en inglés (20-30%)³⁵⁹. Los primeros programas de *Órbita* tenían el formato de cualquier estación de radio popera. *La Otra Cara del Rock*, *Sólo Rock* y *Back in time* –por mencionar los más importantes– eran fórmulas probadas, despolitizadas y ajenas a un contexto social específico, así como a las problemáticas de sus radioescuchas. Incluso, algunos programas eran una calca de otros ya existentes, como *Cinergis*, cuyo equipo (Ivo Gaytán, José Luis Guzmán y Fernando Zamora) se mudó a *Radioactivo 98.5* en 1996 para ocupar el lugar de su competencia: *Cinema Logic*. Lo mismo pasaba con el *Trío Galaxia*, una copia al carbón del concepto de *Patrulla Radioactiva*: deambular por la ciudad haciendo controles remoto en vivo y dando regalos al auditorio. Por otra parte, algunas emisiones, como *El Piloto*, sólo variaban la dinámica de otros conceptos ya existentes³⁶⁰.

Los locutores por su parte, no suplían la falta de contenidos de la estación³⁶¹, la cual se había convertido en un remedo de su más cercana competidora *Radioactivo 98.5*, eso sí, muy rentable para patrocinadores y disqueras.

No obstante, existían algunas excepciones que escapaban a la “línea editorial” de *Órbita*. En 1997 había al menos dos: *El rock sigue en el Chopo*, el cual se transmitía los sábados a las nueve de la mañana y daba información sobre los distintos eventos del histórico Tianguis Cultural; y *El Vigilante*, transmitido también en horario sabatino una hora

³⁵⁹ *Id.*

³⁶⁰ Ramos Hernández, Eliesheva, *Órbita, una plataforma para bandas alternativas en Voces en el aire*, Año 1, número 2, México, 30 de junio de 1998, pp. 12-14.

³⁶¹ De hecho, aunque *Órbita 105.7* era la estación más escuchada, según una encuesta hecha por el periódico *El Nacional*, no tenía ningún locutor preferido entre los encuestados, Cfr., Valdés Octavio y Del Moral Christian, *¿Quién es quién en la radio?*, en *El Nacional*, Jóvenes, México, 12 de mayo de 1997.

después y en donde se informaba al auditorio sobre las últimas novedades musicales de la industria inglesa y norteamericana³⁶². Además, de lunes a viernes de 4 a 6 de la tarde salía al aire *El IMECA*, en donde se presentaban novedades del rock en español.

En 1996, como consecuencia de la desaparición de *Rock 101*, *Órbita* recicló a Lucila Zetina, una locutora que había entrado por concurso en la última etapa de la estación creadora del concepto de *Idea Musical*. Para 1998, también se integró Clauzen Hernández, quien ya venía con su propio público de *Gaveta 12* (programa especializado en música gótica y en la cultura dark). Además, Clauzen se dio tiempo para conducir y producir otro programa más: *Ética Independiente* (un refrito de *Lado Cero*, otro producto rockcientounero reciclado). *La Órbita del Dinosaurio* (rock de los sesenta, conducido por César Alejandro) y *Rastafari* (reggae) eran otras dos excepciones que confirmaban la regla.

Uno de los aspectos que más generaba suspicacias entre gran parte de los grupos y solistas mexicanos que no se programaban en *Órbita* (la mayoría, pertenecientes a disqueras independientes o con su propio sello disquero) era el de la *payola*, entiéndase a ésta como el pago que hacen las grandes casas discográficas por programar una canción cierto número de veces. Obviamente, siempre que se pregunte a algún directivo o funcionario que trabaje en X estación de radio, éste no la negará ni la afirmará (sino todo lo contrario, como dice la vox *populi*):

“No mira... En realidad, la *payola* existe, es como un secreto a voces. Existe, pero en *Órbita* no. Yo he sabido cosas que te dicen, que les dan un carro, televisiones o hasta les han llegado a regalar casas. Lo que

³⁶² Vid., Vargas, Ernesto, El que busca, encuentra, en Hertzianerías, *La Mosca en la Pared*, Año 2, Número 18, México, 1997, p. 32.

nosotros recibimos, si tú lo quieres llamar *payola*, son promociones, es decir, mandamos hacer mantas de la estación, para tener presencia en el *Autódromo* o en el *Palacio de los Deportes*; las mantas cuestan y yo prefiero decirle a la compañía: hazme una manta de 9x9 y yo te sigo apoyando”.³⁶³

La presente investigación no pretende encontrar el hilo negro que conecta a las estaciones radiofónicas con las disqueras por medio de un signo de pesos; sin embargo, sólo como un ejercicio profesional, proporcionaremos algunos elementos para que el lector saque sus propias conclusiones sobre la práctica de la *payola* al interior de *Órbita*.

Uno de los periodistas y locutores más señalados en torno a esta práctica es Ricardo Bravo. Al respecto, Hugo García Michel afirma sobre su participación en la revista *La Mosca en la Pared*:

“Trabajar con Ricardo Bravo nunca fue una buena idea y tarde o temprano aquello iba a reventar (...). Ricardo faltaba un día sí y otro también o asistía apenas un rato, argumentando que tenía otros compromisos. No le entraba a la chamba, vamos. Pero lo peor sobrevino después, cuando un día nos dijo que ya tenía al ‘artista’ que tendría que aparecer en la portada del ejemplar uno. Recuerdo que lo miramos desconcertados y muy quitado de la pena nos dijo que sería Alejandro Lerner, porque así (sic) había quedado con la disquera (creo que era *Warner*)”.³⁶⁴

³⁶³ Entrevista a Rubén Martínez, ex director de programación de *Órbita* contenida en Déciga, Zuleika, *La payola: todos saben qué es, pero nadie la recibe*, en *Generación*, Número 16, México, diciembre de 1997-enero de 1998, pp. 20-21.

³⁶⁴ García Michel, Hugo, *La vera, escalofriante y tremebunda historia de La Mosca en la Pared*, en *La Mosca en la Pared*, Año 11, Número 82, México, 2004, p. 15.

Años más tarde, ya como locutor de *Órbita*, Ricardo Bravo impidió que se diera un intercambio entre la revista *La Mosca* y la estación de radio, según el testimonio del periodista Ernesto Vargas³⁶⁵.

Órbita, siendo una radio pública, nunca pudo salirse de la lógica en la que la habían envuelto sus creadores, y aunque tenía un buen nivel de audiencia, estaba muy lejos de representar la diversidad cultural que envuelve al rock, y que va más allá de la música y de sus distintos géneros; ya que sólo programaba éxitos del hit parade del rock en español y en inglés. Para que una banda nueva fuera programada tenía que conocer a alguien al interior de la estación (como los integrantes de *La Reta*) o tener cierto grado de popularidad (como el grupo *Sekta Core*, quienes a pesar de haber firmado contrato con Sony Music, tuvieron que abandonar su militancia zapatista e integrarse a los avatares del *mainstream*). Los herederos de aquella *Estéreo Joven* preocupada por los aspectos sociales y culturales que envolvían a la juventud urbana, sacrificaron la inteligencia por el *raiting*.

³⁶⁵ Cfr., García Michel Hugo, *Ojo de Mosca* en *La Mosca en La Pared*, Año 2, Número 20, marzo de 1998, p. 7.

4.5.4 Óxido 1180

Óxido 1180 tuvo una corta existencia, quizás porque desde la Amplitud Modulada le era difícil competir con *Órbita* y con *Radioactivo*; o más bien porque los directivos de los consorcios radiofónicos siempre anteponen sus intereses económicos a los intereses de su propia audiencia. Fue en noviembre de 1996 cuando *Óxido* inició su viaje por las ondas hertzianas, como una iniciativa de algunos ex orbitales (Rafael Bazaldúa, Gabriel Ríos y Olivia Luna) y otros personajes de la radio juvenil como Iñaqui Manero y Clauzen Hernández, quienes recién habían sido rescatado del hundimiento de *Rock 101*.

Uno de los aciertos de *Óxido* fue el de acercarse al público de las zonas marginales de la ciudad, labor que dio continuidad al acercamiento que a principios de los noventa hizo *Estéreo Joven*:

“Después de librarse de la sombra que representaba *Órbita 105.7*, para el equipo egresado de allí, sus integrantes se dedicaron a reabrir algunos espacios que se perdieron en *Estéreo Joven* y *Rock 101*, de manera que quienes gustan de escuchar a su grupo favorito improvisando música y palabras, tienen el *Laboratorio*; si se busca la combinación de rock ochentero en español y las propuestas más recientes, ahí está *Alquimia*; ¿disqueras pequeñas y material nuevo?: *Ética independiente*³⁶⁶; para los que desean rock clásico está *El baúl del Abuelo*, y si extrañas viejos programas están *En los cuernos de la luna*, *Gaveta 12* y *Radiodifusión*.”³⁶⁷

Después se incorporaron a la barra de *Óxido* otros programas: *Página 2* (con Iñaqui Manero), *Circuito Interior*, *Programa Vespertino del Bazooca*,

³⁶⁶ En efecto, era el mismo programa que –junto con *Gaveta 12*– Clauzen llevó a *Órbita* después de la desaparición de *Óxido 1180*.

³⁶⁷ Vargas Ernesto, *Óxido pasaría a Frecuencia Modulada para horror de estaciones anquilosadas*, en *La mosca en la Pared*, Número 17, México, septiembre-octubre de 1997, p. 5.

Oxcine, *Oxígeno* (con Rafael Bazaldúa), *La Hora de Lora*, *Eje Central*, *Metamorfosis*, *Mambazo* y *Ciudad Asfalto*. Dentro del horario sabatino, estaban: *Código Radio*, *Cinequinesis*, *Caja Negra*, *Los inexpertos* y *La Tabla Periódica*³⁶⁸.

Durante cierto tiempo se llegó a pensar que *Óxido 1180* llegaría a ser tan popular (comercialmente hablando) como *Órbita*, a tal grado, que corría el rumor que de un momento a otro se incorporaría a la Frecuencia Modulada. No fue así, el 4 de enero de 1999 *Grupo ACIR* decidió quitarla por ‘razones de mercado’ y ‘conveniencias comerciales’ y en su lugar quedó una estación de noticias deportivas (*Superdeportiva*)³⁶⁹. En entrevista con la revista *La Mosca en la Pared*, Gabriel Ríos, ex locutor de la estación explicó cuándo inició la caída de la estación:

“En el momento en que sentimos que dejaba de haber apoyo. Cuando nos avisaron, con tres o cuatro meses de anticipación, que *Óxido* iba a desaparecer, el ánimo decayó y todo empezó a hacerse con las patas. Yo creo que el problema principal fue de mala estrategia. La alta gerencia nos argumentó que la emisora no les dejaba nada económicamente hablando”.³⁷⁰

El caso de *Óxido* es una perla más en la historia de las estaciones de corte rockero que desaparecen y aparecen a capricho de los empresarios, sin tomar en cuenta los constructos culturales que puedan surgir y nutrirse de estos medios especializados (a pesar de que estamos hablando estrictamente de estaciones comerciales que ya de por sí dejan fuera de su programación toda una paleta de colores musicales aglutinados en los diferentes géneros del rock).

³⁶⁸Vid., *Voces en el aire*, Año 1, Número 6, Segunda quincena de septiembre, México, 1996, p. 9.

³⁶⁹Vid., Kurdtis, *Se oxidó el Óxido... 1180*, en *La Mosca en la Pared*, Año 3, Número 28, México, marzo de 1999, p. 10.

³⁷⁰*Ibid.*, p. 10.

4.5.5 Espacio 59

Espacio 59 fue lo que en el *artgot* se conoce como ‘llamarada de petate’. Surgió en el mes de junio de 1987 para ocupar el lugar que había dejado *La Pantera* en el 590 de AM. Sin embargo, la historia de esta estación se fraguó un año antes, cuando Luis Gerardo Salas, quien comandaba la gerencia de *Rock 101*, viajó a Madrid para asistir al *Primer Festival de Rock Iberoamericano* en noviembre de 1986. En dicho concierto, participaron: Miguel Ríos (quien, se decía, era el verdadero motivo del festival ya que estaba promocionando su más reciente álbum), Charly García, *El TRI*, *Los Paralamas*, entre otros. El evento atrajo el interés de la industria discográfica, ya que empezaba a decaer el interés del público en la balada romántica y el rock en español era el candidato idóneo para llenar ese hueco en el mercado³⁷¹.

Luego del ‘descubrimiento’ (recordemos que en México ya existían intérpretes y grupos que componían sus propias canciones desde los años sesenta), Luis Gerardo Salas regresó a México con una buena dotación de discos de rock ibérico, cuyas canciones intercalaba en la programación habitual de *Rock 101*. Grupos como *Radio Futura*, *Alaska* y *Dinarama*, *Nacha Pop* y *la Unión* fueron sólo la vanguardia de un proyecto mucho más ambicioso: hacer del rock en español un negocio redituable:

“La compañía *Ariola* y la estación de radio *Rock 101* fueron la punta de lanza del producto ‘Rock en tu idioma’. En *Rock 101* empezaron a programar grupos como *Naftalina* o *Alaska* y posteriormente se creó el formato de *Espacio 59*. La estación radiofónica esperaba que llegaran las compañías a promocionar a sus grupos, pero hubo una falta de coordinación total ¿En qué criterios se basaban para programar a

³⁷¹ Cfr., Ruíz Hernández, María del Carmen, *Ella existió sólo en un sueño (reportaje sobre Espacio 59)*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, México, 1994, p. 38.

algunos grupos y a otros no? Según ellos en criterios de calidad y que las grabaciones fueran audibles (...).

El tipo de rock que promovía la serie era *pop* y utilizaba temas ligeros, frívolos y triviales.”³⁷²

Como podemos constatar, *Espacio 59* fue concebida como una estrategia para matar dos pájaros de un tiro:

1) Recuperar la audiencia del 590, que según las propias palabras del director general de *Núcleo Radio Mil*, Guillermo Salas Vargas, era la estación que menos facturaba³⁷³.

2) Reactivar el mercado del rock en español en México con ayuda de las disqueras institucionales (*Capitol*, *Peerless*, *WEA*, etc.) y con la consecuente organización de magnos y redituables conciertos.

Cabe señalar que el mismo Luis Gerardo Salas aceptaba que el rock que ellos junto con los sellos discográficos más importantes promovían, estaba perfectamente desinfectado para no ofender a la sociedad mexicana:

“Para Luis Gerardo Salas, el rock que ellos ofrecían no era agresivo ni ruidoso, sino un rock lavadito, que podía ser aceptado por la sociedad, con un mensaje entre líneas importante. Alberto Huízar, director de promoción de *Ariola*, entonces comentó en diferentes medios que los consumidores del rock en español de fines de los ochenta tuvieron como antecedente el gusto generacional por *Menudo*, *Parchis* o *Timbiriche*. El rock que *Ariola* promocionó en este tiempo no atacaba a la sociedad ni hablaba de droga”.³⁷⁴

³⁷² Estrada, Tere, *Op. Cit.*, pp. 170-171.

³⁷³ Vid., Ruíz Hernández, María del Carmen, *Op. Cit.*, p. 51.

³⁷⁴ Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 171.

A pesar de sus políticas de omisión, *Espacio 59* contaba con un equipo creativo con propuestas nuevas. Parte de su éxito se lo debe a Fernanda Tapia, quien a pesar de tener que seguir los lineamientos de la estación (y a un Luis Gerardo Salas que todo el tiempo supervisaba y moderaba sus ideas) supo sacar provecho desde los programas que ella conducía, tales como: *Espacio Invitado* (mismo que se transmitía de 7 a 8 de la noche y en donde los músicos fungían como locutores y programadores), *Espacio Compartido* (conciertos acústicos con la participación del público), *De Espacio 59*, *Matutino Continental* (en donde el radioescucha era el que tenía el papel protagónico) y *Pídelas Cantando*. Además, la Tapia producía, coordinaba la programación, hacía spots y hacía aportaciones que enriquecían el perfil de la estación, más pensado para llegar a un público joven de clase media baja y clase media alta con gusto por la música *pop*³⁷⁵.

Otros programas que también contribuyeron en mayor o menor medida al posicionamiento de la estación, no hablando en términos estrictamente comerciales, sino más bien como una alternativa cultural identitaria entre los jóvenes; fueron: *Palabras sin Censura*, transmitido los lunes y miércoles de 8 a 9 de la noche y conducido por Verónica Ortiz; *Rocanrolario*, espacio nocturno (10 a 11 de la noche) en donde Guillermo Briseño comentaba sus experiencias dentro del rock mexicano; *Lobotomía* (jueves de 10 a 11 de la noche), emisión especializada en Heavy Metal; *Radio Pirata*, programa sabatino de conciertos en vivo; *Vámonos de Frontera*, un paréntesis en el cuadrante para la música chicana; y *Cotorreando la Noticia*, con Chucho Salinas y Héctor Lechuga³⁷⁶.

Una de las cartas de presentación de *Espacio 59* fue el predominio de locutoras con turnos en vivo. Además de Fernanda Tapia

³⁷⁵ *Idem*.

³⁷⁶ Vid., Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, *Op. Cit.*, p. 139.

y Verónica Ortiz, también desfilaron por la cabina de la estación: Lynn Fainchtein, Cristina Stivales, Marisol Fragoso, Socorro Gutiérrez, Lucy Carbó y Annette Fradera (cuyo seudónimo era Mague Sánchez).

Otro de los aciertos de la estación fue el contratar a un personaje que tiempo después daría de que hablar en otros medios de comunicación por su irreverencia y particular estilo de hacer locución: Juan Carlos García, *El Doctor Bolawski*. Paradójicamente, su espacio *El Perímetro de la Neurona* podía estar musicalizado por cualquier tipo de música (desde *Las Ardillitas* hasta Barry Manilow), excepto rock en español, como una crítica personal hacia los grupos de rock mexicano, quienes desde su punto de vista “se sentían estrellas”³⁷⁷.

Como todo proyecto de radio experimental que tenga la mala suerte de echarse a andar dentro de alguno de los grupos radiofónicos que controlan casi todo el *dial* defeño, *Espacio 59* comenzó a desmoronarse, en parte por la censura interna que le era impuesta por Guillermo Salas Vargas, director de *Núcleo Radio Mil*, en parte porque desde la lógica de los ejecutivos el *boom* del rock en español ya había pasado de moda y los grupos de rock mexicano no aportaban material nuevo.

La debacle de la estación empezó cuando la línea conservadora y proteccionista de *Núcleo Radio Mil* (diríamos, para efectos de esta tesis, germen de la cultura hegemónica y parental del México más conservador y del pensamiento más retrógrado) entró en conflicto con los contenidos de la misma. Múltiples son los ejemplos de las mordazas con las que Luis Gerardo Salas les cerró la boca a su propio equipo por ignorancia o por incompreensión de la importancia de que no sólo los fresas se sintieran identificados con el proyecto, sino también los chavos

³⁷⁷ Vid., Ruiz Hernández María del Carmen, *Op. Cit.*, p. 87.

banda. He aquí un testimonio de la conductora de Palabras sin censura, Verónica Ortiz, que corrobora lo anterior:

“Empecé a tener límites como el que no dejara yo entrar a los chavos punks. Todo estaba bien mientras iban niños muy bonitos y bien vestidos, de la Ibero o de las universidades, hablando también bonito de que todo es feliz y maravilloso; pero cuando el programa mostraba otras tendencias que se exponían ahí de manera clara y abierta, pues de eso se trataba, ya no les gustó.”³⁷⁸

Asimismo, la censura era tan evidente que rayaba en el absurdo, el punto de quiebra fue cuando Luis Gerardo Salas editó la canción de Jaime López *La Primera Calle de la Soledad* para quitarle la palabra “chinga”, la cual sólo se mencionaba una vez. Pero no sólo las mal llamadas “palabras altisonantes” (considerando que el lenguaje es parte de una identidad cultural, en este caso, juvenil) contenidas en las letras de algunas canciones escandalizaba las buenas conciencias de los directivos de *Núcleo Radio Mil*, también les atemorizaba el hecho de que los locutores se acercaran al radioescucha de bajos ingresos, “pandroso” y con otra envoltura cultural ajena al esteoreotipo de juventud que encaja en los estudios de *marketing*. Joaquín Jaubert (quien aprovechó la convalecencia de Fernanda Tapia por la hepatitis para ocupar la gerencia y algunos programas de la locutora) explica esta situación de la siguiente forma:

“Luis Gerardo no estaba del todo convencido del trabajo de Fernanda Tapia porque era descaradamente *antifresas*, por así decirlo... y tendía mucho a la banda. Entonces la idea era jugar un poco sucio, un poco chueco, pero bueno, tratar de agradar o por lo menos no agredir a un lado. Si bien de repente somos banda no vamos a criticar a los fresas y si somos fresas no vamos a criticar a la banda. Si ahora sigue cierta

³⁷⁸ *Ibid.*, p. 104.

discriminación entre uno y otro grupo, con Fernanda se sentía bastante”.³⁷⁹

El primero de enero de 1990, la tensión al interior de Espacio llegó a su climax, y una vez más (cómo abundan los ejemplos en esta tesis) otra estrella brillante (con todo y sus bemoles) se extinguió en el cuadrante de Amplitud Modulada. Las razones que dieron Luis Gerardo Salas y compañía a los radioescuchas para justificar su desaparición, están contenidas en una editorial del suplemento *Extra Urbano* del periódico *El Nacional*:

“Desde el uno de enero transformamos una emisora partiendo de consideraciones que sobrepasan la unilateralidad económica. Aunque sin pretender negar nuestra esencia empresarial, transformamos *Espacio 59* partiendo de consideraciones más importantes. En primer lugar la falta de materia prima para elaborar dieciocho horas de transmisión cada día. La falta de producción en flujo constante por parte de la música de rock mexicana (¿?!). El estancamiento de la expansión hacia auditorios potenciales que capturarán nuestra señal. Consideraciones que adquieren mayor trascendencia cuando se refiere a nuestra radio, el que hemos creído creer innovador, conceptualmente diferente y alternativo a las proposiciones contemporáneas de la radio, estandarizada en dos vertientes: comercial y cultural. Retractarnos, si ese es el caso es doloroso y sin embargo aleccionador.”³⁸⁰

Lejana era aquella broma de un día de los inocentes de 1987 cuando Fernanda Tapia anunció que *Espacio 59* saldría del aire, y un Luis Gerardo Salas jovial y sonriente dijo que la estación “tenía una fuerza inquebrantable y un compromiso con el rock en español de todos lados”³⁸¹. Bastaron tres años para que las palabras del entonces gerente

³⁷⁹ *Ibid.*, pp. 79-80.

³⁸⁰ Editorial, *Extra Urbano*, Viernes 26 de enero de 1990, Número 43, Año 1, En *El Nacional Dominical*, México.

³⁸¹ Ruiz Hernández María del Carmen, *Op. Cit.*, p. 62.

de *Rock 101* se perdieran en la vorágine de las ondas hertzianas que nunca volverán.

4.5.6 La radio cultural y universitaria: el sótano de los rockeros

A lo largo de esta investigación se ha señalado la importancia de la radio pública y la radio cultural (hoy en peligro de extinción debido a la aprobación de la denominada *Ley Televisa* en el Senado de la República) en la difusión de géneros rockeros que no tienen cabida en el espectro radial capitalino. Asimismo, la independencia comercial de este tipo de estaciones les da un margen de maniobra que no tendrían si estuvieran sujetas a los cánones del *rating* y del mercado de la música (claro, el precio lo pagan con sus evidentes carencias tecnológicas).

La labor de preservar canales de difusión masiva se hizo más patente durante los años que siguieron al Festival de Avándaro de 1971. Dos programas que se mencionan de forma recurrente en otras investigaciones son: *El Lado Oscuro de la Luna* (Radio Educación), *Rock Marginal* y *Jazz en la Noche* con Juan López Moctezuma (Radio UNAM)³⁸².

Sin embargo, éstos no serían ni los primeros ni los últimos. A principios de los ochenta Delia Martínez “Sico” conducía junto con Óscar Sarquiz el programa *Rocanrollando* en Radio UNAM³⁸³; y en 1990, Roberto Aymes y Martín Taylor produjeron *Panorama de Jazz* en esta misma estación. De hecho, fue durante dicha década cuando se incrementaron notablemente los programas cuya temática giraba alrededor del rock nacional o internacional (mayoritariamente anglosajón), como por ejemplo *El Rol de Todos los Días* de Rodrigo de Oyarzábal.

A principios de los noventa, *Radio Educación* arrancó las transmisiones de una barra programática llamada *Rock en la Urbe*, la

³⁸² Cfr., Estrada Tere, *Op. Cit.*, p. 98.

³⁸³ Vid., *Ibid.*, p. 105.

cual estaba dedicada al rock y sus diferentes géneros. Los segmentos estaban repartidos a lo largo de los siete días de la semana, a continuación diremos de qué forma.

Los lunes a las 17:00 hrs, se transmitía *Las Arañas de Marte*³⁸⁴, programa que exploraba los orígenes del *New Wave* y las corrientes que surgieron de este movimiento, los grupos, la discografía y las letras de la nueva ola inglesa; una hora más tarde salía al aire *Agua de Jamaica*, serie dedicada al reggae, la música afroantillana, incluyendo el contenido social y político de las letras.

Los martes a las 17:00 hrs se podía escuchar *Escalera al Suelo*, programa en donde se manejaba mucha información acerca de los géneros del rock, sus precursores (el blues, el jazz y el rock and roll) y los que surgieron de él (*New Age*, progresivo, etc.); además había una cartelera de conciertos, tocadás, películas, invitados en cabina y textos literarios rockeros; a las 18:00 hrs entraba *De lo Perdido, lo que Aparezca*, en donde el locutor y programador se ponía el sombrero de arqueólogo y rescataba lo mejor del rock de la fonoteca.

Los miércoles, sólo había un programa llamado *Un Coto sin Nombre* (17:00 hrs), el cual fue una plataforma virtual para una extensa variedad de grupos musicales en vivo y grabados, y evocaba un poco la dinámica de *El Programa sin Nombre*, que se transmitía en Rock 101 y cuya conductora era Dominique Peralta.

Los jueves a las 17:00 hrs se transmitía *Caos*, un espacio de periodismo juvenil sobre problemáticas urbanas, conducido por Fernanda Tapia (recién desempacada del *Núcleo Radio Mil* tras el trueno de *Espacio 59*) y musicalizado con rock en español e inglés. Los

³⁸⁴ No confundir con *Arañas de marte*, el programa de la barra nocturna de Reactor 105.

viernes a la misma hora, se ubicaba el programa *Debates y Rebotes*, una especie de *talk show* de análisis y debates sobre asuntos de interés para jóvenes, conducido por el doctor Bolawski, otro exiliado de la radio comercial; a las 18:00 hrs iniciaba *Este Tren no Lleva Leones*, un gatuperio de entrevistas, grabaciones inéditas piratas, reportajes y otras cosas.

Los sábados a las 22:00 hrs, *De Tibiris*, *Rockeros*, y *Sones* exploraba las distintas voces y músicas de la ciudad, reivindicando la cultura chilanga. Finalmente los domingos a las 21:00 hrs se cerraba la barra con el programa *Ahora es Cuando*, una revista radiofónica con grabaciones *in situ* en concierto (principalmente de rock en la zona metropolitana), entrevistas al público y a los intérpretes, eventos, mesas redondas, conferencias relacionadas con el rock y la ciudad, etcétera.

Había otros dos programas que no eran parte de la barra denominada *Rock en la Urbe: Chida Ciudad de Miércoles* (conducido por Arturo Ortega, hermano de Rocco, vocalista de La Maldita Vecindad), *Demos Chance* (con Rocío Macías) y *¿Por qué Lloran las Cebollas?* (con Mónica Frías y Rodrigo Oyarzábal). Los dos primeros se enfocaban en las producciones caseras de rock que no tenían cabida en otros medios³⁸⁵ y el último era un escaparate para que los grupos dieran su opinión sobre diversos temas (la ciudad, la noche, la muerte, etc.).

No obstante las buenas intenciones de estos proyectos, algunos trabajadores de *Radio Educación* presionaron a sus autoridades y un año después salieron del aire los programas pertenecientes a la barra

³⁸⁵ Cfr., Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 181.

Rock en la Urbe, ya que creían que la radiodifusora se estaba convirtiendo en un *Rock 101*³⁸⁶.

Ello no fue un impedimento para que en el corto plazo surgieran nuevas propuestas radiofónicas auténticamente alternativas. Tal es el caso del programa *Otra Noche*, una revista ótica irreverente cuyo productor era Arturo Ortega y se transmitía los lunes a las 23 hrs. Entre los colaboradores del programa se encontraban: Fernando Ábrego (baterista del grupo *Real de Catorce*), el Doctor Bolawski y Erótica, un personaje femenino cuya verdadera identidad siempre fue un misterio para el radioescucha. La creatividad de su equipo era el sello de la emisión, en donde se podían escuchar antiradionovelas (*Súpermexicatihui*, *Los Caballeros del Sobaco* y *Allá en lo Ancho y Grande*), anticomerciales, consejos sentimentales y controles remoto desde cantinas y antros *underground* de la ciudad de México en donde era impensable que una radiodifusora cultural entrara.

Para 1997, *Radio Educación* no contaba ya con la cantidad de producciones juveniles que tenía a principios de los noventa. No obstante, nunca quitó el dedo del renglón en ese rubro. Los miércoles a las 20:30 horas, transmitía *Latidos del Mundo* con Sergio Monsalvo; y los domingos a las 24:00 horas, *Medianoche en Babilonia* con Tito Vasconcelos, un programa que aunque poco tenía que ver con el rock, sí representaba a un grupo social que carace de espacios de identidad en la radio y la televisión privadas: la comunidad lésbico-gay. En noviembre de 1999, se produjo una serie de 60 cápsulas dentro de la serie *Pulsor 4 X 4*, conducidas por Sergio Monsalvo y Rocío Méndez, mismas que constituían un recorrido por cinco décadas de la historia del rock, incluyendo el nacimiento del blues clásico.

³⁸⁶ *Idem*.

En fechas más recientes, vale la pena mencionar el esfuerzo del músico rupestre Rafael Catana, quien en su cápsula semanal *Pueblo de Patinetas* le da voz a los grupos y solistas rockeros de un espectro amplio de tendencias musicales (dark, metal, progresivo, rupestre, etc.).

Por su parte, *Radio UNAM* ha tenido una producción de programas especializados en rock más decorosa, ya que dentro de su formato institucional y academicista no hay tanta libertad de movimiento como en *Radio Educación*. Entre las producciones rockeras de esta emisora que en la última década han destacado en el cuadrante, están: *Radio Etiopía*, con Guillermo Henry (poesía y rock en torno a un tema semanal); *El Blues Inmortal*, con Mario Compagnet; *Opus Nigrum*, un programa especializado en progresivo; *Panorama del Jazz*, fundado por el fallecido locutor Juan López Moctezuma y conducido por Roberto Aymes; *La Cocina del Alma*, con José Agustín (versión radiofónica de su columna mensual publicada por *La Mosca en la Pared*); y *Música perdida*, que se caracterizaba por no hacer comentarios sobre la música transmitida³⁸⁷.

En 1999, *Radio UNAM* produjo la barra juvenil denominada *Espacio Alternativo*, la cual se radiaba de lunes a jueves a partir de las nueve y media de la noche. Abría los lunes con *Otra Noche*, la producción de Arturo Ortega y Fernando Ábrego que anteriormente se encontraba en Radio Educación; Los martes pertenecían a *Urbe Sonora*, un programa lúdico sobre las problemáticas de la juventud, producido por Estela Leñero y conducido por Fernanda Tapia; los miércoles desde *Apocalipsis*, producido por Rocío Ortega, se hacía un recuento de las manifestaciones culturales más importantes de los últimos cincuenta años (Generación X, pornografía, asesinos seriales, etc.); finalmente *X Radio* era un experimento radial producido por alumnos de la Escuela

³⁸⁷ Vid., Vargas, Ernesto, *El que busca, encuentra*, en Hertzianerías, *La Mosca en la Pared*, Año 2, Número 18, 1997, p. 32.

Nacional Preparatoria Plantel 5, que combinaba elementos de la radio comercial (enlaces en vivo, música pop) y no comercial (cápsulas informativas, radiorreportajes).

En la actualidad, la mejor aportación de *Radio UNAM* a la radio rockera del DF es el programa *Carpe Noctem*, transmitido los jueves a la medianoche (en franca confrontación con *Hexen*, *El Libro Negro*, conducido por Clauzzen y transmitido por *Reactor 105*), producido por Vicente Quirarte y enfocado en la subcultura oscura, incluyendo literatura, música, filosofía, artes plásticas, cine, vampirismo y seres fantásticos.

Particularmente, la radio universitaria tuvo un crecimiento significativo en la década de los noventa. *Radio Ibero* (90.9 FM) – fundada en 1992– y *El Politécnico en la Radio* (95.7 FM) son los ejemplos más palpables de este hecho, mismas que se inclinan más hacia el concepto de *college radio* que a la radio universitaria clásica con locutores de voz engolada presentando a la Camerata de Viena por decimocuarta vez. Sería pertinente que hagamos la diferenciación antes de continuar con el desarrollo de este inciso. José Luis Paredes ‘Pacho’ describe a las *college radio* de la siguiente forma:

“En teoría, estas emisoras estudiantiles pueden tomar riesgos en su programación porque no son comerciales, por eso experimentan con las ofertas y los gustos cambiantes de las comunidades subterráneas. Supuestamente tampoco son entes burocratizados, pues su programación es casi siempre diseñada por los mismos estudiantes de comunicación, lo que vendría a garantizar su cercanía con las comunidades a las que representan y la periódica renovación de sensibilidades en los programadores”.³⁸⁸

³⁸⁸ Paredes, José Luis Pacho, *Rock mexicano, sonidos de la calle*, Pesebre, México, 1992, p. 100.

Esta libertad de creación fue más notable en *Radio Ibero*, en donde se podían escuchar programas como: *El Desván* (alternativo), *Sangre del Rock*, *Polvos de la Urbe* (rock en español) *Disonancia* y *Cultura Legal*. A su vez, existían otras radios colegiales en la Universidad del Valle de México plantel Roma (*Radio Experiencia*), UIC (*Stéreo UIC*), UVM plantel Tlalpan, UVM San Rafael (*Xperimento Radio*) y el Tec de Monterrey (*Rockotec*)³⁸⁹.

En síntesis, es en la radio pública (educativa y comunitaria) y en la radio universitaria en donde prevalece un clima de libertad de creación y de apertura hacia las ideas originales, lejos de esa élite de locutores y productores que consideran al público joven como entes apolíticos, apáticos y sin un auténtico interés por el arte; entes consumidores carentes de un contexto social y de constructos culturales propios, al que hay que dirigirse con un lenguaje políticamente correcto y como si se hubieran quedado en la etapa de la pubertad. Estos personajes fraguados en la radio comercial (como Luis Gerardo Salas y Raúl David Vázquez *Rulo*) evitan hablar de temas polémicos (con seriedad o de manera informal) como la legalización de la marihuana (y en general cualquier tema relacionado con las drogas), la eutanasia y la represión policiaca hacia las diferentes tribus urbanas (llámense *punks*, *góticos*, *ravers*, etc.). Sólo existe una visión de juventud para ellos: la del segmento del mercado que se encuentra entre los 13 y los 25 años, a los que hay que invitar a los conciertos y a la venta de la última novedad discográfica que recomiendan las revistas británicas.

En los siguientes capítulos abordaremos la historia de los dos proyectos radiofónicos más representativos de esta tendencia dentro de la radio rockera capitalina: *Rock 101* y *Radioactivo 98.5*. Sin embargo, también señalaremos algunos casos excepcionales al interior

³⁸⁹ Vid., Vargas, Ernesto, *Radio Universitaria, las ondas inexploradas*, en *Hertzianerías, La Mosca en la Pared*, Año 2, Número 15, México, junio de 1997, p. 33.

de ambas emisoras, las cuales (con sus pros y sus contras) es innegable que fueron cauces de diversas identidades culturales juveniles.

Capítulo 5. Rock 101: análisis crítico de una estación rockera y de las causas de su desaparición

5.1 Historia y características de la estación

Si buscáramos a *Rock 101* en un plano cartesiano cuyas coordenadas fueran espacio y tiempo, la ubicaríamos en la ciudad de México un primero de junio de 1984. El *Proyecto 101* estaba integrado en un principio por el locutor Federico Lira, el productor Ángel García Moreno y Luis Gerardo Salas, gerente de la estación. Según las propias palabras del sobrino de Guillermo Salas Peyró, fue una lucha descarnizada al interior del Núcleo Radio Mil la que definió su salida al aire³⁵¹.

Pero *Rock 101* no surgió por generación espontánea. Desde junio de 1983, Luis Gerardo Salas y su camarilla de rockeros ‘yuppies’ (amigos de la carrera en la Universidad Iberoamericana) comenzaron a trabajar en el programa *Sono Rock 9*, transmitido de lunes a viernes por *Sonomil 101* (el abuelo fresa de *Rock 101*), una estación que a mediados de los años setenta radiaba música moderna en español (baladas), pero que durante el bienio 1978-1979 cambió su perfil aprovechando la comercialización de su estación hermana: *La Pantera 590*. Entre los artistas nuevos que llegaron a escucharse por este medio estaban *Pat Benatar*, *Blondie* y *Kool and the Gang*, entre otros³⁵²:

“El programa, apoyado con cápsulas sobre la trayectoria de los músicos, recibió muchas muestras de felicitación y ello hizo que trabajara

³⁵¹ Cfr., Salas, Luis Gerardo, La traición en Rock 101, en suplemento Enfoque, *Reforma*, México, 6 de mayo de 1994, p. 18.

³⁵² Cfr., Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, Las Mil y Una Radios, Mc Graw Hill, México, 1997, p. 216.

más sobre ese concepto para ganar auditorio. Vinieron emisiones similares y, con una programación que rápidamente era renovada, *Sonomil 101* adquirió, a principios de 1984, el nombre de *Proyecto 101*, antecedente de *Rock 101*”³⁵³

Hacia 1984 –año de la explosión de los gasoductos en San Juanico-, *Rock 101* se convirtió en estación imprescindible en el cuadrante de la ciudad de México. Durante aproximadamente 11 años fue parte de los constructos culturales de un sector de la juventud rockera del Distrito Federal. De *Rock 101* se podrán hacer pléyades de comentarios (para bien o para mal), lo cierto es que el estilo de hacer radio en dicha estación fue un precedente para las diferentes estaciones de música en inglés (ya sea rock o *pop*) que nacieron una década después.

Consideramos que tres son los factores clave del éxito comercial de la estación durante el último lustro de los ochenta: el hecho de que sus progenitores fueran jóvenes y manejaran, por ende, el mismo campo semántico del subconjunto de jóvenes de su generación que se identificaban con las prácticas culturales del rock; las viñetas de presentación con las que se membraba a las canciones (muchas de las cuales son objeto de culto en diversos foros de internet); y la programación constituida por música recién salida del horno (*Durán Durán*, *Cocteau Twins*, *Love and Rockets*, *Depeche Mode*, *The Cure*, *Bauhaus*, *The Charlatans*, *U2*, *Concrete Blonde*, *Talking Heads*, *Gene Loves Jezebel*, etc.) y grupos e intérpretes del rock clásico (*The Doors*, *Black Sabbath*, *Pink Floyd*, *Yes*, *Emerson Lake and Palmer*, *Iron Butterfly*, *Camel*, *Jethro Tull*, *Led Zepellin*, etc.).

³⁵³ *Ibid.*, p. 217.

Gracias a la combinación de los elementos arriba señalados, *Rock 101* fue un espacio hertziano de encuentro entre rockeros “de la vieja guardia” y jóvenes novatos que apenas estaban buscando su estilo propio y vivían los últimos años de la Guerra Fría. Cuando hablamos de cultura generacional, obviamente no nos referimos a la totalidad de las personas que en la década de los ochenta eran adolescentes o jóvenes y vivían en la ciudad de México, sino sólo a aquellas que circunscritas en los espacios institucionales y parentales, encontraron en el rock a otros jóvenes con determinados comportamientos y valores diferentes a los del mundo adulto.

No obstante, *Rock 101* era un intermediario entre las culturas parentales y hegemónicas (representadas por las familias conservadoras que históricamente son dueñas de más de la mitad del cuadrante mexicano) y el universo identitario de la juventud rockera urbana que escuchaba la estación. Por tanto, es importante dejar en claro que si ésta se diferenciaba de las otras radiodifusoras comerciales, ello no implicaba que su discurso fuera progresista o que se abriera totalmente de capa a las producciones subculturales y contraculturales rockeras. Más bien lo que querían demostrar los jóvenes de clase media alta que dirigían este proyecto radial, antes que nada, era que el rock era una veta redituable, y había que explotarla cuanto antes. El resto, se fue construyendo sobre la marcha. En otras palabras: pesaba más el aspecto económico (las ganancias que en un momento dado pudiera tener el *Núcleo Radio Mil* a través de la estación) que su responsabilidad social para con la juventud urbana que consideraba a *Rock 101* como un constructo más de su identidad cultural.

Durante la primera época de los rockcientouneros, destacaron los programas *Panorama 101* y *Rock Alive*. Éste último fue el primer intento de la estación por hacer una transmisión en vivo. La idea era crear una atmósfera de fiesta los viernes (obviamente, dirigido a todos los jóvenes que salían a divertirse los fines de semana). El éxito fue tal, que meses más tarde ya se realizaban controles remoto en donde (a la vieja usanza de las estaciones comerciales que obsequian planchas y licuadoras para ganar audiencia) recorrían la ciudad regalando discos, casetes y calcomanías³⁵⁴.

Para 1989, *Rock 101* había desarrollado toda una estrategia de *marketing* alrededor del rock, y al mismo tiempo había crecido en producciones, engrosado su fonoteca y aumentado el número de colaboradores. Desde entonces, se notaba una clara inclinación de su equipo hacia sus arraigos culturales de origen, ubicados en el mundo del dinero y los negocios. El propio Luis Gerardo Salas lo admitía abiertamente, como lo muestra el siguiente extracto de una entrevista publicada en el periodico *La Jornada* con motivo de la creación de *Espacio 59*:

“Hay una necesidad tremenda de que exista un movimiento de rock mexicano que no ha existido, porque por un lado siempre se pensó en el rock como pachanga y desmadre. *Lamentablemente nadie lo ha vislumbrado como un negocio de millones de dólares anuales*. Claro, para esto hay que crear toda la infraestructura y debe haber responsabilidad por parte de todos.”³⁵⁵

³⁵⁴ Vid., Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, *Op. Cit.*, pp. 219-220. Las cursivas van por cuenta de la casa.

³⁵⁵ Hernández, Evangelina, *El rock es un negocio...*, en *La Jornada*, México, 27 de diciembre de 1987.

Algunos de los programas que se desarrollaron durante los primeros cinco años de la emisora fueron: *Utopía 101* (con Jaime Pontones), *Mujeres coma rock and roll* (el primer piloto que hizo Lynn Fainchtein), *Lime light* (gospel y música cristiana), *Salsabadeando* (semanario sabatino de música tropical producido por Carlos Campos), *Sonorock 8* (con Jorge Carabao), *Off Beat* (programa de reggae conducido por Ana María Mejía, luego por Cecilia Pérez Gasga y finalmente por Dominique Peralta), *El programa sin nombre* (conducido por Dominique Peralta, también conocido como *Preludio adictivo*) y *La Mecánica del concepto* (cuyo conductor Roberto Escobar buscaba las relaciones existentes entre la música y las demás bellas artes)³⁵⁶.

Para 1989, se incorporaron otras propuestas radiofónicas, que aunadas a las anteriores, tales como: *Rock and roll para una isla desierta*, *Naufragio*, *Lágrimas en mi almohada*, *Descelofaneando*, *Con los pelos de punkta*, *Las fábulas de la ciudad del crimen*, *Suicidio en claroscuro*, *Transmisión en vivo desde Rock Stock* (el bar oficial del sobrino favorito de la familia Salas Peyró), *La Odisea del Emisario* (Heavy Metal), *Alter 20* y *Argonautica* (para complementar esta información, consúltese la barra programática de Rock 101 en 1991, en la TABLA 5 del Apéndice).

Además, los colaboradores de *Rock 101* mostraron a través del suplemento *Extra Urbano* (publicado por el diario *El Nacional*, y después en *Uno más uno* como Era 2) que aunque desconocían la importancia de la cultura urbana que se gestaba en el hoyo fonqui, tenían un bagaje de conocimientos acerca de la literatura y el rock³⁵⁷ por encima del locutor

³⁵⁶ Vid., Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, *Op. Cit.*, pp. 219-222.

³⁵⁷ Aclaramos que este bagaje coincidía con la concepción clásica de cultura, el cual abordamos en el apartado 1.1. 2 de la presente investigación. Luego entonces, desde su perspectiva, había una cultura superior equiparada al grado de desarrollo de una civilización.

promedio. Lynn Fainchtein hablaba de discos, Jordi Soler sobre cine, Jaime Pontones acerca de la generación *beat*, José Ángel García escribía cuentos y Roberto Escobar crónicas urbano-surrealistas. Sobre este último, retomamos un párrafo de su sección *La Mecánica del concepto* (homónimo en tinta y papel del programa de radio):

“Click..... Pom, pom, pom, pom, pom, tsss, pom, pom, pom, pom, pom, tsss, chuc, poc, chuc, poc, chuc, poc, pom, pom, pom, pom, tsss, pom, pom, pom, pom, click.

INTRODUCCIÓN: 6 am, cama despiertas baño, te vistes traje portafolios, a medias desayuno tarde, sales combi metro retraso, trabajo regaño jefe, escritorio máquina y cuentas, horas trabajo cansado, descanso breve comida, horas trabajo cansado, fin jornada metro y combi, casa gritos peleas, cama dormir cansado 11 pm.”³⁵⁸

La cita anterior tiene como objetivo –para los efectos de esta investigación– poner sobre la plancha metálica los contrastes que existían al interior de la estación. Por un lado, la visión empresarial; y por el otro, el hecho de que un medio de difusión masiva estuviera haciendo cosas distintas a las que comúnmente uno esperaría de una estación comercial (como reproducir fielmente los estereotipos emanados por las industrias culturales). En este sentido *Rock 101* era una especie de laboratorio para los grandes emporios del consumo cultural (OCESA, CIE, etc.) que años más tarde, ya habiendo probado las posibilidades comerciales del rock, arrebatarían a los rockcientouneros la batuta en la organización de conciertos, promoción de discos y venta de *souvenirs*.

³⁵⁸ Escobar Roberto, *Obertura*, en suplemento *Extra Urbano*, Número 1, Era 2, *El Nacional*, México, Viernes 6 de abril de 1990, p. 2.

Por otra parte, las celebraciones de los aniversarios fueron un termómetro más que aceptable del impacto mediático alcanzado por *Rock 101*. Habiendo cumplido cuatro años de transmisiones, los reclutas de Luis Gerardo Salas organizaron un maratón de 101 horas de transmisión, el cual fue particularmente recordado porque a diferencia de los anteriores (uno de 26 horas y otro de 56) éste convocó a una gran cantidad de radioescuchas con un vínculo identitario más allá del sentido comercial de la estación (algo que desde el punto de vista cultural podría ser lo más rescatable de aquel proyecto forjado desde una visión hegemónica de la propia cultura):

“Hicimos un maratón de 101 horas despiertos, con chingos de gentes (sic) que recorrían toda la noche con nosotros el periférico, se subían a la montaña rusa... En todos los controles remotos que hacíamos, nos seguían a donde fuéramos: un parque, una biblioteca; desde el Chippeandale, donde se encueraban hombres; desde bares, desde fábricas de chocolates. O de pronto transmitir desde la camioneta en Insurgentes: <<a ver, los que nos estén oyendo, toquen el claxon>>, y ¡¡¡BUUUUAAAAA!!!, oías a una multitud. Mover masas. Luego nos pasó lo que ahora veo que le pasa a todo mundo: nos la creímos gacho. Porque se vuelve un pedo muy loco: tienes poder de convocatoria y tienes el contacto inmediato...”³⁵⁹

El éxito de *Rock 101* fue capitalizado por Luis Gerardo Salas y su equipo, y como los jóvenes empresarios que eran (y además emprendedores), introdujeron en México los grandes conciertos con auténticos *rock stars* de talla internacional en espacios como El Palacio de los Deportes, El Auditorio Nacional y el Teatro Ángela Peralta. Entre los más recordados se pueden enumerar: el de *Jethro Tull*, el de Lou Reed (bastante desangelado según

³⁵⁹ Cruz Fujigaki Elsa, Mansour Manzur Vivian, Banuet Ricardo de León, Descelofaneando a Lynn, en *Los Universitarios*, Número 78, Tercera Época, México, diciembre de 1995, pp. 23-28.

las crónicas), el de Ian Anderson (Yes), *Caifanes*, *Maldita Vecindad*³⁶⁰, el de Miguel Ríos, el de Eric Burdon, el de *The Mission* y el mítico concierto de David Byrne (entrevistado por Jordi Soler en el suplemento *Era 2*). Por otra parte, *Rock 101* junto con la compañía discográfica *Ariola* catapultó la campaña de *Rock en tu idioma*.

Con la cosecha de su triunfo comercial (siempre traducido en números de *rating* y no necesariamente en un auténtico interés por la identidad juvenil, ni por las culturas juveniles urbanas) vinieron los egocentrismos y la soberbia de los principales protagonistas de esta historia. En no pocos espacios en la prensa se hicieron críticas al nuevo ‘estilo’ de locución de los rockcientouneros, el cual se basaba en la ingratitud y el desprecio hacia ese auditorio invisible que había hecho crecer las ventas de la olvidada *Sonomil 101*. De hecho, personajes del periodismo rockero que en un principio habían aplaudido el proyecto y hasta lo habían considerado ‘contracultural’ (Víctor Roura y Fernando Mejía Barquera), hicieron hincapié en la pedantería del equipo larvado en el 100.9 de FM:

“*Rock 101*, después de dos años de perseguir ideas sobresalientes, cayó por lo bajo debido justamente a la altanería (disfrazada quizá de buena ondez) de sus locutores que creían estarse dirigiendo siempre al mismo círculo de amigos de la universidad.”³⁶¹

Cuatro años más tarde, Lynn Fainchtein admitiría que esa actitud que pugnaba por la ridiculización de los fanes (quienes eran capaces de

³⁶⁰ Cabe señalar, que estos fueron los primeros conciertos de rock nativo que se hicieron fuera del hoyo fonqui, después de más de una década de veto.

³⁶¹ Roura, Víctor, *Modernizando la radio*, en *El Financiero*, México, 23 de octubre de 1991, p. 56.

vestirse de charro y gritar ‘soy tarugo’ con tal de que les regalaran boletos para un concierto³⁶²) no era la más deseable:

“Ahora yo sí oigo el radio, a los que están en nuestro lugar; y voy oyendo cómo se les ha ido creciendo el ego, cómo empiezan a contestar igual que contestábamos nosotros... Es como un ciclo: ahora ya tienen que ver con bares, con conciertos. Lo mismo. Ya son inamables al aire. Hablan veinte minutos entre corte y corte. Y algo que sí comentamos mucho Dominique, Luis y yo, que nos vemos tiro por viaje: <<Qué prepotentes éramos>>.”³⁶³

Cabe hacerse la siguiente pregunta: ¿fue a partir de este punto que la popularidad de *Rock 101* empezó a decaer? No lo sabemos, lo cierto es que la siguiente camada de programas (1992-1994) ya no fue tan numerosa como la anterior. *La Puertita antiradio* (con William Yarmes y Abel Membrillo), *En los cuernos de la luna* (con Iñaqui Manero), *Gaveta 12* (con Clauzen Hernández), *El Paso 69* (música country) y *Liculado Lisérgico* (música de *garage* con el guitarrista de los Ezquisitos Güily Damage y Nacho Desorden, en su última etapa se cambió el nombre a *Radio Bestia*), fueron algunas de las nuevas producciones. Dentro de las innovaciones que Luis Gerardo Salas implementó estaba el turno de dos a seis de la mañana, para los trasnochados, en donde casi siempre estaba Clauzen Hernández (de hecho, en un principio el programa se llamaba *Rock 101 vestido de mujer*).

Ideológicamente, *Rock 101*, estaba mediada por mecanismos institucionales de comunicación³⁶⁴, por lo que no podría considerarse una

³⁶² Vid., León Díaz, Héctor, Los concursos, burla para el escucha, en *El Nacional*, México, 16 de noviembre de 1992, p. 8.

³⁶³ Cruz, Mansour, Banuet, Op. Cit., p. 26.

³⁶⁴ Cfr., apartado 1.2 de la presente tesis.

estación contracultural, pues todo cuanto se escuchaba pasaba por diversos tamices, ya sea legales, administrativos, morales, etc. Lynn Fainchtein resume en la multicitada entrevista, el universo cultural en el que estaban inmersos quienes hablaban por los micrófonos de la estación³⁶⁵:

“Bueno, yo muchas veces llegué ahogada a mi programa y lo decías ‘anoche me puse un pedo’. Lo que los chavos hacían, lo hacíamos nosotros. Se empezó a crear una mística muy particular. Tampoco éramos de los que hablábamos de ácidos ni de mota, porque tampoco éramos tan reventados; pero no había prejuicios en contra como los había en otras estaciones. La droga no era una bandera, no era como en los sesenta que si te metías algo ibas a entender más. No.

Lo que sí hizo Luis fue como ‘los niños bonitos’. Toda la época *yuppie* empezó a tener mucho auge ahí. Esa idea de los ochenta de ‘tener billete es bueno’, buen coche, reventarte. No era prejuicio, pero sí era como lo que enseñabas.”³⁶⁶

Es importante subrayar este último párrafo, pues denota la identidad cultural de quienes, en este caso, administraban un espacio público. Asimismo, demuestra que el modelo de juventud que Luis Gerardo Salas y su equipo reproducían, coincidía plenamente con el perfil *ad hoc* de las culturas parentales y hegemónicas:

“Es así que se ha construido un paradigma del joven normal. En los años 50, en la ciudad de México, era un chico de clase media, de suéter,

³⁶⁵ Este argumento teórico explica por qué en Rock 101 se programaba aquella música que fuera rentable, y se relegaba a horarios de baja audiencia (noches, madrugadas y domingos) la música experimental o con otra connotación cultural (como el punk, el hardcore, el gótico, el reggae, etc.). Al mismo tiempo, los locutores siempre se asumieron como personas ‘cultas’ que manejaban gran cantidad de información musical y literaria, como voceros del concepto unidimensional del proyecto cultural elitista.

³⁶⁶ Cruz, Mansour, Banuet, *Op. Cit.*, p. 24.

libros bajo el brazo. En los 60, bailando rock, un poco despeinado, pero sin dejar de ir a la escuela. Su 'rebeldía' era ser relajiento en sus horas libres, pero nada más. De los setentas a los noventas es un joven teleadicto, que se divierte en las plazas comerciales y en la disco. Un espectador-consumidor".³⁶⁷

Sin embargo, independientemente del modelo de juventud impuesto por las industrias culturales, no se puede soslayar el hecho de que el universo del rock es aún más grande que unos cuantos locutores y productores radiofónicos. Siendo el rock patrimonio cultural de la juventud, su importancia en el desarrollo social radica en su grado de influencia en la conformación de estilos juveniles, que son una alternativa a la realidad socioeconómica de las diversas culturas urbanas.

Ya hemos mencionado que fue en la 'década de los ochenta cuando aumentó el número de pandillas en las zonas marginales de la ciudad y que dicho fenómeno llamó la atención de sociólogos y antropólogos. Para estos jóvenes, el discurso punk (*no future*), no era una metáfora, sino una realidad social y gracias a él, tomaron conciencia de ello³⁶⁸. Lo mismo se puede decir de otros constructos culturales como el graffiti (alternativa a las industrias culturales que administran las galerías y que determinan cuál es 'el buen arte' y cuál no) y el rock urbano (cuyas temáticas evocan problemáticas como la drogadicción, el desempleo, las razzias, etc.).

³⁶⁷ Gomezjara, Francisco, *Jóvenes en la calle o la cultura de banqueta*, en Fuentes, Luis Mario cord., *Jóvenes en el fin de milenio*, Espasa Hoy, México, 1994, p. 32.

³⁶⁸ Sobre este tema hay múltiples estudios. Por ejemplo, Maritza Urteaga expone en su libro *Por los territorios del rock*, una serie de entrevistas hechas a chavas banda, cuyas prácticas culturales cambiaron cuando conocieron el punk, subgénero del rock que ya tenía implícito el discurso de la liberación femenina, la injusticia social, el derecho al aborto, la libertad sexual, los derechos laborales de las mujeres etc. En este caso particular, las chavas bandas nunca se hubieran organizado y luchado por sus derechos de no ser por su identidad cultural rockera y su realidad social.

En este sentido, no puede negarse el hecho de que el rock contribuye al desarrollo social de la juventud urbana porque algunas de sus prácticas culturales encarnan una alternativa a la fantasía desarrollista y al modelo irreal de juventud propuesto por las culturas parentales y hegemónicas. Sin embargo, el desarrollo social no sólo depende de una identidad cultural juvenil, sino también de otros factores, como el modelo económico dominante, el grado de deterioro de las instituciones del Estado, la efectividad de los programas gubernamentales de combate a la pobreza, etc.

Volviendo a *Rock 101*, como hemos señalado, estaba más emparentada con las industrias culturales que con las microculturas juveniles provistas de una estética y un lenguaje propios. No obstante, es innegable que los jóvenes que se identificaban más fuertemente con la estación, se llegaron a constituir como un subconjunto identitario derivado conjunto universal de la cultura generacional defeña de los ochenta.

5.2 La audiencia

Donde hay una estación radiodifusora que –sin rebasar las estructuras de dominación cultural propias del sistema económico y político en donde se desenvuelve– resulta ser una alternativa a la pobre oferta del *dial* comercial; hay una audiencia que bien vale la pena rescatar. Generalmente, las estaciones de radio no tienen un estimado exacto del número de personas a las que llegan, todo se reduce a los *ratings*, que sólo son ejercicios de diagnóstico hechos por empresas privadas, centrados más en el aspecto cuantitativo que en el cualitativo de las audiencias, y sobre todo, en las variables del mercado, para que los anunciantes sepan qué productos vender y a quiénes. Nosotros nos centraremos más en el segundo aspecto.

Con todos sus defectos, *Rock 101* logró ser un foco de identificación cultural juvenil³⁶⁹, según testimonios de los propios radioescuchas: “Por mis hermanos, yo crecí con muchos discos de los años sesenta y setenta. Pero muchas veces no sabía quiénes eran o de dónde venían. Cuando surgió *Rock 101* tuve entonces el libro y el maestro”.³⁷⁰

Obviamente, siendo el radioescucha un sujeto activo (y no pasivo como lo hacen parecer los *ratings*) y que se retroalimenta constantemente de su entorno y no sólo de los medios masivos de difusión; es éste quien emite las críticas más férreas:

³⁶⁹ Vid., Sánchez Arévalo, María de los Ángeles, Cultura juvenil a través de la radio en México D.F., análisis de tres emisoras juveniles: Alfa 91.3, WFM y Rock 101, tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, 1991, p. 100.

³⁷⁰ Testimonio de Claudia Coutiño, radioescucha de Rock 101 en *Los Universitarios*, Número 78, Tercera Época, México, diciembre de 1995, pp. 27-28.

“Me sorprendieron dos cosas: nunca me imaginé que fueran tan yuppies, tan desapasionados intelectualmente, su falta de un discurso más elaborado y coherente; y también lo mucho que podemos creer en los que están detrás de un micrófono, en el poder que adquieren. Para mí que no eran ni críticos ni creativos, sino ‘locochones’, con todo lo inconsciente que esto implica”.³⁷¹

Rock 101 fue escuchada por jóvenes³⁷² de clase media baja, clase media alta y alta, principalmente; y en menor medida, por jóvenes de colonias marginales. Gran parte de su público estaba constituido por estudiantes, de hecho, durante la huelga del Consejo Estudiantil Universitario, los altavoces estaban sintonizados en la estación para emitir los mensajes que a la gente le interesaba escuchar³⁷³.

Algunos estilos rockeros particulares, tuvieron en *Rock 101* algunos espacios hertzianos de identidad cultural. Por ejemplo: *Gaveta 12*, era un territorio radial de la subcultura dark y gótica; *Espacios Tóxicos* y *La Caverna del Orco*, de la subcultura metalera; *Radio Bestia*, de la subcultura punk; y *Off Beat*, de la subcultura rastafari. No obstante, se daba poca o nula difusión a las propuestas nativas de esos mismos géneros musicales.

Hoy en día, a casi diez años de la desaparición de *Rock 101*, sus ecos reverberan en la red de redes a través de otro tipo de subculturas juveniles: las cibernéticas. Un ejemplo de ello lo constituye el foro de *Rock 101*

³⁷¹ Testimonio de Karina Morales, radioescucha de Rock 101 en *Los Universitarios*, Número 78, Tercera Época, México, diciembre de 1995, pp. 27-28.

³⁷² Las características de un joven y las definiciones de juventud, se pueden consultar en el apartado 1.1 de la presente tesis.

³⁷³ Méndez García, Alejandra y Romero Téllez, Ángeles, de Rock 101 a la Sabrosita..., en *La Mosca en la Pared*, Año 5, Número 36, diciembre de 1999, pp. 10-12.

(www.rock101.org), y el grupo de ex radioescuchas que postean³⁷⁴ en yahoogrupos.rock101.com y se reúnen periódicamente cada primer sábado del mes en el *Monumento a la Revolución* para intercambiar discos y experiencias de vida. Ellos son la prueba más palpable de cómo un medio de comunicación alineado con las culturas hegemónicas y parentales puede ser al mismo tiempo parte de un sector generacional de la juventud. Cómo ya hemos señalado (para descepción de los señores publicistas), los medios no operan en un sentido unidireccional, y ello hace posible el surgimiento de microculturas.

³⁷⁴ *Postear*. Escribir un mensaje en un foro o grupo para compartir una opinión con otros internautas interesados en determinado tema.

5.3 Los creativos

El equipo que integraba el proyecto de *Rock 101*, estaba conformado mayoritariamente por chavos yuppies de la Universidad Iberoamericana que tenían algo en común: su pasión por el rock anglosajón. El comandante de la nave radial era Luis Gerardo Salas, un personaje que despertaba suspicacias en los circuitos subterráneos rockeros, quienes según las palabras del propio Luis Gerardo no tenían la calidad musical para ser programados en una estación de radio. Pero por otro lado, sin la llegada del pariente predilecto del dueño de *Núcleo Radio Mil*, simplemente *Rock 101* nunca hubiese existido:

“Para nosotros, de repente tener una buena idea como Rock 101 es el resultado de una necesidad que teníamos de encontrar algo distinto, una forma distinta de comunicarnos con la gente de nuestra edad, una necesidad de llenar un vacío, un hueco que existía ahí ¿no?, y que no sabíamos cómo poder satisfacerlo”.³⁷⁵

Una de las aportaciones más significativas de Luis Gerardo a la llamada estación ‘rockcientoúnica’, es el concepto de idea musical, reforzado por sus famosas viñetas al final de canciones consideradas clásicas (o que no tardarían en convertirse en), tales como: *Kozmic Blues*, de Janis Joplin; *Could You Be Love*, de Bob Marley; *Just Like A Woman*, de Bob Dylan; *Love Song* de The Cure; entre muchísimas otras.

Las viñetas indicaban el nombre del álbum, la canción, el año de la producción y un comentario crítico que no pocas veces incluía la frase

³⁷⁵ Salas, Luis Gerardo, “Autoentrevista a Luis Gerardo Salas”, en *Magazine Zorba*, Número 0, Año 1.

‘idea musical’. Esta información hizo que la audiencia de *Rock 101* fuera incorporando una serie de referencias musicales en sus estilos y las redireccionara hacia sus propios contextos a través de la homología y el *bricolage*³⁷⁶. Los ejemplos de viñetas se cuentan por cientos en internet. Nosotros sólo retomaremos dos como un mero ejercicio ilustrativo:

57 CONCIERTOS EN 41 CIUDADES
RECORRIENDO MAS DE 40 000 KMS
SE CONDENSAN EN RUIDO BLANCO

RETRATO EN VIVO DE PERSIANA AMERICANA
Y OTRAS OCHO COMPOSICIONES DE TODA ENERGÍA

SODA STEREO

ALEA JACTA EST

PRODUCCIÓN 1987 DEL SONIDO CONTEMPORÁNEO ESPAÑA POP
VIVIENDO DE NOCHE
O LO QUE ES LO MISMO FANTASÍA MÉXICO DISTRITO FEDERAL

VENI VIDI VICI³⁷⁷

Uno de los soldados más cercanos al comandante Salas fue Jaime Pontones. Él entro a *Rock 101* por invitación de Luis Gerardo para hacer un especial sobre Bob Dylan (el poeta), y en 1989 fue contratado (y posteriormente, puesto al frente de Radio Mil). Pontones es recordado no sólo por la serie *Sonorock 8*, sino por *Utopía 101*, en donde leía las cartas más originales que los escuchas le mandaban y las musicalizaba con canciones *ad hoc*, mismas que traducía para su auditorio:

³⁷⁶ Véase apartado 1.2 de la presente investigación.

³⁷⁷ Tomadas del foro www.rock101.org.

“Todo esto aquí, todo ahora es invierno. Lo demás son otras cositas extras, como por ejemplo este programa que se llama *Utopía 101*, que justamente empieza aquí. (Entra canción *Winter Time Love*, con el grupo *The Doors*). Amor de invierno. Aquí todo es invierno y a lo mejor tú ni siquiera te has dado bien cuenta. Sí, ya sabes que ya empezó el invierno y todo eso, que el solsticio... que el hemisferio norte... que la rotación y traslación... y sí mano, ya es invierno y hace frío y estamos invertidos térmicamente y el cielo se ve azul pero abajo respiramos negro, negro, negro, por supuesto”.³⁷⁸

En el barco de Luis Gerardo Salas, destacaba también la participación femenina en la producción, realización y locución de los programas. Al igual que Fernanda Tapia en *Espacio 59* (y luego en *Estéreo Joven*), Lynn Fainchtein y Dominique Peralta fueron de las primeras locutoras rockeras de la generación de los ochenta. Ambas entraron a *Rock 101* porque eran fans de la estación:

“Yo trabajaba en una pastelería. Nunca oía el radio. Fuera de Tres Patines, jamás. Yo veía la tele. Bueno, yo no recuerdo que en mi casa hubiera radio. En el tocadiscos oía a Stevie Wonder, Diana Ross... Ya más adolescente La Pantera. Me chocaba, no podía entender cómo podían repetir seis veces la misma canción. Entonces oyendo Rock 101, por ahí de 1985, de pronto ponen a Elton John y después algo más y (dije) yo quiero trabajar ahí”.³⁷⁹

Por su parte, Dominique Peralta descubrió *Rock 101* siendo estudiante de comunicación de la Universidad Anáhuac, tras asistir a una conferencia impartida por el gerente de la estación:

³⁷⁸ Fragmento del programa *Utopía 101*, en *Los Universitarios*, Número 78, Tercera Época, México, diciembre de 1995, pp. 23-28.

³⁷⁹ Fainchtein, Lynn, en Cruz, Mansour, Banuet, *Op. Cit.*, p. 23.

“Presenté un proyecto en *Rock 101* para difundir diversas actividades culturales y buenos restaurantes, todo esto alternándolo con música *new age*. Así en 1987 apareció el programa Sin nombre, que transmitía los viernes de tres a cuatro de la tarde. Me rasgaba el corazón por *Rock 101*, así que no me importaba que no hubiera remuneración, cuando menos conseguí que me pagaran los discos que compraba.”³⁸⁰

Los últimos tripulantes en sumarse al proyecto rockero fueron Jordi Soler, Iñaqui Manero y Clauzen Hernández (quien también era alumna de la Universidad Anáhuac). Ésta última llevó la escena del movimiento dark mexicano a la radio comercial por primera vez gracias a su programa *Gaveta 12*:

“Es un movimiento que nadie le había puesto atención y a partir de *Gaveta* se desarrolló una forma más fuerte, fue como demostrar que sí había gente interesada en este tipo de música. Empezó *Gaveta*, ciertos promotores trajeron bandas y eso hizo que la escena oscura creciera y no sólo la música, son todos los conceptos que estaban involucrados a pesar de que desde los ochenta estaba el movimiento, aunque es muy lógico que en determinado momento esta música tenga más auge, por todo lo que involucra social, ideológica y filosóficamente.”³⁸¹

En cuanto a Soler y Manero, formaron parte de la siguiente camada de creativos que llegó al proyecto *Rock 101*. El primero era un personaje nocturno de la radio, célebre por su programa de misterio, ocultismo y horror, *En los cuernos de la luna*; y el segundo, encarnaba al poeta ‘culto’ de la estación. Tanto Manero como Soler están muy ligados a la ‘historia

³⁸⁰ Estrada, Tere, *Op. Cit.*, p. 168.

³⁸¹ Ramos Hernández, Eliesheva, *La oscura gaveta de Clauzen*, *Voces en el aire*, Año 1, Número 18, mayo de 1999, pp. 27-29.

negra' de la emisora³⁸², y fueron los dos últimos gerentes que tuvo la misma antes de hundirse por completo. Inclusive, Jordi Soler (Jorge Enrígue Soler) aprovechó la popularidad de su programa *Argonautica* para promocionar su poemario *El corazón es un perro que se tira por la ventana* (editado por la editorial Toukán) y su novela *Boca Floja* (editada por Grijalbo), en donde el protagonista es un locutor de radio. Sin embargo, logró construir todo un mito radial alrededor de los poetas y escritores de la generación *Beat* (como William Burroughs, Jack Kerouac y Allan Ginsberg), y de alguna manera mostrando que el rock también era literatura.

³⁸² Desde una perspectiva clásica de la cultura, como vimos en el apartado 1.1.2 de este trabajo.

5.4 El legado

La influencia de *Rock 101* en las estaciones comerciales de corte rockero y popero (como por ejemplo: *Radioactivo 98.5*, *Órbita 105.7*, *Reactor 105.7*, *WFM 96.9* y *Alfa 91.3*) nos habla un poco de la trascendencia de la estación. Pero haciendo una segunda lectura también saca a flote un hecho crítico: la sequía creativa imperante en el dial que inclusive se percibe en la actualidad (mayo 2006). En 1994, la fórmula exitosa (comercialmente hablando) del 100.9 atrajo la atención de las estaciones juveniles competidoras, mismas que fueron duramente criticadas por el creador del concepto de 'idea musical':

“A mí me disgusta mucho oír WFM o Alfa, porque pienso que aunque quieren ser muy originales -y podrían serlo, porque tienen muchos recursos económicos- no han alcanzado una esencia verdadera. Además es muy molesto que en Rock 101 tengamos una idea y a los tres días ya la hayan tomado en WFM. A veces, incluso las imitaciones son burdas; si nosotros hacemos conciertos y regalamos boletos, ellos hacen lo mismo; si salimos a la calle a transmitir, ellos también.

Son estaciones que no presentan nada nuevo; se manejan con el Hot 100 (la lista de popularidad de la revista *Billboard*).”³⁸³

Paradójicamente, en cuanto a rock en español, *Rock 101* programaba sólo los éxitos probados por las grandes compañías disqueras (como Ariola) y no arriesgaba un ápice de audiencia en abarcar otros estilos (como por ejemplo, el rock progresivo mexicano y el blues urbano).

³⁸³ Mejía Barquera, Fernando, *Audacias incompletas: y Rock 101 ¿y qué se hizo?*, en *El Nacional Dominical*, México, 5 de junio de 1994.

La estación que retomó la estafeta como mediadora entre las culturas parentales y hegemónicas, y la cultura juvenil; fue *Radioactivo 98.5*, independientemente de la influencia creativa que haya existido entre una u otra (y es que en este punto, hay opiniones divergentes)³⁸⁴. En el discurso, ambas emisoras coincidían en dar un tratamiento superficial a las problemáticas inherentes a la juventud, a México y al mundo; de forma que su posición política más avanzada era invitar a una reflexión (la mayoría de las veces inclinada hacia el terreno de la cultura dominante), sin proponer acciones en concreto, sin contextualizar, sin acudir a especialistas y sin proponer soluciones³⁸⁵.

Ni siquiera cuando los jóvenes radioescuchas salieron a la calle a defender sus espacios identitarios (no representativos del total del prisma multicultural de la juventud urbana, pero espacios al fin y al cabo), fueron capaces de apoyar las protestas (ni moral, ni físicamente), históricamente satanizadas por los medios de difusión masiva y la cultura hegemónica:

“Posterior a la eliminación de ROCK 101, hubo protestas en el Núcleo Radio Mil, se hicieron conciertos en la calle afuera de sus instalaciones, cierres de circulación y miles de cartas fueron enviadas a la alta dirección del NRM para pedir su restablecimiento.

Radioactivo 98.5 hizo un homenaje a ROCK 101, en donde se agradecía su influencia y se externaba admiración hacia dicha estación radiofónica.

³⁸⁴ Cfr., López Alessandra, y Hermosa Pérez, Mónica, La historia de una estación de radio: Radioactivo, Tesina en Ciencias de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 2002.

³⁸⁵ En el apartado 4.5.5, dedicado a *Espacio 59*, documentamos la aversión que los representantes de la cultura hegemónica de Núcleo Radio Mil, tenían hacia los estilos juveniles urbanos larvados en la marginalidad, como las pandillas.

En Orbita 105.7 se hizo un programa especial llamado "Radiografía 101", en donde se entrevistaron a los principales locutores y colaboradores para saber su opinión, a favor y en contra, de el cierre de ROCK 101 y de su posible regreso al cuadrante radiofónico".³⁸⁶

En síntesis, la verdadera herencia de *Rock 101* para con sus símiles radiales no fue creativa (aunque algo hay de eso), sino ideológica y de mediación entre el discurso de la cultura dominante y la correspondiente cultura generacional juvenil. No obstante, es innegable que la fórmula radiofónica de *Rock 101* (venderse a los directivos de una empresa ofreciendo un producto diferente en el mercado y manejar un lenguaje de tú a tú con los jóvenes), aún perdura en el cuadrante.

³⁸⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Rock_101, consultada el 16 de febrero de 2007.

5.5 *This is the end*

La debacle de *Rock 101* tiene diversas aristas, pero hay una que pesa sobre todas las demás: los hilos que se mueven detrás de los grupos radiofónicos más importantes de México. Las otras, son reverberaciones del eco. Hay una pieza clave en el tablero de ajedrez: la crisis económica de 1994. Este hecho le da un viraje a la posición que esgrimen especialistas como Gabriel Sosa Plata que atribuyen la salida del equipo de Luis Gerardo Salas a diferencias con el entonces director general de *Núcleo Radio Mil*, Roberto Ordorica³⁸⁷.

Aunado al entorno político económico en que se desarrolla esta historia, durante la administración de Ordorica, hubo torpezas y errores (como sus nulos resultados económicos) que culminaron con la venta a *Rádiorama* de *Dimensión 1380* y *Radio Onda*³⁸⁸. A la lista de fracasos se sumaron los fallidos lanzamientos de *Radio Mil*, *Morena FM* y *Xpress Radio*. La pregunta obligada aquí, es: ¿por qué un individuo que estaba a punto de salir de la dirección general del *Núcleo Radio Mil*, que se quejaba de los contenidos y el manejo operativo de *Rock 101* fue determinante para que el único proyecto juvenil rentable con el que se contaba en ese momento se fuera desmoronando poco a poco? No lo sabemos, lo cierto es que a partir de febrero de 1994, los radiodifusores del Valle de México aumentaron sus tarifas en publicidad desde 20 hasta 35%³⁸⁹, evidenciando la situación crítica imperante en la economía nacional:

³⁸⁷ Cfr., Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, *Op. Cit.*, p. 225.

³⁸⁸ Vid., García, Elvira, *Los planes radiofónicos, ¿afectados por la crisis?*, en *Origina*, Año 2, Número 24, Edición Especial, México, Mayo 1995.

³⁸⁹ *Idem*.

“En tanto los posibles clientes asimilan los aumentos, la radio comercial pasará unos meses, si no de escasez, sí de apretones de cinturón. Por lo pronto, como hemos dicho en otras ocasiones, se ve clara la tendencia selectiva de los anunciantes que se inclinan cada vez más por elegir los programas de mayor presencia, mejor estructurados y más amplio auditorio.”³⁹⁰

Ahora bien, vayamos a la versión oficial, basada sobre todo en la existencia de un conflicto interno. Lynn Fainchtein, fue la primera en ventilar en la prensa escrita los problemas habidos en las entrañas de la estación, quejándose de que el 15 de febrero de 1994, Dominique Peralta, la entonces gerente de *Rock 101* (a decir de Jordi Soler, ‘asesorada’ por Ordorica) había sido despedida bajo la falsa acusación de que atentaba contra los intereses de la empresa:

“Ocho años de eficacia, amor y creatividad se desplomaron por la ambición de un compañero de trabajo convertido en flamante gerente de Rock 101 (Jordi Soler), cuyo afán protagónico (apoyado por el licenciado Ordorica) llevó a la desintegración de la mejor estación de rock en el cuadrante.”³⁹¹

Jaime Pontones, por su parte, declaró:

“*Rock 101* quiso hablar diferente, hacer una radio que rompiera los aburridos y monótonos esquemas y formatos impuestos por la comodidad

³⁹⁰ *Id.*

³⁹¹ Fainchtein, Lynn, Mi salida de Rock 101, en *El Financiero*, Año XIII, Número 3261, México, martes 23 de febrero de 1994, p. 76.

del orden inalterable que ha predominado en los medios de comunicación nacionales desde quien sabe cuándo.”³⁹²

Pontones enumeró los logros de la estación, los cuales se reflejaron en el surgimiento de otras producciones sucedáneas para la generación rockcientoúnica (claro, hablando estrictamente de los jóvenes radioescuchas), como la tienda de ropa *Rock Shop*, *Rock Stock* (el bar por excelencia de los yuppies rockanroleros), *Espacio 59*, ente otros. También confirmó la traición de Jordi Soler e incluso parafraseó en tono irónico: “aparecer en la prensa como mártires es la manera más efectiva de conseguir nuevas oportunidades.”³⁹³. Finalmente, hay un dejo de resignación en sus últimas palabras:

“La razón real de la desaparición de un concepto diferente que era Rock 101 es un problema más trascendental que la estación en sí misma. Es un principio que tiene que ver con la discusión de principios y objetivos, tiene que ver con la imposibilidad de continuar con propuestas que vayan más allá del negocio por el negocio y que rescataran la participación activa del medio en su sociedad.”³⁹⁴

El periodista Víctor Roura no cayó en las discusiones estériles y evidenció el poder de las familias que mecen la cuna en el cuadrante defeño. Su artículo publicado al día siguiente de la réplica de Pontones, arrancaba con un reconocimiento a la extinta *Rock 101*:

“...su recordatorio del 2 de octubre de 1968, por ejemplo, transgredió todos los órdenes de la información radial. En el vigésimo aniversario de aquella

³⁹² Pontones, Jaime, Nos hacemos a un lado con mucho gusto... pero no así, en *El Financiero*, Año XIII, Número 3274, México, martes 8 de marzo de 1994, p. 66.

³⁹³ *Ídem*.

³⁹⁴ *Id.*

matanza provocada por el presidente Díaz Ordaz, Rock 101 hizo una crónica admirable de los sucesos en Tlatelolco.”³⁹⁵

Y remataba:

“Los comunicadores se distancian entre sí, ante el regocijo de los empresarios. En la radio juvenil, los conductores las más de las veces se mueven no por ellos mismos sino por hilos invisibles de los comerciantes de la comunicación.”³⁹⁶

Jordi Soler, quien se había quedado junto con Iñaqui Manero y Clauzen Hernández a ‘salvar’ el proyecto de *Rock 101*, trató de mantener la idea original, sin mucho éxito. Durante su principado, Soler programó más rock en español, incluyó más referencias literarias (casi todas emparentadas con el concepto clásico de cultura, el cual considera que existe una ‘alta cultura’ a la que sólo tienen acceso unos cuantos iluminados), cambió las siglas de la estación (de XHSON-FM a XHROK-FM) y captó el interés de otro tipo de público con el programa *Jazz en la noche*, con el veterano (y hoy fallecido) Juan López Moctezuma. Tres meses antes de que fuera despedido, el panorama para el gerente de *Rock 101* era positivo:

“Este año ha sido un poco de reconstrucción, pues hace más de un año hubo cambios muy fuertes en la estación. Hemos tratado de mantener las cosas, incluso alcanzado números interesantes en el *rating*, tan buenos como los que había, e incluso más (sic). Este año nos tiene muy satisfechos porque hemos reconsolidado el proyecto.”³⁹⁷

³⁹⁵ Roura, Víctor, Hilos radiofónicos invisibles, en *El Financiero*, Año XIII, Número 3275, México, miércoles 9 de marzo de 1994, p. 73.

³⁹⁶ *Ídem*.

³⁹⁷ León Díez, Héctor, La radio vive y muere todos los días, en *El Nacional*, México, 3 de abril de 1995, p. 38.

En marzo de 1995, *Stereo Cien* de *Grupo SOMER* se incorporó al Núcleo Radio Mil. Con este movimiento, Edilberto Huesca Perrotín (y vástagos que le acompañaban) comenzaron a hacer cambios en las frecuencias del canguro (basta con comparar la barra programática de 1996 –Tabla 6, Apéndice– con la de 1991 –Tabla 5–). Uno de ellos fue la entrada de Germán Huesca a la gerencia de *Rock 101* en lugar de Jordi Soler. El subgerente era Iñaqui Manero. Habiendo perdido totalmente la brújula, y habiéndose asociado con personas de dudosa reputación como Ricardo Bravo, el 10 de agosto de 1996 dejó de existir *Rock 101*. En Insurgentes Sur 1870 se realizó un concierto sobre la plataforma de un triailer con los grupos *Sekta Core*, *Riesgo de Contagio*, *La Matatena*, *Brutal Lulú* y *La Candelaria*. El bloqueo duró seis horas. Fue el último esfuerzo de un grupo de radioescuchas por conservar parte de su identidad.

El siguiente proyecto llamado *Código 100.9* murió a los dos meses a pesar de las altas expectativas que se tenían (se planeaba hacer un estudio de realidad virtual) al respecto. *La Sabrosita*, una estación de música tropical, entró en su lugar para beneplácito de la comunidad salsera.

Capítulo 6. Radioactivo 98.5: análisis crítico de una estación rockera y de las causas de su desaparición

6.1 Historia y características de la estación

La primera coincidencia que encontramos al abordar por primera vez la historia de *Radioactivo* con respecto a la historia de *Rock 101*, es que en un principio fue un proyecto disfuncional, una estación con bajos números de audiencia que sus directivos no sabían qué hacer con ella, tal y como en aquella *Sonomil 101* a la que llegaron Luis Gerardo Salas y compañía. Pero *Radioactivo* fue parte de una evolución distinta.

Corría el año de 1962 cuando José Luis Fernández Soto fundó *Grupo Imagen Comunicación en Radio* (GICR) con el objeto de promocionar sus dos radiodifusoras XEDA-AM y XEDA-FM; cuya programación estaba constituida por música instrumental internacional³⁹⁴. En 1963, el fundador de *Grupo Imagen* adquirió *Radio Metropolitana*, fundada en 1940. En 1968, XEDA FM adquiere una nueva personalidad y se transforma en *Radio Imagen*, y en 1981, es rebautizada con el nombre de *Stereo Classic*. Fue durante esta década cuando el grupo se consolida y toma el nombre de *Dial FM*. Fue también en este periodo cuando XELA FM cambió sus siglas a XHDL. En 1992, *Dial* sufre otra metamorfosis y nace *98 y medio*. Tres meses más tarde *Radioactivo* inició sus transmisiones³⁹⁵.

José Álvarez, llegó a la dirección de *Radioactivo* siguiendo casi la misma ruta que Luis Gerardo Salas, gracias a las “palancas” de amigos y

³⁹⁴ Cfr., López Alessandra, Hermosa Pérez, Mónica, La historia de una estación de radio: Radioactivo, Tesina en Ciencias de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 2002, p. 33.

³⁹⁵ *Idem*.

familiares, respectivamente. De hecho el caso de Álvarez se antoja más casual que el de Salas, ya que éste llegó a la estación de *Dial FM* como consecuencia directa de la promoción de un espectáculo de flamenco. Al igual que los rockcientouneros, el equipo pionero de la estación estaba conformado por gente que venía de WFM, estación perteneciente a una de las familias radiofónicas más conservadoras, históricamente hablando, y que durante muchos años había vetado al rock del cuadrante comercial: la XEW³⁹⁶.

Entre los personajes que se unieron a la aventura de José Álvarez estaban Alejandro González Iñárritu, Martín Hernández, Charo Fernández, Martín Delgado y Joaquín Díaz. Tras una reunión con Álvarez, sólo se quedaron Hernández, Díaz y Arturo López Gavito.

El 21 de junio de 1992, en el 98.5, a las 9:15 PM se escuchó un conteo regresivo que culminó con el efecto de una explosión nuclear. Posteriormente entró una serie de identificaciones y *jingles* de la estación con diferentes modalidades de *Radioactivo*³⁹⁷.

El proyecto echó a andar con un equipo pequeño (Edgar David Aguilera, Cecilia Pérez Gazga³⁹⁸, Raúl Rico y José Álvarez), y año tras año fue creciendo de forma gradual dado el éxito comercial del concepto radiofónico, el cual combinaba una programación de música en inglés balanceada (basada en el formato *Top 40* y en la programación del canal estadounidense de la industria discográfica MTV), autopromocionales humorísticos con una producción profesional (hecha por la empresa Zeta

³⁹⁶ Recordemos lo que ya documentamos en el apartado 2.2: la XEW se unió al boicot contra Elvis Presley originado por un rumor no confirmado sobre una declaración del ídolo.

³⁹⁷ Vid., López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, *Op. Cit.*, p. 40.

³⁹⁸ Cecilia Pérez Gazga colaboró en el programa *Salsabadeando* en *Rock 101*.

Audio durante algún tiempo) y una inyección financiera inusitada a través de promociones y publicidad dirigida al sector juvenil, en búsqueda de la nueva generación de *teenage market*³⁹⁹.

La historia de *Radioactivo* parte de sus aniversarios, ya que es en ellos en dónde se enfoca la mayor parte de su estrategia de *marketing*, además de poner mucho énfasis en la identidad de la estación (y consecuentemente en la identidad con su público). A continuación, presentaremos un recuento de los programas y eventos más importantes dentro del contexto de dichos aniversarios.

En mayo de 1993, se lanzó la campaña *Absolutamente Radioactivo* (parodiando la propaganda de las botellas de *Absolut*), como una estrategia de publicidad para celebrar el primer aniversario de la estación. Entre los programas que salieron al aire se encontraban: *El Dinosaurio* (con Arturo López Gavito), *Puerto Caribe* (con Cecilia Pérez Gazga), *Recrofonía* (con Luis Roberto Márquez), *La Caja* (con Pepe Campa y Fernando Gallegos), *Radiotomía* (música alternativa de catálogo con Edmundo Navas, quien entonces era director de la compañía disquera independiente *Opción Sónica*), *Cinema Logic*, *Altermix* y *Powermix* (emisión de música electrónica por donde desfilaron disc jockeys como Martín Delgado, Luz Vargas “Pushny”, Erich Martino), *El Observador* (símil de El Planeta, un noticiario de WFM, escrito en un principio por Camilo Lara – gerente general de *Virgin Records* México– y posteriormente por Ricardo Zamora, Efraín García Mora y Pepe Campa) y finalmente *La Escuelita* (con Arturo López Gavito, Julio Muñiz, Esteban Silva y Ricardo Zamora). Este último fue el esbozo de otro programa que posteriormente salió al aire

³⁹⁹ Vid., 1.1.2 *Cultura y cultura juvenil* de la presente tesis.

llamado *El Mañanero* (no confundir con el noticiario radiofónico de Víctor Trujillo)⁴⁰⁰.

El segundo aniversario fue conocido como la *Reacción Radioactiva* (mayo de 1994 a mayo de 1995). A partir de aquí, los CD's que obsequiaría la emisora se convertirían en parte del cúmulo de símbolos y objetos identitarios que homologarían los radioescuchas a sus universos culturales. Otro elemento que años más tarde formaría parte de la homología generacional del público de *Radioactivo 98.5* lo conformarían los llamados Juguetes Radioactivos, autopromocionales que constituían una crítica al comercialismo excesivo y al entorno político social de México⁴⁰¹.

Dentro de las nuevas producciones se encontraban: *Comic Quest* (programa dedicado a la subcultura de los *mangakas* conducido por Carlos Tron, Roberto Alfaro y Mike Alceda), *Rock Activo* (rock en español con Giselle Traynor), *Virtual Radio* (programa de nuevas tecnologías aderezado con música electrónica, mezclado y comentado por Sergio Kaishner y Luz Vargas "Pushny"), *Hard Rock Radio* (recorrido radial por la historia del rock and roll, conducido por Martín Hernández y patrocinado por Hard Rock Café) y *El Mañanero* (en donde desfilaron las mejores vedettes de la estación, como Raúl David Vázquez 'Rulo', Edgar David Aguilera, Ricardo Zamora, Luis Roberto Márquez 'El Boy', El Cha!, Francisco Alanís 'El Sopitas', entre otros)⁴⁰². Cabe resaltar que fue en esta etapa cuando se reciclaron locutores de otras estaciones como César Alejandro

⁴⁰⁰ Vid., López Alessandra, Hermosa Pérez, Mónica, *Op. Cit.*, pp. 55-73.

⁴⁰¹ No olvidemos lo que ya hemos manifestado en el capítulo 1.1.2: "El ciclo del capital se manifiesta en la existencia y reproducción de las industrias culturales del rock, las cuales buscan sobre todo, a partir del circuito de producción distribución y consumo, llenar ese espacio económico de compra y venta denominado mercado y poblado por consumidores ad hoc, aunque lo que ofrezcan en venta sean *productos opuestos al propio discurso contenido en tales productos, como por ejemplo, un disco de The Clash.*"

⁴⁰² Vid., López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, *Op. Cit.*, pp. 75-78.

(*Radio Capital*) y Fernanda Tapia (*Estéreo Joven, Radio Educación y Espacio 59*).

Aunado a lo anterior, en 1995 *Radioactivo* estenó un concepto que fue clonado por diversas estaciones juveniles que compartían el dial. Nos referimos a la *Patrulla Radioactiva*:

“Salió de un proyecto de una unidad móvil que estuviera transmitiendo de diferentes partes de la ciudad. Empezó con Pepe Campa y Fernando Gallegos en la *Patrulla Radioactiva*, pero teníamos que conseguir una camioneta o algo porque no podíamos seguir poniendo nuestros coches Krusty y yo porque así era al principio. Hicimos un intercambio con Havre y nos prestaron una camioneta que se conoce como la *Patrulla Radioactiva*”.⁴⁰³

El Proceso Radioactivo fue el nombre del tercer aniversario (mayo 1995-mayo 1996), marcado por una serie de intensos cambios al interior de la estación, siendo el más importante la salida de Martín Hernández con su equipo de *Zeta Audio*. Por otro lado, se lanzaron al aire promociones novedosas como *Pasajero Radioactivo a Sarajevo*, *Director por un día* y la *Frecuencia del Tiempo*. Asimismo, como en cada aniversario (y en este rubro hay que reconocer que *Radioactivo* fue muy prolífico), se incorporaron algunas propuestas nuevas a la barra programática: *Supersónico* (pop alternativo con comentarios de Rulo) y *Cinema City*. Fue en esta etapa cuando se convirtió en la primera estación de radio latinoamericana en tener su propio sitio en internet (algo que amén de las críticas que aquí se viertan, hay que reconocer)⁴⁰⁴.

⁴⁰³ Entrevista a Olallo Rubio realizada por López, Alessandra y Hermosa Pérez, Mónica, *Op. Cit.*, p. 87.

⁴⁰⁴ *Ibid.*, p. 100.

Para el quinto aniversario (que en realidad era el cuarto), *El Enigma Radioactivo* (mayo 1996-mayo 1997), se trató de consolidar a la estación dentro del cuadrante mediante una agresiva campaña en torno al secreto más celosamente guardado de *Radioactivo*, mismo que tenía que decifrarse a partir de un CD que se regalaba a los radioescuchas. Las innovaciones dentro de la programación fueron: *El Show de Olallo Rubio* (dirigido a adolescentes de 13 a 18 años), *El Programa de Jordi Soler* (transmitido los lunes por la noche, en el mismo horario de la vieja *Argonautica* de *Rock 101*), la retransmisión de la radionovela *Kalimán*, *Mañanero Nocturno* (con el mismo formato de tres locutores hablando de nada) y *Mañanero de Mujeres* (con Fernanda Tapia y Claudia Arellano, principalmente).

El siguiente año (*R6: La Fórmula del Alivio*) estuvo lleno de altibajos, no exentos de capítulos memorables como la reiterada censura impuesta por RTC, institución para la que *Radioactivo* siempre fue un *foco rojo*⁴⁰⁵. En cuanto a producciones radiales se dio a conocer el noticiario *Radar Radioactivo*, el cual aparecía de forma intermitente en forma de cápsulas. Además, se estrenó *Arroba* (con Erich Martino, Luis Roberto Márquez, David Ochoa y Jorge Shahín), *El Huerfanito* (con Edgar David Aguilera, Ricardo Zamora, Krusty y Hugo Villaseñor) y la emisión especial *U2 Pop Radio*.

Un capítulo que puso en evidencia la parcialidad e incompreensión de la emisora con respecto a otro tipo de subculturas juveniles, fue la incursión de un grupo de integrantes del Frente Zapatista de Liberación Nacional el 5 de enero de 1998 para denunciar una matanza de campesinos acontecida en Acteal, cuya noticia corrió como reguero de pólvora a través de las ondas hertzianas:

⁴⁰⁵ Vid., López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, *Op. Cit.*, p. 124.

“Mientras Edgar David Aguilera, Ricardo Zamora y nuestro aguerrido amigo Rulo comentaban, como todos los días, las profundas e interesantísimas páginas del suplemento *Gente* del diario *Reforma*, una veintena de chamacos y chamacas (algunos al parecer ya no tan chamacos) empasamontañados (o sea, con pasamontañas cubriendo sus rostros), tomaron pacífica aunque forzosamente las instalaciones de *Grupo Imagen*, sede de las estaciones radiales *Radioactivo 98.5* (cuyo lema es el muy castizo Fuck everyone else!) y Pulsar FM.”⁴⁰⁶

El séptimo aniversario se llamó *Radioactivo 7 Expansión* (1998-1999), en una clara alusión al proyecto de poner una franquicia de la emisora en Guadalajara. En ese momento (según cifras de INRA) era la tercera estación de radio más escuchada en el cuadrante defecho⁴⁰⁷. Las novedades del año fueron: *Retroactivo* (clásicos del rock de los sesenta con Ilana Sod), *El Sexto Grado* (programa conducido por José Enrique Fernández y Rulo, basado en la teoría de que cualquier individuo está separado de otro a través de sólo seis personas), *La Insoportable Levedad del Domingo* (discos clásicos completos comentados por Ilana Sod) y el programa de Lucila Zetina (quien había salido de *Órbita 105.7*)⁴⁰⁸.

Este año, también podría considerarse como el punto de inflexión de la decadencia de *Radioactivo*, ya que al igual que sus padres putativos de *Rock 101*, los locutores radioactivos no escaparon a esa enfermedad propia de los *rock stars* llamada soberbia. Tampoco pudieron evadir las críticas:

⁴⁰⁶ Sustazo Radioactivo..., en *La Mosca en la Pared*, Año 2, número 20, México, marzo de 1998, p. 7.

⁴⁰⁷ Vid., López, Alessandra, Hermosa Pérez, Mónica, Op. Cit., p. 132.

⁴⁰⁸ *Idem*.

“Actualmente siguen una línea que quiere parecer de izquierda de la colonia Condesa pero se queda en furibunda protesta de ceuísta desengañado, cosa que también *Rock 101* tuvo que padecer en la decadencia de su primera etapa. Así lo demuestran sus intenciones de hablar acerca de Chiapas, del Che Guevara (¡hay que estar *in!*), el emplear a Cuauhtémoc Cárdenas, Carlos Monsiváis y Daniel Giménez Cacho para identificar la estación. No nos tragamos el cuento. Mientras los directivos sigan con sus poses vanidosas, minimizando las ideas que los radioescuchas les proponen, serán otro más de los demasiados vehículos del entretenimiento que existen, perderán más *rating* y se verán más obligados a depender de las compañías disqueras y a seguir ejercitando su humor pseudoácido, para tener cautiva a una audiencia que a cambio de su valiosa atención reciben los espejitos que caen de la ropa de una vedette.”⁴⁰⁹

El nombre del octavo aniversario (mayo 1999-mayo 2000) fue *El Ruido de la Ciudad*, cuya campaña publicitaria causó revuelo entre ajenos y conocedores de la evolución de *Radioactivo*, ya que durante un tiempo sólo se escuchó la voz de Julio Martínez reforzando el slogan “*Los estamos escuchando*”, dando a entender que probablemente la emisora saldría del aire de un momento a otro, idea que no resultaba del todo descabellada dado el contexto en el que se desarrolló (autocensura y censura por parte de patrocinadores y RTC, el divorcio entre *MVS Comunicaciones* y *Grupo Imagen* en agosto de 1999, el boicot de 60 horas sin *Radioactivo* en diciembre del mismo año, etc.). Hubo reacciones como, la de la articulista Silvia Fongs, quien planteaba el desgaste de la ecuación radioactiva:

⁴⁰⁹ Vargas, Ernesto, *¿Qué pasó con Radioactivo?*, en *La Mosca en la Pared*, Año 4, Número 23, México, julio de 1998, p. 32.

“...por una causa extraña propia de la comunicación de masas, tuvo lugar un fenómeno que por desgracia, ha logrado desvirtuar con creces la labor realizada, y éste es la sobrevaloración de los locutores en perjuicio de la música. ¿Por qué se otorga tanto espacio de locución a una estación cuya finalidad es transmitir música? Esta pregunta no es gratuita: los locutores de *Radioactivo* se han convertido en los dueños de las transmisiones, subyugando el fin primordial de la frecuencia.

¿Por qué molesta que estos locutores absorban tanto tiempo? Por la sencilla razón de que sus comentarios no aportan nada inteligente que justifique su presencia en la estación.”⁴¹⁰

Los nuevos productos de consumo cultural de este año fueron: *Perímetro* (programa en donde se presentaban discos nuevos), *Después de Todo* (música ‘rara’ que por su horario de transmisión los domingos a las 11 de la noche no comprometía el *rating* de la estación, conducido por Uriel Waisel), *Los Más Buscados* (top 20 con Ilana Sod) y *Clasificación R* (un refrito del concepto de idea musical de Luis Gerardo Salas).

También se realizaron los especiales de *Radio Sexo* (del jueves 4 de noviembre a las 6 AM al 6 de noviembre a las 6 AM), *Radio Cerati*, *Radio Blur* y la última emisión del *Show de Olallo*. Cabe resaltar la salida de Edgar David Aguilera, Luis Roberto Márquez⁴¹¹ e Ivo Gaytán para trabajar en la empresa *Neurón Audio*, encargada de la producción del programa *Fox en vivo*, *Fox contigo*⁴¹². Para entonces, *Radioactivo* tenía 0.59 puntos de

⁴¹⁰ Fong Robles, Silvia, Radioactivo: el inconveniente de la música con locutor integrado, en *Universo del Búho*, año 1, Número 5, México, abril de 2000, pp. 70-72.

⁴¹¹ Tanto Edgar David Aguilera y Luis Roberto Márquez, son personajes cercanos al poder político que emulan las culturas parentales, a tal grado, que produjeron en *Radio Fórmula* el programa *Radio Futuro* del candidato panista a la Presidencia Felipe Calderón; Vid., Simonnet, Carole, Guerra de ratings entre Fox y Felipe Calderón, en *Milenio Diario*, México, viernes 27 de enero de 2006, p. 12.

⁴¹² Vid., López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, Op. Cit., pp. 132-155.

rating, por encima de *W Radical* con Luis Gerardo Salas al frente del timón (véase Apéndice, TABLA 7).

Radioactivo No (mayo 2000-mayo 2001) fue un aniversario tibio, con una campaña modesta en comparación con otros años. Igual de modesto fue el refresco de programación, mismo que estaba constituido por: *Dos Horas de Brayan* (emisión especializada en punk, surf, rockabilly y música bizarra; conducida por los integrantes de *Lost Acapulco*, Roberto Muñoz Warpig y *El Reverendo*), *Unipol H H* (radionovela del espionaje en tiempos de la *Guerra Fría*), *Conzuelo G* (revista radiofónica de media semana cuyo maestro de ceremonias era el conductor de MTV Gonzalo Morales Pasantes), *Un Mundo nos Vigila* (programa pregrabado sobre OVNIS cuyo titular era Pedro Ferriz Santacruz), *Súbele a la Jalea 'Pump up the Jam'* (locutores de diferentes turnos reunidos los viernes por la noche para dirigirse a los jóvenes que salen de fiesta) y *Radiolab* (programa de novedades en la música electrónica mezcladas por los dj's Uriel y Alexis Yazky).

El décimo aniversario -*Olvida Todo lo que Sabías Sobre Radio* (mayo de 2001-marzo 2002)- pasó casi sin pena ni gloria. Quizás el evento más cacareado por la estación en esta etapa fue el regreso del programa de Olallo Rubio⁴¹³. Para José Álvarez, director de *Radioactivo*, fue un momento de renovación:

“*Radioactivo* cumplió su ciclo de hacer 10 años radio y bien; ahora estamos comprometidos con un proyecto nuevo, distinto, que tiene que atender a una generación distinta y nueva. Desde hace 4 años estábamos

⁴¹³ Olallo Rubio actualmente se ha alineado con la derecha por la vía de los hechos. Prueba de ello es su columna en el diario *Excélsior*, propiedad de Olegario Vázquez Raña, quien compró *Radioactivo 98.5* y la desmanteló para poner en su lugar *Reporte 98.5*.

entre el 4 y 7 lugar de la tabla general de la radio y éramos líderes en clase A, B y C alta; hasta la fecha mantenemos esa posición que se puede consultar en los ratings de INRA. *Radioactivo* estaba en buena situación, se vendía bien; pero internamente sentíamos que la cosa estaba parada... que nos estábamos repitiendo. La frecuencia estaba bien programada, la gente que salía al aire era prudente, sabía hacer su trabajo y tenía los conocimientos, pero estaban muy acostumbrados a hacerlo. Me parece que los momentos para hacer cambios es cuando estás bien... cuando estás arriba... cuando vives un momento bueno.”⁴¹⁴

Esta vez, la restructuración de la emisora fue evidente dada la gran cantidad de movimientos que se hicieron: iniciaban la semana a las 6 de la mañana con *Golden Shower*, Fernanda Tapia y Abel Membrillo entraban en el horario de 7 a 10 AM; de las 14 a las 16 horas, transmitían *Destroyer* (con Rulo y el Cha); posteriormente, llegaba Olallo Rubio de 17 a 20 horas. Por otro lado, las producciones que se estrenaron fueron: *Data* (programas temáticos con entrevistas), *Híperreal*, *Mugent* (videojuegos), *Salvaje* (conducido por Gonzalo Morales y transmitido los jueves en la noche), *Bands* y *Pase usted* (un programa que abría los micrófonos de Radioactivo a las propuestas de la gente)⁴¹⁵. Cabe resaltar la participación del proyecto del 98.5 en el radioperformance *Irradiar*, mismo que se transmitió en cuatro estaciones simultáneamente con motivo de la *IV Biental Internacional de Radio: Radio UNAM, Radio Educación, Horizonte 108* y la antes citada⁴¹⁶.

Y así llegamos hasta el último aniversario: *Radioactivo versus Radioactivo*, el cual no implicó muchos cambios dado que era un secreto

⁴¹⁴ Caballero, Jorge, Luego de dos años fuera del aire, regresa el programa de Olallo Rubio, en *La Jornada*, México, Sábado 2 de marzo de 2002.

⁴¹⁵ *Idem*.

⁴¹⁶ Vid., León Zaragoza, Gabriel, Radioastas en vivo, en *La Jornada*, México, 16 de mayo de 2002.

a voces que en pocos días la estación se dismantelaría (esta información la ampliaremos en el apartado 6.5).

6.2 La audiencia

Desde un principio, *Radioactivo 98.5* se asumió como la vocera de la Generación X mexicana, aceptando de entrada que los procesos históricos por medio de los cuales se conforma una sociedad son uniformes (coincidiendo con el discurso desarrollista de la globalización y de los defensores del proceso de integración cultural unipolar). Dado que la auténtica Generación X (concepto tomado del libro homónimo de Douglas Coupland) surge en Estados Unidos, consideramos que hay una incongruencia por la vía de los hechos con respecto al público al que se dirigía la emisora. Sin embargo, hay una explicación:

*“Radioactivo es una estación de radio para jóvenes entre 13 y 35 años. Principalmente está enfocada al nivel socioeconómico AB. Es una estación con una propuesta y actitud diferentes. Radioactivo es muchas cosas que no se pueden resumir en una sola frase, aunque hay algunos adjetivos con los que se puede calificar son: irreverencia, juventud, diversión, sarcasmo, humor negro, ironía, burla, innovación y actualidad.”*⁴¹⁷

Si consideramos que el nivel socioeconómico AB se refiere a la clase alta y media alta, ya tenemos una pista de lo que para *Radioactivo* era la Generación X.

Radioactivo siguió la misma línea de su antecesora *Rock 101*: encaminar al joven hacia su inserción en el mundo laboral, sin hacer cuestionamientos duros a la estructura económico-política imperante, y por ende, hacia la cultura hegemónica. Aceptando este hecho, hay que reconocer que hubo cierto interés por generar una postura crítica en los

⁴¹⁷ López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, *Op. Cit.*, p. 45.

radioescuchas. Algo de ese espíritu crítico quedó impregnado en la red de redes:

“da coraje que "de pronto" toda la partida de buitres mediáticos se han lanzado a devorar los restos putrefactos de nuestra amada estación, de menos deberían ser coherentes y fusilársela completa, así tendríamos un sustituto. Pero nel, nomás se dedicaron a fusilarse lo que ya estaba probado, a *Franz Ferdinand* y a *Green Day*, a los "clásicos" *Smashing Pumpkins* y *The Verve*. Qué hueva que de pronto es la onda ser punk, y lo que más caga es que esos güeyes (alfa, vox y toda esa basura) allí siguen y seguirán sin proponer nada, nomás alimentándose de la payola y de lo que otros proponen porque ni para comprarse sus revistas son buenos.”⁴¹⁸

No obstante, *Radioactivo 98.5* abrió pocos espacios para las subculturas juveniles urbanas marginales, y particularmente, a aquellas relacionadas con el rock mexicano en cualquiera de sus modalidades (metal, gótico, rupestre, ska, reggae, hip hop, punk, etc.). No así, pasaba con las subculturas juveniles importadas del extranjero, arraigadas más en los jóvenes solventes de la clase media alta; tales como : los *ravers*, los *otakus*, los gruncheros, los *ciberpunks*, etc.

Por otro lado, al igual que en el caso de *Rock 101*, *Radioactivo* formó parte de una identidad juvenil que perduró en internet a través de foros y páginas web. Algunos fans de la estación, incluso tienen su propio proyecto radiofónico: *E-Reverencia* radio. Paradójicamente, ello da al traste con el concepto que la misma radiodifusora tenía de su propia audiencia: un joven de la Generación X (y que se precie de serlo) no es

⁴¹⁸ Opinión de pacomartinez63, vertida en el foro http://mx.groups.yahoo.com/group/requiem_radioactivo985, consultado el 10 de marzo de 2005.

participativo, y mucho menos alzaría su voz para defender un espacio de identidad cultural, aunque éste le generara un sentimiento de pertenencia.

6.3 Los creativos

Fue mucha la gente de radio que desfiló por los micrófonos de *Radioactivo 98.5* (lo cual hace más inexplicable su salida del aire, ya que no era sólo un grupo salido de la Universidad Iberoamericana, como en el caso de *Rock 101*). Por tal motivo, sólo recogeremos los testimonios más sobresalientes para que el lector pueda dibujar en su mente un bosquejo del equipo creativo de la emisora.

La columna vertebral de la estación (al menos durante su primera época) fue la gente de *Zeta Audio* que encabezada por Martín Hernández trajo consigo la idea de los promos (émulos de los que el mismo equipo hacía en WFM, una estación ‘fresa’ por antonomasia):

“De Martín se aprendió la operación de la estación. Las cuestiones técnicas de audio, la vanguardia tecnológica de aquel entonces. La forma de manejar la estación tan ágil y vanguardista. Otro punto importante fue cómo nos enseñó a no dejar caer las canciones, saber cómo cortarlas, cómo meter una canción, cómo hacer escándalo de un evento, que no se oiga barato, generar y vender ideas haciéndote sentir superior, haciéndote sentir parte de una élite.”⁴¹⁹

Los otros iniciadores del proyecto *Radioactivo* fueron: Arturo López Gavito, Edgar David Aguilera, Pepe Campa, Luis Roberto Márquez *El Boy* y Ricardo Zamora. Éste último, se convirtió en 2001 en productor de Imagen, además de ser pieza clave en la evolución de la frecuencia.

⁴¹⁹ Entrevista a Edgar David Aguilera, en López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, Op. Cit., p. 61.

En 1995, Fernanda Tapia abordó el tren del 98.5, tras una larga trayectoria en la radio juvenil (*La Pantera, Espacio 59, Estéreo Joven, Radio Educación y Radio UNAM*):

“Soy Fernanda Tapia y soy un lujo pero creo que lo valgo. Mis funciones son hacer el ridículo, mercantilizarlo y levantar el *rating*. Participo en todo, en todas las pequeñas producciones y en algunas ocasiones locución. También tengo que ver en la producción e investigación de los programas especiales.”⁴²⁰

Ese mismo año, entró a trabajar a la emisora uno de los voceros radiales fácilmente identificable con las culturas parentales: Raúl David Vázquez Rulo, quien trabajaba en la revista *ERES* de *Editorial Televisa* y autoconsiderado un auténtico gourmet musical:

“Entré a *Radioactivo* porque conocí a José Enrique (Fernández) y me ofreció trabajo. Lo conocí en Los Ángeles, íbamos al mismo evento pero no nos conocíamos. Yo trabajaba para una revista y nos pusimos a platicar, me invitó a comer y ahí me ofreció trabajo. Yo no conocía a nadie de *Radioactivo*.”⁴²¹

Cabe señalar que Raúl Vázquez es un personaje *non grato* dentro de algunos circuitos del rock nacional, ya que durante su estancia en *Radioactivo* nunca desperdició la oportunidad de considerarlo un género menor (postura que al paso de los años tuvo que modificar cuando ingresó al IMER como programador de *Reactor 105*) y siempre exhibió

⁴²⁰ Entrevista a Fernanda Tapia, en López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, *Op. Cit.*, p. 80.

⁴²¹ Entrevista a Rulo Vázquez, en López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, *Op. Cit.*, p. 81.

abiertamente su vedettismo: “Hola yo soy *Rulo*, el villano de *Radioactivo*, el personaje más odioso de ésta estación.”⁴²²

Otro personaje oscuro dentro de la historia de la estación fue Olallo Rubio. Su primer contacto con *Radioactivo* fue cuando ganó un concurso para estar en el *back stage* en un concierto de *Metallica*. Posteriormente fue contratado para suplir a Martín Hernández tras la salida abrupta del equipo de *Zeta Audio*. Su particular estilo de hacer locución, fue blanco de críticas y ‘flores’:

“Este joven posmoderno se ha convertido en el prototipo del locutor del siglo XXI y voz de su generación y favorito de los veinteañeros por la gran cantidad de información que maneja, su irreverencia ante el micrófono, sus contradicciones, la frescura que le imprime a las tres horas de su programa: corta las canciones, habla de sexo, critica a los grupos prefabricados, habla a las *hot line*, pone copiosamente a *Metallica*, también a los *Temerarios* y a los *Bukys* y habla de cine lo mismo de los Almada que de Jean-Luc Godard.”⁴²³

Ilana Sod representa junto con Olallo, la posición de la juventud entreguista de doble moral que por un lado critica al sistema y por el otro sirve a los intereses más nebulosos de la derecha y sus voceros en los medios. Alessandra López la describe como:

“Alguien con muchos conocimientos musicales con un estilo muy definido. Ilana es amable, con una mentalidad muy abierta, una combinación de la niña bien con la hippie. Ilana conduce el espacio de 10 a 12 a.m., *La Insoportable Levedad del Domingo* y *Perímetro*, además de que ha sido

⁴²² *Ídem*.

⁴²³ Caballero Jorge, El show es un desmadre, pero la juventud es así: Olallo, en *La Jornada*, 29 de junio de 1999.

participe de eventos de la estación como Glastonbury y más recientemente el evento HA2K que se realizó en diciembre de 2000 en Acapulco.”⁴²⁴

Y en este desfile de divas radioactivas llegamos a Francisco Alanís, alias *El Sopitas*, otro mercenario de las culturas parentales⁴²⁵. En octubre de 1997, el susodicho entró como bateador emergente para reforzar la campaña del *Enigma Radioactivo*:

“Entré a la estación porque tenía un disco de *Metallica* que Olallo no tenía, entonces un día le hablé y le dije que tenía ese disco y me dijo que fuera el día siguiente y empecé a venir a *Radioactivo*. Conocí a Jack Borovoy que era patrullero en ese tiempo, entonces empecé a irme con la *Patrulla* y como me llevaba muy mal con El Chochos el patrullero que entró en lugar de Jack y Krusty me reclutó de asistente.”⁴²⁶

Ese mismo año, otro compadre de Raúl Vázquez, Javier García *Cha!*, entró al quite para formar parte del programa *El Mañanero*, una joya intelectual más de la clase alta de la colonia Condesa.

Julio Rock Me Martínez representa la última avanzada del equipo radioactivo que se incorporó a la lucha por el *rating* en diciembre de 1999. Parte de este equipo se encuentra actualmente atrincherado en la frecuencia de *Reactor 105*.

⁴²⁴ López Alessandra y Hermosa Pérez, Mónica, *Op. Cit.*, p. 109.

⁴²⁵ Al igual que Rulo, Julio Martínez, Recluta y Roberto Muñoz *Warpig*, *Sopitas* llegó al abordaje de Órbita 105.7 cuando feneció Radioactivo.

⁴²⁶ Entrevista a Francisco Alanís, en López, Alessandra y Hermosa Pérez, Mónica, *Op. Cit.*, p. 111.

6.4 Las aportaciones

Cuando hablamos de aportaciones, al igual que con *Rock 101*, nos referimos a las innovaciones creativas en cuanto a la forma de hacer radio, independientemente de la línea ideológica y de sus objetivos particulares (los cuales quedaron al descubierto al revisar la historia de la radio comercial en nuestro país en el capítulo 2).

Antes que otra cosa, debemos subrayar que Radioactivo era una estación comercial, cuyos objetivos se reducían a alcanzar el máximo nivel de *rating* para cerrar contratos con el mayor número de patrocinadores. Para conseguir este objetivo, la emisora tenía múltiples técnicas de promoción, lo cual constituye la herencia más palpable en términos de *marketing*. En este contexto, el género del autopromocional fue uno de los más socorridos:

“Cada promo es como una canción, es ta manera de ver la vida. Hay veces que no tienes nada que decir y no lo haces. Se te ocurre en la plática con tus amigos y dices algo cagado y todo mundo se ríe y si eso lo escribes, lo produces y lo haces genérico para que toda la gente que lo oiga lo disfrute y se ría igual, funciona.”⁴²⁷

Con los autopromocionales conocidos como *Juguetes Radioactivos*, sucedió un fenómeno cultural que vale la pena mencionar: dado que el objetivo inicial para el que fueron creados se ha desvanecido (acaparar el *rating* juvenil), hoy en día son descontextualizados por algunas comunidades de internautas y transformados en objetos de identidad

⁴²⁷ Entrevista a Edgar David Aguilera, en López Alessandra y Hermosa Pérez, Mónica, *Op. Cit.*, p. 83.

grupales. Algunos ejemplos son: *La Muñeca Susi Pilly*, *Marley el Dinosaurio*, *El Ranchito de Raulito*, *Avalancherokee 98.5*, *Power Ranchers*, *Barbie Q*, *Teporochi*, *Karaoke Telerisa*, *Titanium*, *Máquina de Raspados*, *El Poeta Maldito de Bolsillo*, *Infectors*, *Atorón*, *La Barbie Condechi*, *El Amo del Merol*, etcétera.

La tarjeta *Activecard* constituyó otra estrategia para capturar audiencia (tan efectiva que cuando se desmantela *Radioactivo*, *Alfa Radio* se queda con el concepto). Fue catapultada el 29 de noviembre de 1996 como una forma atractiva de ganar adeptos y al mismo tiempo premiar a los radioescuchas con promociones y descuentos, siempre bajo la dupla patrocinador-radiodifusora⁴²⁸. Junto con la tarjeta *Activecard*, la *Patrulla Radioactiva* era el otro pilar significativo del *rating* de la frecuencia del 98.5, quienes se lanzaban a la caza del auditorio potencial que no estaba contemplado dentro de las cifras de IBOPE o INRA:

“La patrulla cotidianamente recorre la ciudad con algún tipo de promoción. Dependiendo de los resultados del rating, nosotros acudimos a las zonas. Si dice que nos está escuchando menos clase C de entre 15 y 20 años, entonces nos lanzamos a los lugares en los que se encuentran como la UNAM para hacer acto de presencia; es como ganar puntos.”⁴²⁹

Al igual que muchas estaciones comerciales, *Radioactivo* vivió a la sombra de la *payola* (de hecho, los directivos aceptaban abiertamente la existencia de una *payola light* para obtener recursos⁴³⁰), lo cual se traducía en millonarias promociones con las disqueras y las compañías organizadoras de espectáculos (siendo OCESA, la gran ganadora):

⁴²⁸ *Ibid.*, p. 100.

⁴²⁹ Livier Gómez Mónica, *Estudio de los procesos creativos...*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, 2000, p. 75.

⁴³⁰ *Idem.*

“Siendo una estación de formato juvenil de música en inglés, *Radioactivo* ha tenido una gran participación en cuanto a eventos, conciertos en el exterior, listening parties, promociones y boletos de regalo al auditorio para ver a su artista favorito. Un aspecto que abarcaron a partir de R6 fue tener invitados especiales en cabina que hicieron suyo su espacio. Esto lo veríamos en Radio Cerati o Radio Deftones como ejemplo.”⁴³¹

Una galaxia de conciertos fueron patrocinados por *Radioactivo* (se podría decir que los primeros experimentos realizados en *Rock 101*, fueron cosechados por los rockeros de *Grupo Imagen*), y aunque la lista es kilométrica, he aquí una muestra: *Metallica*, *Kiss*, *Garbage*, *The Breeders*, *Love and Rockets*, *Peter Murphy*, *Placebo*, *Madredeus*, *Marilyn Manson*, *Rolling Stones*, *Duran Duran*, *Guns and Roses*, *Pearl Jam*, *U2*, *Chemical Brothers*, *Café Tacuba*, *Pixies*, *Blur*, *Oasis*, *Manu Chao*, etc. Un apartado especial merecen las coberturas de conciertos internacionales (lo cual nos da una idea de la derrama económica del medio), tales como: *Woodstock 99*, *Glastonbury*, *FestiMad* (Madrid), *Canadian Music Week* (Toronto), *Lollapalooza 96*, *El Festival de Cannes*, entre otros⁴³².

No obstante, la gran aportación de *Radioactivo* fue su público radioescucha, ya que hablando en términos de lo que implica el rock como una práctica cultural, aportaron muy poco al universo de las culturas juveniles urbanas. En comparación con el periodista Ernesto Vargas, nuestra crítica suena bastante tímida:

⁴³¹ López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, *Op. Cit.*, p. 111.

⁴³² La duda metódica nos obliga a hacernos la siguiente pregunta: ¿cómo una estación de radio juvenil podía cubrir estos gastos sin existir una negociación con las compañías discográficas internacionales o algún patrocinador dadivoso?

“¿para qué esforzarse en realizar entrevistas, ofrecer información, dar espacio a los nuevos grupos o producir especiales que sigan la trayectoria de los clásicos del rock, si resulta menos fatigoso para el intelecto de los productores y más económico para las estaciones hacer de vez en cuando algo dizque apantallador como sacar un disco de aniversario, transmitir simultáneamente por radio y televisión un ‘especial’ de Brian Adams o dar a conocer en medio de promocionales saturados de efectos el chafa pero infalible sencillo de U2? Representando la comedia de que son cultos, promueven a Philip Glass y estrenan películas. Piensan que ya cumplieron con su obligación al lanzar un breve noticiario que, al transmitirse cada hora, sacrifica calidad por cantidad. O tal vez creen pagada su gigantesca deuda con el radioescucha cuando hacen de manera clandestina un programa de sexo, poniendo al aire, en vivo, a una chava que se masturba”.⁴³³

En otras palabras, *Radioactivo 98.5* aportó mucho en términos de *marketing* y promoción radiofónica (no por nada una parte de su equipo se fue a hacer el programa radial del presidente Vicente Fox), pero lejos estuvo de ser una alternativa para un universo cultural juvenil que se desborda en estilos y formas de expresión (grafitti, video, radios piratas, plástica, etc.). Por el contrario, cumplió el papel asignado por las culturas hegemónicas y parentales: canalizar la energía juvenil hacia temas menos espinosos que las políticas del liberalismo económico en torno a la administración de la cultura en nuestro país, por sólo mencionar un ejemplo.

⁴³³ Vargas, Ernesto, *El dudoso humor de la radio*, en *La Mosca en la Pared*, Año 1, Número 13, México, marzo de 1997, p. 31.

6.5 Réquiem por Radioactivo

La decadencia de *Radioactivo* comenzó mucho antes de que el empresario favorito del gobierno foxista Olegario Vázquez Raña, desmantelara el proyecto. En 1994, los bajos niveles de *rating* (el eterno tirano) de la estación obligó a su equipo a optar por música más comercial (Elton John, Sting, *dance*, etc.). En 1999, con motivo del especial de *Radio Sexo* de 48 horas, recibieron una multa por 10 millones de pesos y una carta de 64 páginas por parte de RTC que detallaba las violaciones a la Ley Federal de Radio y Televisión en que habían incurrido. En enero de 2000, tras el divorcio entre *Grupo Imagen* y *MVS Comunicaciones*, corría el rumor entre los locutores de que *Radioactivo* sería desconectada debido a un conflicto interno entre Pedro Ferriz de Con y José Álvarez (director de *Radioactivo 98.5*). El 4 de julio de 2003, finalmente se anunció el hundimiento del barco que surcara los mares hertzianos durante once años.

Las causas (cómo suele ocurrir en estos casos) están relacionadas con contratos multimillonarios, no exentos de miradas lascivas. Pero tejamos esta historia con más calma: en junio de 2003, *Grupo Imagen Telecomunicaciones* por *Organización Editorial Mexicana* de Olegario Vázquez Raña (uno de los empresarios más favorecidos durante la administración foxista). El 4 de abril de 2004, la programación salió del aire en medio de una atmósfera fúnebre. Los radioescuchas más fieles se movilizaron, rápidamente se abrió un foro en internet

(http://mx.groups.yahoo.com/group/requiem_radioactivo985), por medio del cual se hizo una colecta de firmas y se convocó a una marcha⁴³⁴:

“Marcha a Grupo Imagen desde el Auditorio

viernes 16 abril 2004

16:00 - 18:00

Este evento no se repite

El próximo recordatorio para este evento será enviado en 5 horas, 4 minutos.

Ubicación: Salida del *Auditorio Nacional*

Calle: Paseo de la Reforma (*Auditorio Nacional*)

Ciudad, Estado y Código postal: Mexico D.F.

Teléfono: 0445511102145

Notas:

La cita para dirigirnos a *Grupo Imagen* es en las escaleras del AUDITORIO NACIONAL. De ahí nos dirigiremos a Grupo Imagen que esta en Prado sur 150. Pero ojo: El nuevo punto de reunion es en el AUDITORIO NACIONAL A LAS 4:00”.⁴³⁵

Los medios calcularon unas 300 personas, pero extraoficialmente se habló de mil. Los motivos que dieron las autoridades de *Grupo Imagen* a los manifestantes fueron los siguientes:

“En respuesta a dichas manifestaciones, Olegario Vázquez Raña dijo que su objetivo es hacer negocio en la radio y entre las dos opciones existentes que se tenían, dar vida a una estación musical pero con pocos anunciantes o invertir bastante en equipo y colaboradores con anunciantes de altos presupuestos, se optó por la segunda. El empresario

⁴³⁴ En el APÉNDICE incluimos algunas propagandas diseñadas por los radioescuchas con motivo del cierre de Radioactivo 98.5.

⁴³⁵ Post de la marcha, cortesía de http://mx.groups.yahoo.com/group/requiem_radioactivo985

también explicó otra razón que lo llevó a desaparecer a Radioactivo: en su programación no había respeto al público en el lenguaje utilizado”.⁴³⁶

Los argumentos de Vázquez Raña caen por su propio peso si hacemos un análisis más minucioso. Tomemos como ejemplo la encuesta de consumo cultural y medios hecha por el periódico *Reforma* en 2004⁴³⁷, en donde se encontró que 76% de los entrevistados prefería escuchar música en la radio. De éstos, 33% se inclinó por el rock en español y 27% por el rock en inglés:

“La radio es fundamental en la conformación de pautas culturales, y especialmente asociadas al gusto musical. Desde siempre, la radio ha tenido entre sus oyentes asiduas a las mujeres, quienes se declaran románticas y adeptas a la balada. Los jóvenes, quienes representan un potencial significativo de audiencia, se afirman en el rock en español (33%), que ha terminado por imponerse al cantado en inglés (27%).”⁴³⁸

Para Fernando Mejía Barquera, el regreso de la radio hablada y noticiosa obedeció a una coyuntura electoral⁴³⁹, a pesar de que dichos cambios se hicieron dos años antes de las campañas presidenciales (2006). Tomando en cuenta que Vicente Fox envió una felicitación a *Reporte 98.5*

⁴³⁶ Sosa Plata, Gabriel, Nuevo escenario mediático, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año XVII, Número 91, febrero-marzo de 2005, pp. 16-23.

⁴³⁷ Para efectos de la presente investigación a continuación exponemos la metodología que se utilizó en la encuesta para que el lector se dé una idea de sus alcances. Fue realizada del 21 al 23 de febrero de 2004 a **820 personas** de 16 años o más que vivían en el DF y área conurbada. Se seleccionaron 82 puntos de levantamiento a partir de un muestreo probabilístico sistemático de secciones electorales. Las entrevistas se realizaron de manera personal en vivienda. Tanto ésta como el entrevistado fueron seleccionados de forma aleatoria sistemática en cada punto. El margen de error teórico de la encuesta es de +/- 3.4 por ciento con un nivel de confianza del 95 por ciento.

⁴³⁸ Jiménez, Lucina, Pierde radio terreno, en *Reforma*, Cultura, México, Jueves 13 de mayo de 2004, p. 2C.

⁴³⁹ Vid., Mejía Barquera, Fernando, Invasión verbal, en *Etcétera*, Número 43, México, mayo de 2004, p. 20.

catalogándolo como un “nuevo esfuerzo periodístico y profesional”, y que el propio Vázquez Raña ha sido uno de los empresarios más beneficiados este sexenio (una de las últimas acciones de Santiago Creel en la Secretaría de Gobernación fue otorgarle permisos para operar casinos), más bien es posible aventurar un cabildeo para beneficiar al candidato del Acción Nacional a la Presidencia de la República. Las recientes modificaciones a la Ley de Radio y Televisión que ponen en manos de los monopolios el espectro radioeléctrico y el espacio aéreo por donde transitan las ondas hertzianas (propiedad de la nación), apuntan hacia esta conjetura.

Volviendo a los negros días de la muerte de *Radioactivo*, quizás sea el momento de preguntarse, ¿y a todo esto, cuál fue la opinión de los tripulantes del navío que naufragaba? El silencio o las respuestas ambiguas. No hubo una guerra de papel como en el caso de los rockcientouneros. Por el contrario, nadie quiso dar una explicación al respecto, generando más incertidumbre que claridad:

“Muchos pensaron que el equipo que se quedó a ‘salvar’ los últimos días de la emisora se retirarían en grupo, en señal de protesta, y que al menos darían la cara para declarar lo que fuera: que se sentían indignados por dicho atentado, que buscarían reunirse en otra emisora para dar continuidad al proyecto que decían amar, etcétera. Sin embargo, se escondieron cual ratas a la hora de los madrazos y evadieron dar declaraciones. Olallo Rubio, quien al salir José Álvarez quedó como director, declaró por ahí que se dedicaría a sus actividades personales y que no había participado en las marchas de apoyo porque ‘no quería ser juez y parte’ (¿?!) (...). Peor parados quedaron el ex programador Rulo y su patifio El Sopitas (Francisco Alanís), quienes hoy ¡¡conducen un programa en Imagen 90.5!! Es decir, se bajaron los pantalones ante el verdugo y

ahora le soban las barbas a Pedro Ferriz de Con; según fuentes cercanas, el auto-jactado de anarcopunk macizo, Roberto Muñoz, el *Warpig* (ex director de producción) también se quedó a laborar en la empresa.”⁴⁴⁰

Pero el silencio no duraría mucho tiempo, dado que la administración foxista aún reservaba una sorpresa más para los rockeros del 98.5 (quienes generaban ganancias por 40 millones de pesos al año, y por ende, serían reclutados para sacar a *Órbita 105.7* de sus números rojos), quizás como un cumplimiento a las últimas palabras de José Álvarez: “La falta de una estación como *Radioactivo* abrirá más espacios para *Big Brother*, *La Academia*, *Ventaneando*, es decir, espacios que generan la no-reflexión, la crítica vulgar y barata...”⁴⁴¹

⁴⁴⁰ Peñaloza, Patricia, ¿Qué chingaos pasó en Radioactivo?, en *La Mosca en la Pared*, Año 11, Número 83, México, agosto de 2004, pp. 4-5.

⁴⁴¹ Fainchtein, Lynn, ¿Ya no quisieron roooock?, en *dF por Travesías*, Número 16, México, abril 28-mayo 11 de 2004, pp. 22-30.

6.6 Epílogo: Reactor 105

El 12 de junio de 2002 el entonces secretario de Gobernación Santiago Creel nombró a Dolores Béistegui directora del *Instituto Mexicano de la Radio* (IMER) en sustitución de Carlos Lara Sumano. La orden que le dio fue que reorganizara la institución y la convirtiera en una herramienta de comunicación dinámica y eficiente⁴⁴².

En esta coyuntura, Béistegui era claramente un alfil del gobierno foxista con la misión de adecuar y uniformar criterios dentro del instituto (aunque nunca le dijeron que las modificaciones a la Ley de Radio y Televisión que se aprobarían al final del sexenio no incluiría a la radio pública en la convergencia tecnológica). Una de las primeras acciones de la funcionaria fue vender tres de sus frecuencias: la XEBCO *La Poderosa Voz de Colima*, la XETEB *Radio Mar* de Campeche y la XERMX-OC *Radio México Internacional*⁴⁴³. Esta determinación fue tomada a raíz de las recomendaciones hechas por la empresa *Mercer Management Consulting* SRL de CV, quien recibió un pago de 7 millones 435 mil 920 pesos por 25 días de trabajo (del 5 al 31 de diciembre de 2003). Los resultados de la asesoría, fueron catalogados por el IMER como “información reservada” durante al menos seis años⁴⁴⁴.

⁴⁴² Nueva directiva del IMER, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Bitácora, México, julio-agosto de 2002, p. IV.

⁴⁴³ Surge una duda en el tesista que escribe estas líneas: ¿si Béistegui hubiera sabido algo sobre la *Ley Televisa* en ese momento, no le hubiese resultado más redituable vender las frecuencias mediante el esquema de subasta pública después de que ésta fuese publicada en el Diario Oficial de la Federación?

⁴⁴⁴ Vid., Ramos Ortiz, Arturo, Paga IMER 7.4 mdp por cabildeo exprés, en *Milenio Diario*, México, 12 de abril de 2006, p. 19.

Cabría abrir un paréntesis para preguntarnos si dentro de esa información que se maneja en un manto de obscuridad, no habría alguna recomendación para acallar las voces críticas al interior de las diferentes radiodifusoras, como la del periodista Paco Huerta, quien antes de morir escribió una carta póstuma publicada el 28 de marzo de 2005 en *La Jornada*, misma que vale la pena leer entre líneas:

“El periodismo civil, donde el ciudadano raso es el protagonista, voz de la información surgida de sus vivencias cotidianas y cronista de su propia realidad, nació en la radio de este país, donde florecen las represiones el 13 de diciembre de 1976. La libre manifestación de las ideas del mexicano infinitesimal, participante en el programa *Voz Pública* ha sufrido cuatro mordazas: una en 1982, ordenada por José López Portillo. Dos en 1991, en el reinado de Carlos Salinas de Gortari, y la más reciente, implantada a los que creyeron en el cambio gracias al genio creador del México maravilloso y democrático: el presidente Fox, en este caso asistido por el aspirante a sucederlo, Santiago Creel. Todas las mordazas, aplicadas cuando en los sexenios se hacen añicos las promesas electorales y el ciudadano tienen sus despertares y quiere pronunciar su veredicto político frente a la realidad de ineptitudes de los hombres del poder. Y es entonces cuando recuerda que aún no se derogan los artículos 1º, 5º y 6º de la Constitución, por lo que quiere oxigenarlos a través de un micrófono o cámara de televisión. Lo terrible es que nuestra Carta Magna, gracias a la ‘obsequiosidad’ de nuestros legisladores, todavía no tiene autoridad en esos espacios donde sólo los ungidos pueden penetrar y maquillar la selectiva libertad de expresión. Es cuando la incapacidad se convierte en represión. Entonces con priistas y con panistas, del poder ubicuo y omnímodo caen irremediabilmente las mordazas.”⁴⁴⁵

⁴⁴⁵ Huerta Paco, Carta póstuma en demanda de espacios de expresión, *La Jornada*, lunes 28 de marzo de 2005, p. 2.

Aunado a lo anterior, el IMER mostraba serias deficiencias administrativas (lo que se tradujo en mal uso del presupuesto), por lo que Béistegui también recibió críticas desde dentro, como la del secretario general del sindicato Juan José Garduño Díaz, quien afirmó que la funcionaria carecía de sensibilidad social y le propuso probar otras alternativas para evitar el cierre de estaciones y el despido injustificado, como la reducción de las partidas presupuestales para solventar viajes al extranjero con viáticos para hoteles y restaurantes de lujo⁴⁴⁶.

El 12 de noviembre de 2004, la directora del IMER anunció el relanzamiento de las tres frecuencias del instituto ubicadas en Frecuencia Modulada en la ciudad de México: *Horizonte 108*, *Opus* y *Reactor 105*⁴⁴⁷ (con la consecuente desaparición de *Órbita 105.7*). El premio que la administración foxista dio a los ex radioactivos por su silenciosa salida del 98.5 fue el monopolio de la radio rockera en el Distrito Federal. Al abordaje llegaron: Julio Martínez, Francisco Alanís, Ileana Rodríguez *La Recluta*, Raúl Vázquez *Rulo*, José Enrique Fernández y Marcelo Lara (manager de *Moderatto*). Las protestas en la prensa no se hicieron esperar, sobre todo por las bandas de rock en español que habían captado buena parte de su público a través de *Órbita 105.7*:

“Ayer en el acto en el que se lanzó el disco Antídoto orbital: éxitos radiales del nuevo rock mexicano, los músicos ahí reunidos –Dildo, Eufemia, Dragón Zaga, Hydro y Vedette- reclamaron a los nuevos mandos que la estación radiofónica pública *Reactor 105*; Todas las alternativas (antes *Órbita*

⁴⁴⁶ Vid., Sosa Plata, Gabriel, *Op. Cit.*, p. 21.

⁴⁴⁷ Un grupo de fans de *Radioactivo* tenía un año trabajando con el nombre de *Reactor* en un proyecto de radio por internet, y en su momento, denunció el plagio.

perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio, IMER) ya no se les programa”.⁴⁴⁸

En un principio, la estación fue vista por su nuevo equipo como una extensión de *Radioactivo*, y por tanto, siguieron manejando el mismo discurso elitista dirigido a la Generación X, viajando por las mismas vías que las culturas parentales y hegemónicas les habían trazado. El cinismo llegó a tal punto, que Marcelo Lara utilizaba (y el día de hoy, aprovecha cualquier oportunidad para hacerlo de nuevo) a la emisora como plataforma de promoción de los conciertos de *Moderatto* y Raúl David Vázquez *Rulo* fue blanco de diversas críticas:

“En reciente programa de televisión en *Canal 40*, Denisse Maerker le preguntó a *Rulo* por qué Radioactivo era considerada elitista, a lo que quien ni siquiera acabó la preparatoria contestó: <<pues sí, porque tocábamos temas de cierto nivel cultural, que no todo mundo entiende>>. ¡Pero si al aire sólo hacen gala de gran ignorancia, acerca de cualquier cosa que no sea discos y grupos! La cultura no es una acumulación de datos sino una comprensión amplia del entorno, y si se les conoce como elitistas, es porque se jactan de ser quienes detentan el único gusto musical posible, y por su trato desdeñoso hacia el público.”⁴⁴⁹

Sin embargo, algunos periodistas, como Eduardo Limón de *La Revista*⁴⁵⁰, les dieron el beneficio de la duda. Entonces, Marcelo Lara y Dolores Béistegui salieron a dar la cara ante la reacción en cadena que había desatado en la prensa la incertidumbre que pesaba sobre la frecuencia

⁴⁴⁸ Caballero, Jorge, Denuncian músicos marginación del rock mexicano en el Imer, en *La Jornada*, Espectáculos, México, Miércoles 1 de diciembre de 2004, p. 8A.

⁴⁴⁹ Peñaloza, Patricia, Reactor 105.7: pocas alternativas, en *La Jornada*, México, viernes 3 de diciembre de 2004, p. 9A.

⁴⁵⁰ Vid., Limón, Eduardo, Prende Reactor, prende, en *La Revista*, México, semana del 15 al 21 de noviembre de 2004, p. 77.

del 105.7, tanto por parte de fans de *Radioactivo* (quienes veían en el nuevo proyecto la resurrección del espacio identitario que les habían arrebatado), como por el público que gustaba del rock en español, y en especial, el hecho en México. Las mayores suspicacias pesaban sobre *Rulo*, enemigo declarado del rock que transmitía *Órbita*:

“En cuanto a Rulo (el programador de Reactor y la cabeza que más piden los integrantes de muchos grupos que saben de la mala leche con la cual siempre ha tratado al rock que se hace en México), desde que salió al aire Reactor ha resultado ‘amigo entrañable’ de todos los grupos nacionales. Algunos y algunas dicen que se ha vuelto ‘encantador’, vamos, un ternuchón, en su programa matutino **Antisocial**. (...) Por eso les resulta inexplicable a muchos cómo podía tirarle tanta mierda al rock de estos lares, sobre todo al que se programaba en *Órbita*, cuando estaba en *Radioactivo*.”⁴⁵¹

La última pieza de este rompecabezas es el contrato que el IMER había suscrito con la *Corporación Interamericana de Entretenimiento* (CIE) (presidida por Alejandro Soberón Kuri) para que la empresa se encargara de comercializar las estaciones concesionadas que pertenecían (y pertenecen) a la dependencia. Cabe señalar que CIE posee 60% de la firma OCESA y ha manejado y comercializado radiofrecuencias en Argentina, donde tuvo que vender las nueve estaciones que operaba debido a la política contra la concentración económica y la extranjerización implementada por el presidente Néstor Kirchner⁴⁵².

⁴⁵¹ Návar, José Xavier, *¿Te cae? y ¡no mamenacen!*, en *La Mosca en la Pared*, Año 12, Número 90, México, febrero de 2005, p. 43.

⁴⁵² Vid., Mejía Barquera, Fernando, *Claroscuros en el Imer*, en *Etcétera*, México, abril de 2005, p. 27.

El convenio firmado entre el IMER y *Make Pro* (empresa filial de CIE) vence el 30 de noviembre de 2006, pero se renueva automáticamente por un periodo de cuatro años a partir del primero de diciembre de 2006⁴⁵³. Uno de los objetivos del documento suscrito es “crear una audiencia cautiva y una red de interlocutores que coadyuven al crecimiento y desarrollo de las estaciones radiodifusoras”⁴⁵⁴. Si según la propia página de CIE (www.cie-mexico.com.mx), la empresa utiliza estrategias de *marketing* para crear ‘vínculos afectivos’ entre las marcas y sus clientes y trata de influir en la ‘memorabilidad y la preferencia de los consumidores’, nos encontramos ante una política de Estado directamente relacionada con una industria cultural, variable que está íntimamente relacionada con las culturas hegemónicas rectoras que ejercen su dominio a través de la administración pública⁴⁵⁵.

El problema en sí no es que se comercialice y popularice al rock por medio de las industrias culturales, –ya que es posible echar a andar proyectos rentables y alternativos que tengan un alcance masivo a nivel de las audiencias– sino que quepa dentro de un mismo esquema el fenómeno pluricultural del rock tanto nacional como extranjero en todo su esplendor. Desde esta perspectiva, aunque, en efecto, exista una diferenciación simbólica entre las diversas tribus rockeras de la ciudad, (lo cual no quiere decir que el rock como fenómeno cultural no sea capaz de extenderse a todos los estratos sociales), siempre y cuando haya espacios en los medios de comunicación (y particularmente en la radio) que

⁴⁵³ Vid., Mejía Barquera, Fernando, *Imer al mejor postor*, en *Etcétera*, México, mayo de 2005, p. 41.

⁴⁵⁴ *Ídem*.

⁴⁵⁵ Recordemos lo que escribimos en el capítulo 1: “Para Pierre Bordieu la identidad social se afirma en la diferencia con respecto a otros grupos sociales. Asimismo, considera que la clase hegemónica utiliza las diferencias culturales para justificar las diferencias de clase. Finalmente, Bordieu propone la autonominación de un campo cultural definido por la independencia de los artistas con respecto a los mecenas. Por ello, el rock tiene una doble lectura: como mercancía y como universo simbólico”.

afiancen la identidad cultural de los diferentes sectores juveniles que hacen del rock una forma de vida, se contribuirá al enriquecimiento y a la retroalimentación entre éstos. En otras palabras, en tanto se alimente la socialidad del consumo del rock, y no sólo el consumo a secas, se coadyuvará a crear espacios de democratización cultural que consideren todas las alternativas (como afirma el *slogan* de *Reactor 105*).

Volviendo al cauce de esta investigación, aunque hay que reconocer que la estación en poco tiempo ha sacado del subterráneo a grupos como *Austin TV*, *Fenómeno Fuzz*, *Fussible*, *San Pascualito Rey*, *Los Druídas*, *Porter*, *Sad Breakfast*, *She is a Tease*, entre otros; también hay que señalar que ha dejado fuera de la programación habitual géneros como el ska, el rock rupestre, el progresivo, el blues y el metal; todos ellos, parte de un universo simbólico e identitario complejo como lo es el rock. La razón quizás sea la imposibilidad de los directivos, no sólo de la estación sino del IMER, de unificar criterios para abrir los canales de comunicación necesarios en un ejercicio de inclusión y pluralidad del medio que representan, confirmando las posiciones de teóricos como Bourdieu, quien propone que la autonominación de un campo cultural está vinculada a la independencia de los artistas respecto de los mecenas o de fuentes extraartísticas (poder político o religioso).

Otra causa por la cual las subculturas juveniles urbanas (específicamente las relacionadas con el rock) ven mermados sus espacios radiales identitarios dentro de *Reactor*, es el criterio y el perfil comercial que su gerente Marcelo Lara ha dado a la otrora *Órbita 105.7*, la cual promociona eventos masivos (la mayoría, organizados por OCESA) que incluso nada tienen que ver con la cultura rockera, como por ejemplo, la *Serie Nascar 2005*; o que corresponden a otro contexto socio-cultural,

como el *Festival de Jazz de la Ciudad de México* 2005, cuya difusión corresponde más al perfil de *Horizonte 108*: estación especializada en *jazz* y *world music*.

En otras palabras: no es injusto que se programe a grupos angloparlantes como *Mars Volta*, *Radiohead*, *Kaiser Chiefs*, *White Stripes*, *Beck*, *Green Day*, *The Raveonettes*, *Franz Ferdinand*, *Muse*, *Arcade Fire*, etcétera (de hecho es nutritivo para las nuevas y viejas generaciones de rockeros); sino dejar fuera aquel rock que se sale de las modalidades de transmisión cultural institucionalizadas (la *oi music*, el *raï*, el *ska*, etc.).

A pesar de sus carencias, algunos programas de la frecuencia del 105.7 pueden rescatarse como una contribución a la conformación de la identidad y el estilo de ciertas subculturas del rock, tales como: *Gabba Gabba* (segunda etapa de las *2 Horas de Brayan* que condujeran el *Warpig* y el *Reverendo* en *Radioactivo*), *Arañas de Marte* (alucinación musical con Guillermo Santamaría), *Interferencia* (programa especializado en rock en español con Miguel Solís), *Hexen*, *El Libro Negro* (la versión más moderna de *Gaveta 12*, conducida por Clauzen Hernández), *Reggaevolución*, *La Era del Dinosaurio* (rock de los sesenta con el legendario César Alejandre), *Tolerancia Zero* (programa del espacio alternativo *Circo Volador*, cuyo director es Héctor Castillo Berthier) y *Presta* (programa de rock urbano conducido por dos personajes legendarios conocidos como *Güicho* y *El Jinete*).

No obstante, es evidente el fracaso de los ex radioactivos por transformar una estación de radio pública en una extensión de su reinado (su programa de humor burdo y chistoretas clasistas *Los Muchachos*, tuvo que salir del aire). La prueba más fehaciente está en las opiniones de los

radioescuchas más fieles del 98.5 (aglutinados en el foro *Réquiem por Radioactivo* de yahoo):

“Olallo podra haber tenido y tiene contradicciones pero...TIENE ALGO QUE REACTOR NO TIENE: IRREVERENCIA, aunque la palabra ya este mas choteada y arruinada. Olallo es el locutor que le hace falta a *Reactor*, y no se que piensan ustedes pero para mi *Antisocial* es un programa muuuuy aburrido, no se que le pasa al Rulo pero tiene un programa bueno de 10 que hace y lo peor es que se refleja en la música.”⁴⁵⁶

He aquí otra opinión de un ex radioescucha:

“Yo extraño muchísimo al viejo *Radioactivo*, en especial a Fernanda Tapia, Olallo, Martín Hdz, Jordi Soler. Aportaron mucho a mi vida. Pero... lamentablemente las condiciones en las que se dio la mejor radio que he escuchado en mi vida son completamente distintas a las que se encuentran actualmente en *Reactor*. Hoy en día los ‘sobrevivientes’ trabajan en una estación de radio propiedad de nuestro ‘amado gobierno’... es como intentar morderle la mano al que te sostiene el plato donde comes. Eso, limita y mucho.”⁴⁵⁷

En conclusión, *Reactor 105* no cubre con las expectativas que como medio de comunicación generó, ante un cúmulo de identidades juveniles que se desbordan y confluyen, dada la gran cantidad de culturas (y contraculturas; que amén de lo que se pueda pensar también son culturas) regionales, populares, urbanas, etcétera; que el rock genera y que merecen tener sus propios espacios de expresión sin cortapisas, ni filtros depuradores. Y aunque *Reactor* durante su corta existencia, ha hecho un

⁴⁵⁶ Opinión de Staryu, en *requiem_radioactivo985@yahoogrupos.com.mx*, consultado el 23 de marzo de 2005.

⁴⁵⁷ Opinión de Rodolfo M. Moreno, *Ibid*.

gran esfuerzo por integrar a “todas las alternativas” dentro de su universo hertziano, pesa más la herencia cultural de sus voceros, emparentados con la subcultura “fresa”, con las culturas hegemónicas y con las industrias culturales.

Por otra parte, actualmente, el campo de batalla de los diferentes nichos indentitarios juveniles no representados por la radio comercial y pública se ha trasladado al internet y a las nuevas tecnologías. Los *hackers*, los *crackers* y los hacktivistas; son subculturas que se perfilan como los nuevos dolores de cabeza de las culturas hegemónicas y parentales. El sitio myspace.com se ha convertido en poco tiempo en un escaparate para los grupos de rock alejados de las industrias-monstruo de la música y el espectáculo, confirmando que ante los intentos burdos de los grandes administradores del tiempo libre (como la televisión y la radio comerciales) por homogeneizar los estilos y pensamientos juveniles, siempre habrá otras manifestaciones artísticas caminando a contrarreflujo, anteponiendo la cultura del crear a la cultura del consumo.

6.7 Segundo epílogo

De último minuto el jefe de gobierno del Distrito Federal, Alejandro Encinas ha urgido a la comisión de telecomunicaciones de la Cámara Alta a que se le devuelva la estación que anteriormente pertenecía al Departamento del Distrito Federal. Al mismo tiempo, el candidato perredista al gobierno de la ciudad de México (y puntero en las encuestas de intención de voto) ha manifestado su interés por crear una estación de radio y un canal de televisión para el gobierno capitalino⁴⁵⁸. Aunado a lo anterior, la aprobación de la *Ley Televisa* ha sido un duro golpe para la radio educativa, pública, comunitaria y cultural.

Tal parece que los días de *Reactor 105* están contados, pues sólo es cuestión de tiempo para que la Cámara de Senadores devuelva al gobierno de la capital su estación de radio que otrora se ubicara en el 105.7 de frecuencia modulada para acallar la oposición a la criticada reforma, la cual otorga amplios beneficios al duopolio.

A más tardar en 2007 sabremos si el rock mexicano sale del cuadrante definitivamente y se refugia en el *Internet* y/o los *podcast*. Mientras tanto, disfrutemos de locutores apáticos (cuyo esfuerzo político más acabado es la campaña *Tu Rock es Votar*, famosa por su máxima “Si no votas ¡cállate!”⁴⁵⁹) e incultos (salvo algunas excepciones) como

⁴⁵⁸ Vid., Mejía Barquera, Fernando, Ebrard quiere radio y tv “culturales”, en *Milenio Diario*, México, sábado 25 de marzo de 2006, p. 39.

⁴⁵⁹ Todo un himno a la intolerancia hacia los grupos socio-culturales que abiertamente se oponen a hacer política desde las urnas, entre los que se encuentran punks, okupas, anarquistas, ejidatarios, trabajadores de la educación, defensores de los derechos humanos, marxistas, trostkistas, y un largo etcétera.

Francisco Alanís y Ariadna Montañez; y quedémonos con las siguientes palabras del periodista Hugo García Michel:

“Lo que se necesita es una radio juvenil inteligente, crítica, con una intención musicalmente globalizadora e incluso historiográfica; una radio que respete a su público y lo considere maduro y pensante; una radio que sea informal, divertida, entretenida y antiolemne, sí, pero sin que esto se confunda con ser banal, hueca, superficial y frívola.”⁴⁶⁰

⁴⁶⁰ García Michel, Hugo, Ojo de Mosca, en *La Mosca en La Pared*, Año 11, Número 89, México, enero de 2005, p. 3.

Conclusiones

Revisemos la hipótesis general de nuestro esquema de trabajo: *la aniquilación de espacios radiofónicos comerciales dedicados al rock parte en primera instancia de las condiciones económicas del mercado de la radiodifusión mexicana y no de la disminución o apatía de las audiencias, pues dicha música forma parte de una identidad cultural*. Llegamos hasta este punto, y después de recaudar evidencia documental suficiente (tanto teórica, como histórica) nos damos cuenta de que ésta es tan contundente que no deja lugar a dudas.

Podemos afirmar, no obstante, que aún cuando el mercado sólo selecciona proyectos institucionales que garantizan el éxito seguro y rentable, se han logrado colocar en el cuadrante proyectos que por sus particularidades se transforman en oasis que cumplen con las expectativas del directivo promedio. Sin embargo, al entrar en conflicto con los paradigmas impuestos por los amos de los medios de difusión masiva, se transforman en espacios que hay que cerrar de inmediato; peligros potenciales en una sociedad conservadora en donde, históricamente, se pone debajo del tapete aquello que, según su escala de valores, no cuadra con la armonía de la cultura de masas.

Al analizar las causas externas e internas que llevaron a la desaparición de *Radioactivo* y *Rock 101*, encontramos una constante: los conflictos de intereses. Cuando la crisis económica de 1994-1995 tocó a *Núcleo Radio Mil* y la inversión en publicidad comenzó a disminuir, los directivos de la empresa tuvieron que hacer malabares para mantener a *Rock 101* al aire. Ello, aunado a los problemas administrativos internos, provocaron la implosión, arrasando de paso con la audiencia que ya tenía un fuerte arraigo hacia la estación (un vínculo identitario).

El caso de *Radioactivo* es más ilustrativo, ya que sus finanzas no podían ser más sanas en el momento en que fue vendida al empresario Olegario Vázquez Raña (la estación generaba ganancias por 40 millones de pesos al año), pasando por alto al sector generacional de jóvenes que soñaban, amaban y respiraban *Radioactivo*.

Entre uno y otro contexto socio-histórico, se dan lecturas paralelas: 1) Se tiene un proyecto radial larvado en las culturas hegemónicas y parentales (representadas en este caso por las familias que históricamente se han apropiado del *dial* radiofónico y del espectro radioeléctrico); 2) Se abren ciertos nichos que se escapan del esquema y de los objetivos originales del medio; 3) Se retroalimentan algunas subculturas urbano-rockeras marginales y se crean identidades juveniles nuevas (en este caso, representadas por los radioescuchas); 4) El proyecto desaparece por causas económicas o políticas, pero las identidades juveniles prevalecen. Como en la metáfora del reloj de arena, las condiciones sociales de generación, crean nuevos estilos que un sector de la juventud homologa e incorpora al conjunto de producciones culturales que conforman su identidad. De esta forma, podemos explicar la sobrevivencia de grupos de ex radioescuchas que hoy por hoy se reúnen y crean su propia microcultura.

En cuanto a las subculturas y contraculturas juveniles urbanas relacionadas con el rock, ni *Rock 101* ni *Radioactivo* pusieron especial atención en éstas, pues ambos proyectos radiofónicos estaban fuertemente amalgamados con las culturas hegemónicas y parentales (y con un sector de las industrias culturales). Aún cuando es posible rescatar algunos programas de ambas radiodifusoras (*Gaveta 12*, *Sonorock 8*, *Después de todo*, *Dos Horas de Brayan*, etc.), lo cierto es que la mayoría de los locutores y productores se mostraban reacios a retomar la estética, los símbolos, y sobre todo, el lenguaje de los jóvenes, el caló de los barrios, o el *slang* de determinado grupo social (como los

cholos); por lo que los pocos esfuerzos que hacían por retomar determinada subcultura, sonaban descafeinados, y perfectamente alineados con los designios de las industrias culturales.

Por lo anterior, pudimos cumplir con nuestro objetivo de identificar los principales aspectos culturales en ambas estaciones que pudieron generar identidades en sus radioescuchas y el cómo estas identidades llegaron a convertirse en símbolos de un sector de una cultura generacional. Sin embargo, también queda claro que *Rock 101* y *Radioactivo* eran proyectos contruidos desde las culturas hegemónicas, y por tanto desde una visión elitista, y particularmente, desde un sector de la clase alta: aquel que se identifica con el rock anglosajón.

Por otra parte, también expusimos muchos de los antecedentes históricos de la conformación de la radio rockera en el DF, y establecimos parámetros de identificación entre uno y otro período de la historia: desde Avándaro hasta la creación del *Tianguis Cultural del Chopo*, pasando por el *boom* del rock en español, el surgimiento del EZLN, los conciertos masivos, y finalmente, la situación actual. En el camino, tropezamos con proyectos radiales que fueron verdaderamente alternativos (como *Estéreo Joven*), aunque nos faltó profundizar en el papel de las radios piratas en el reforzamiento de las subculturas rockeras. Asimismo, destacamos la importancia de la radio pública como escaparate de identidades juveniles asociadas al rock, con programas como: *Otra Noche*, *Desde Acá Los Chilangos*, *El Lado Oscuro de la Luna*, *Pueblo de Patinetas*, *La Cocina del Alma*, *Panorama del Jazz*, etc.

Con respecto a nuestras hipótesis particulares, a continuación las repasaremos puntualmente con el fin de corroborar sus planteamientos:

La radio rockera aún no se ha abierto totalmente de capa a las manifestaciones subculturales y contraculturales del rock hecho en México. Aunque parece mentira, en la actualidad no hay un solo programa en la radio dedicado a retomar los aspectos sociales y culturales de las identidades juveniles urbanas. No existe, como en los años ochenta, una estimación real de cuántas pandillas juveniles hay en el Distrito Federal ni cuál es su estilo de vida, ni sus prácticas culturales. En suma, carecemos de una política cultural de gobierno que se plantee el rescate de la cultura juvenil urbana y la necesidad de que los jóvenes cuenten con sus propios medios de comunicación. La cultura del consumo sigue siendo la predominante en la radio y en la televisión mexicanas.

Para que existiera una verdadera pluralidad en el *dial* defeño, tendría que haber una radio *skatera*, una radio *dark*, una radio *otaku*, una radio *raver*, una radio *hardcore*, una radio metalera, una radio anarquista, una radio *punk*, una radio *hacker*, una radio *yomango*, una radio rupestre, una radio *ciberpunk*; una radio cóncava y convexa que fuera sobre todo cultural, que privilegiara la inteligencia y no redujera su relación con los radioescuchas a preguntarles qué canción les gustaría escuchar o qué grupo de rock es su favorito.

El panorama no pinta bien si consideramos que hoy en día sólo existe una estación en la Frecuencia Modulada dedicada al rock (en español y en inglés): ochenta por ciento menos que la década pasada. Si tomamos en cuenta que esta estación está invadida por locutores afines a las culturas hegemónicas, vemos que estamos retrocediendo treinta años, al menos en cuanto a medios se refiere.

Hay un impacto cultural a nivel generacional de las estaciones de radio rockeras que de una u otra forma se han consolidado en el dial radiofónico como Rock 101 y Radioactivo. Es innegable que tanto Rock

101 como *Radioactivo* influyeron y tuvieron su impacto en cierto público juvenil de clase alta y media alta (y de media baja y baja en menor medida). Sin embargo, como ya hemos mencionado, sólo lograron cohesionarse con la identidad de algunos sectores de la cultura juvenil generacional, y no precisamente con aquellos que se ubican en la marginalidad.

Rock 101 y Radioactivo eran estaciones radiofónicas limitadas por esquemas de marketing, estrategias de comercialización y una legislación hecha a la medida de los empresarios que históricamente tienen el control de los medios electrónicos en nuestro país. No tenemos más que agregar a este respecto, salvo que las nuevas reformas a la ley de radio y televisión refuerzan dicho control y hacen todavía más difícil el resurgimiento de la radio rockera del Distrito Federal.

Finalmente, en la recta final de nuestra travesía, nos gustaría agregar algunas reflexiones con respecto al futuro de la radio y de las identidades juveniles rockeras. En este punto, podemos afirmar que los formatos anquilosados en la radio comercial (*Top 40*, AOR, Adulto Contemporáneo, etc.) están siendo rebasados por el *podcasting*, la radio por internet y la radio satelital. Ésta última se perfila como la tecnología que sustituirá a la radiodifusión analógica (según palabras del especialista Gabriel Sosa Plata). 40 países de Europa ya transmiten con tecnología digital, existen 130 modelos de receptores⁴⁵⁹.

Tan sólo en Estados Unidos existen 500 emisoras con sonido digital y 12 mil estaciones. El hecho de tener que competir contra eso, causa escalofríos en los consorcios radiofónicos que operan grandes monopolios con total impunidad en nuestro país. Sin pudor alguno, diputados y senadores aprobaron una reforma a la Ley de Radio y

⁴⁵⁹ Gabriel Sosa Plata, Encuentro *Radioactividad*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM. Radio por Internet, 8 de abril de 2005.

Televisión (cuyo futuro se encuentra en manos de la Suprema Corte de Justicia de la Nación) que en realidad es un traje sastre para que el espectro radioeléctrico (que es propiedad de los mexicanos) quede en pocas manos: aquellos que puedan pagar más por una concesión. La nueva legislación no podrá detener el declive de la radio comercial si ésta no ofrece espacios identitarios a los diferentes sectores de la sociedad mexicana (incluyendo a los jóvenes) y caerá junto con sus primas hermanas, las compañías discográficas, quienes a su vez han sido fuertemente golpeadas por el MP3 y la piratería.

Por otra parte, la actual coyuntura legal es un grave revés para la radio cultural, pública, educativa y comunitaria; al no permitirles prestar servicios adicionales de telecomunicaciones, entrar a la convergencia tecnológica y adquirir financiamiento por medio de esquemas de inversión mixtos⁴⁶⁰. Muchas cosas podemos criticar de este tipo de radiodifusión (y de hecho lo hacemos), pero ello no implica que estemos de acuerdo con su extinción, cuantimás cuando abundan las visiones catastróficas del futuro, como la del periodista Raúl Cremoux:

“Pantallas que conecten con internet, permitan hablar por teléfono, que faciliten la realidad virtual, el videodisco, y todo con calidad de alta definición ya ocurre en diversas latitudes. Baste ver el ejemplo de ciertas cadenas europeas que, con todo y lo celosas que son de su nacionalismo continental, el año pasado tuvieron que soportar en televisión abierta, lo que excluye a las cableadas, 61% de películas, series y promociones de manufactura estadounidense. Si eso ocurre allá en ese continente de fuertes tradiciones y enorme diversidad cultural, ¿podemos imaginar lo que ocurrirá aquí, dentro de 10 o 15 años en el traspaso de los yanquis? No será exagerado prever que

⁴⁶⁰ Éste quizás sea el verdadero motivo por el cual salieron en defensa de la radio pública personajes severamente cuestionados por periodistas especializados como Dolores Béistegui y Raúl Vázquez *Rulo*.

desaparecerá nuestra identidad como nación y seremos incorporados a la globalización cultural de los empresarios estadounidenses.”⁴⁶¹

No coincidimos con la última frase de la cita anterior, los procesos de integración global son complejos y no están definidos por la supuesta unidireccionalidad de los medios de difusión masiva (de ser así, el rock mexicano hubiera desaparecido de la identidad nacional después de más de 15 años de veto). Por muy avanzada que sea la tecnología, la dominación hegemónica de las industrias culturales seguirá siendo un sueño mientras existan constructos identitarios y estilísticos al margen de las mismas (o reinterpretaciones descontextualizadas de su objetivo original, como el *bricolage*). Si su intención real, como señala Cremoux, es homogeneizar la cultura a nivel mundial, irán perdiendo terreno ante las contraculturas que surjan, precisamente porque éstas aparecen cuando las subculturas regionales, étnicas, de género, generacionales, etc.; se ven amenazadas⁴⁶².

Los tejidos que son dañados por la falta de espacios de identidad cultural en los canales institucionalizados, rápidamente se reconstruyen a sí mismos y en algunas ocasiones tracienden su propio territorio y margen de acción (como sucede con el movimiento altermundista). Y hay muchos botones de muestra: *Radio Insurgente* (estación zapatista ubicada en www.radioinsurgente.org), *Radio Global* (música electrónica y humor ácido, en www.radioglobal.org), *Germinal 060* (electrónica y cibercultura, en www.germinal.060.com), *E-Reverencia Radio* (música alternativa en inglés, en www.e-reverencia.net), *Ke Huelga Radio 102.9* (UNAM), *Radio Zapote* (ENAH), *Radio Okupa* (Facultad de Filosofía de la UNAM), *Soma FM* (San Francisco), *Canal*

⁴⁶¹ Cremoux Raúl, *Complicidad silenciosa*, en *El Universal*, Viernes 31 de marzo de 2006, p. A24.

⁴⁶² Vid., Capítulo 1.1.4 Contracultura.

Trans (www.canaltrans.com) y un etcétera tan largo que haría falta otra tesis para terminar la lista⁴⁶³.

El *podcasting*⁴⁶⁴ representa la otra amenaza que se cierne sobre la radio comercial, a tal punto, que para no quedarse atrás algunas estaciones como *WFM* y *Reactor 105* (por medio de la revista *R&R*), ya tienen su propia dotación de *podcast* en la red para ser descargados de forma gratuita (al igual que la Presidencia de la República). No obstante, las industrias culturales tendrán que ir cediendo terreno poco a poco (como Clear Channel en Estados Unidos, que ha tenido que bajar los tiempos a sus anunciantes para elevar el *rating*⁴⁶⁵) ante el empobrecimiento de la oferta radial. Desde nuestro punto de vista, lo importante no es contar con las tecnologías, sino el uso que se les dé a éstas. Dado que las culturas hegemónicas y parentales siempre subordinan a sus voceros oficiales y uniforman criterios, es posible que en un futuro cercano seamos testigos de un auténtico movimiento de *podcasters* independientes que, retomando la metáfora del reloj de arena, reviertan la tendencia de éstas a convertir todo lo que tocan en objeto de consumo. No es ocioso imaginar, por ejemplo, a activistas sociales de todo el mundo intercambiando experiencias de lucha por medio de archivos de audio.

Por otra parte, la industria discográfica ya está tomando algunas medidas con el fin de eliminar los focos rojos que representan las comunidades que intercambian y ofrecen música gratuita. En su afán por administrar los canales de transmisión cultural no oficiales, ha impulsado reformas legislativas que tipifican como delito (piratería digital) la descarga de canciones fuera de los circuitos de comercio

⁴⁶³ Vid., Zárate Rodolfo, Navega la radio independiente, en *La Revista*, México, semana del 11 al 17 de abril de 2005, p. 78.

⁴⁶⁴ Podcast. Archivo de audio grabado y colocado en una página web para que cualquier cibernauta pueda bajarlo o abrirlo desde ahí.

⁴⁶⁵ Oseguera Juan Antonio, Podcast todos somos locutores, en *Día Siete*, Año 6, Número 305, México, domingo 4 de junio de 2006, pp. 64-69.

‘legítimos’. Cabe preguntarse si también tipificarán como delito el intercambio de música entre individuos y grupos que cuenten con dispositivos de reproducción de música en formato MP3 como el iPod; o si considerarán como delincuentes a los fans y melómanos que se retroalimentan mutuamente en comunidades y foros que ponen a disposición de sus miembros archivos musicales, como parte de una sana labor de difusión cultural.

Los tiempos exigen un cambio radical en el escenario radiofónico. Un primer paso para avanzar en esta dirección es la urgencia de acabar con la práctica de la *payola* (que tanto daño ha hecho a los artistas y grupos independientes que están fuera del circuito producción-difusión-distribución de las industrias culturales). Incluso en Estados Unidos (su país de origen), el fiscal general de Nueva York Eliot Spitzer hizo que *Warner Music* reconociera públicamente el pago de 5 millones de dólares por concepto de regalos y promoción a las estaciones de radio que promocionaran a sus artistas. Asimismo, se vio obligada a contratar a un experto para que estas operaciones cesaran (aunque siendo sinceros, ello no repara el daño hecho en detrimento de los músicos independientes y radioescuchas con otros perfiles identitarios)⁴⁶⁶.

Si los gigantes de la industria discográfica (*Polygram*, *EMI*, *Universal*, *BMG*) se quejan de la ilegalidad de los sitios de descargas gratuitas, bien harían en limpiar la casa antes que condenar prácticas propias de la cibercultura y entender que el fenómeno de la piratería no desaparecerá de la noche a la mañana toda vez que las desigualdades sociales (que se traducen en la compra de un producto más barato aunque de menor calidad que uno original) tampoco lo harán.

⁴⁶⁶ Vid., NTX, Reconoce la disquera Warner Music haber dado regalos a varias estaciones en EU, en *Reforma, Gente*, México, 23 de Noviembre de 2005, p. 1.

Es difícil concluir, después de abrir una Caja de Pandora que hasta el momento pocos se habían atrevido a abrir: el papel de la radio en la conformación de la identidad cultural juvenil. Después de una revisión histórica de 40 años, y considerando el hecho de que efectivamente, hasta los proyectos más conservadores y tradicionalistas como *Rock 101* y *Radioactivo* son parte de una identidad juvenil que responde a diferentes condiciones sociales (étnicas, territoriales, de género, de clase, etc.); es imperativo que los medios se integren al universo de manifestaciones culturales juveniles. Cuando hablamos de integración no nos referimos a que se ajusten a los cánones de dominación que la radio (comercial y no comercial) les imponga, sino darles absoluta libertad de expresión. Ello sólo se logrará con una reforma en la materia con una visión íntegra de la cultura, abierta y propositiva. Esto también implica un cambio de mentalidad, por parte de académicos, artistas, radioastas, radiodifusores (culturales y comerciales), autoridades, etc; como bien apunta el periodista y productor radiofónico Arturo Ortega:

“Por ejemplo, en la radio priva una falta de democracia; no hay participación pública en los medios, ni respeto a la libertad de expresión. La radio cultural mexicana, como *Radio Educación*, tiene un proyecto de hace quince años donde es imposible abrir brecha para nada. Se forman grupos de poder en torno a estilos y escuelas (...). En realidad las estaciones deberían ser públicas y no estatales, al estilo inglés, con un consejo de administración representado por sectores de la sociedad, con equipos de trabajo que mantuvieran su continuidad independientemente de los cambios sexenales o de la sustitución de políticos en las instituciones gubernamentales.”⁴⁶⁷

Sin embargo, nos preguntamos si tiene sentido retomar propuestas como la de Arturo Ortega ante la inminencia de una reforma que busca

⁴⁶⁷ Paredes José Luis Pacho, *Rock mexicano, sonidos de la calle*, Pesebre, México, 1992, p. 129.

desaparecer a la radio cultural y magnificar la cultura anaencefálica (propia de TV Azteca y Televisa). Esperemos que sí, pero en caso contrario hay acciones concretas que se pueden echar a andar para que esta investigación no sólo se quede en el papel:

1. Apoyar con tecnología y capacitación proyectos radiofónicos culturales juveniles (ya sean radios por internet o radios libres).
2. Realizar un rescate histórico de programas radiofónicos de corte rockero que sean parte de una identidad generacional para conformar una audioteca especializada (esta labor incluso ya la están haciendo algunos grupos de internautas).
3. Instalar *college radio* en las universidades y preparatorias públicas para que éstas sean un espacio abierto a las diferentes contraculturas, culturas y subculturas juveniles (urbanas y rurales).

Éstas son las soluciones que por el momento se me ocurren. Creemos que es todo lo que tenemos que decir en esta última página. No sabemos si alguien se sentirá identificado con nuestra investigación, lo cierto es que al menos cerrará el libro y se quedará pensando en lo hasta aquí expuesto. Ese es el objetivo, que las ideas fluyan libremente, que se interconecten, que generen cuestionamientos y reconocimientos. Eso se llama pluriculturalidad, y es lo que hace falta sintonizar en la radio.

APÉNDICE

TABLAS Y GRÁFICAS

TABLA 1. Tipo de música que más les gusta a los jóvenes en México
FUENTE: Encuesta Nacional de Juventud 2000 (INJUVE)

Tipo de música	Hombres	Mujeres	Porcentaje
Rock	26.9	12.9	19.7
Grupera	19.0	19.6	19.3
Pop	12.9	22.5	17.9
Música romántica	6.0	11.3	8.8
Tropical	7.9	9.3	8.6
Ranchera	9.3	5.7	7.4
Baladas	4.1	7.7	5.9
Otra	13.4	10.4	11.8
No contestó	0.5	0.6	0.6
Total	100	100	100

GRÁFICA 1. La metáfora del reloj de arena de Carles Feixa
FUENTE: INJUVE

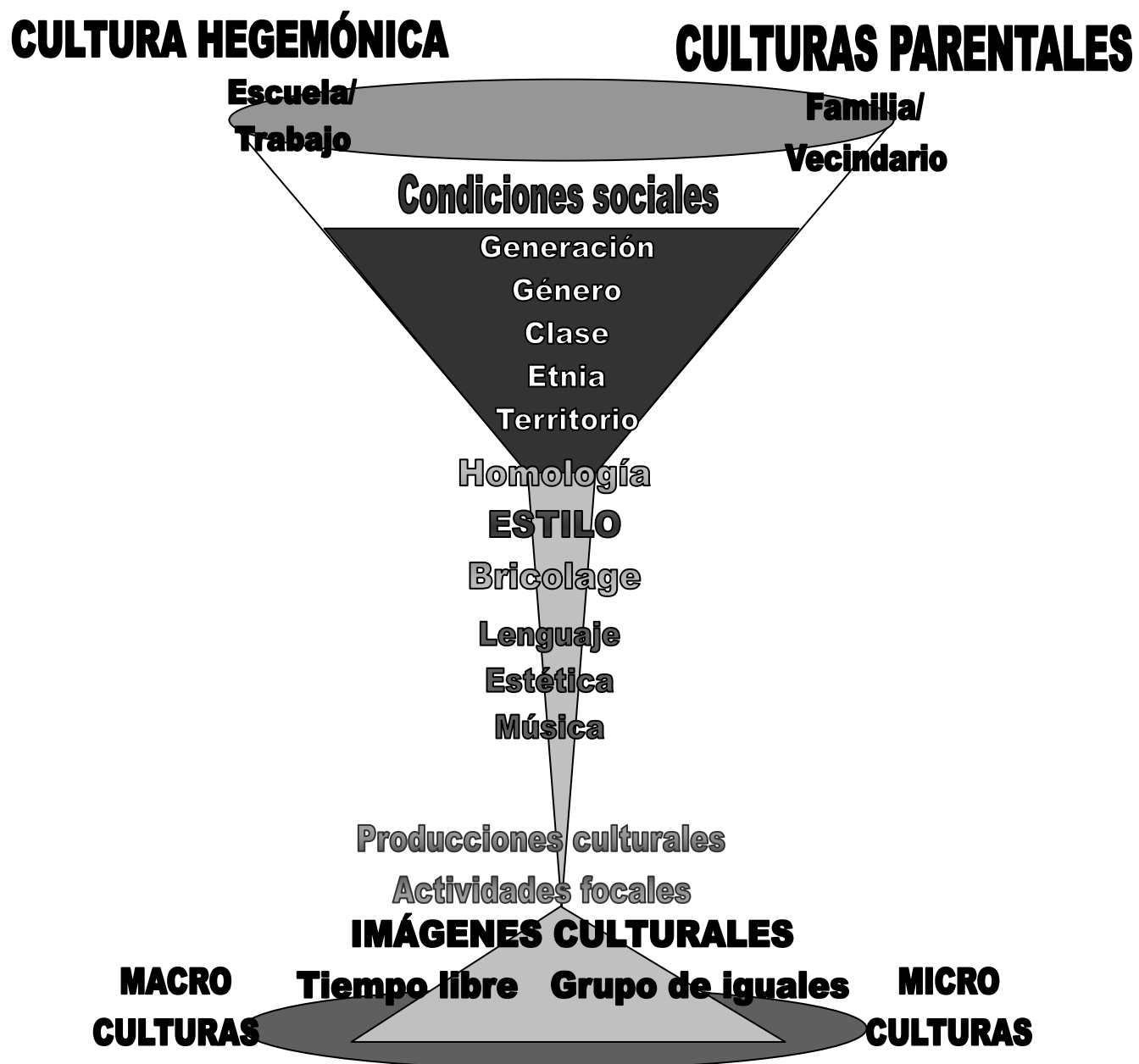


TABLA 2. CUADRANTE METROPOLITANO EN 1983
FUENTE: ARCHIVO DE MEDIOS PUBLICITARIOS

Estaciones comerciales en el dial radiofónico del DF en 1983							
SIGLAS	FRECUENCIA	BANDA	NOMBRE	SIGLAS	FRECUENCIA	BANDA	NOMBRE
XHRED	88.1	FM	RADIO VIP FM 88	XERED	1110	AM	XERED CANAL
XEDF	104.1	FM	JAZZ FM	XEAI	1500	AM	TROPICAL VOZ DE LA CIUDAD
XERPM	103.3	FM	STEREO 103	XERPM	660	AM	RADIO CAÑÓN
XHFO	92.1	FM	CRYSTAL FM	XESM	1470	AM	RADIO ONDA LA
XEABC	760	AM	ABC RADIO	XEUR	1530	AM	CONSENTIDA
XECMQ	1320	AM	SENSACIÓN	XEFAJ	1560	AM	RADIO VOZ LA VOZ DE AMERICA LATINA
XEB	1220	AM	LA B GRANDE	XEVOZ	1590	AM	DESDE MÉXICO
XEBS	1410	AM	RADIO SINFONOLA	XEW	900	AM	ESTEREOMIL
XECO	1380	AM	RADIO ECO	XEOY	89.7	FM	RADIO IMAGEN
XEDA	1290	AM	RADIO 13	XEDA	90.5	FM	ESTÉREO
XEDF	970	AM	FANTÁSTICA	XEJP	93.7	FM	JOYA BUENA
XEFR	1180	AM	RADIO FELICIDAD	XELA	98.5	FM	MÚSICA
XEJP	1150	AM	RADIO VARIEDADES	XHSON	100.9	FM	SONOMIL 101
XEL	1260	AM	RADIO CAPITAL	XEQ	92.9	FM	LA TROPI Q
XELA	830	AM	XELA ESTUDIANTES	XEQR	107.3	FM	RADIO UNIVERSAL
XEEST	1440	AM	AM	XERC	97.7	FM	RADIO HITS
XEMP	710	AM	RADIO 710	XEW	96.9	FM	XEW FM
XEN	690	AM	RADIO MUNDO	XEX	101.7	FM	RADIO ROMÁNTICA
XENK	620	AM	RADIO 620	XHBST	104.9	FM	FM GLOBO
XEOC	560	AM	RADIO CHAPULTEPEC	XHDFM	106.5	FM	ESTÉREO LA NUEVA ONDA
XEOY	1000	AM	RADIO MIL	XHPOP	88.9	FM	MÚSICA FELIZ 89
XEPH	590	AM	RADIO 590 LA PANTERA	XHMM	100.1	FM	STEREO CIEN
XEQ	940	AM	LA Q DE AMÉRICA	XHM	99.3	FM	SONIDO 99
XEQK	1350	AM	LA HORA EXACTA	XEQK	91.3	FM	LA HORA EXACTA
XEQR	1030	AM	RADIO CENTRO	XHSH	95.3	FM	RADIO AMISTAD
XERC	790	AM	RADIO ÉXITOS	XHV	102.5	FM	STEREO REY

TABLA 3. CUADRANTE METROPOLITANO EN 1988
FUENTE: ARCHIVO DE MEDIOS PUBLICITARIOS

Estaciones comerciales en el dial radiofónico del DF en 1988							
SIGLAS	FRECUENCIA	BANDA	NOMBRE	SIGLAS	FRECUENCIA	BANDA	NOMBRE
XHOF	105.7	FM	ESTÉREO JOVEN	XERED	1110	AM	XERED
XHRED	88.1	FM	RADIO VIP FM 88	XEAI	1500	AM	CANAL TROPICAL GRANDE DE MÉXICO
XEDF	104.1	FM	JAZZ FM	XERIN	660	AM	RADIO RIN
XERPM	103.3	FM	STEREO 103	XESM	1470	AM	RADIO CAÑÓN
XHFO	92.1	FM	CRYSTAL FM	XEUR	1530	AM	RADIO ONDA
XEABC	760	AM	ABC RADIO INTERNACIONAL	XEFAJ	1560	AM	LA CONSENTIDA
XECMQ	1320	AM	RADIO SENSACIÓN	XEVOZ	1590	AM	RADIO VOZ LA VOZ DE AMERICA LATINA DESDE MÉXICO
XEB	1220	AM	XEB RADIO MÉXICO	XEW	900	AM	
XEBS	1410	AM	RADIO SINFONOLA	XEOY	89.7	FM	ESTEREO MIL RADIO IMAGEN
XECO	1380	AM	DIMENSIÓN 1380	XEDA	90.5	FM	RADIO JOYA
XEDA	1290	AM	RADIO 13	XEJP	93.7	FM	ESTÉREO CLÁSIC
XEDF	970	AM	RADIO FANTÁSTICA	XELA	98.5	FM	
XEFR	1180	AM	RADIO FELICIDAD	XHSON	100.9	FM	ROCK 101
XEJP	1150	AM	RADIO VARIEDADES	XEQ	92.9	FM	LA TROPI Q
XEL	1260	AM	RADIO CAPITAL	XEQR	107.3	FM	RADIO UNIVERSAL
XELA	830	AM	XELA	XERC	97.7	FM	STEREO 97.7
XEEST	1440	AM	RADIO ALEGRÍA	XEW	96.9	FM	MAGIA DIGITAL
XEMP	710	AM	RADIO INFORMACIÓN	XEX	101.7	FM	ESTELAR FM
XEN	690	AM	RADIO MUNDO	XHBST	104.9	FM	FM GLOBO ESTÉREO
XENK	620	AM	RADIO 620	XHDFM	106.5	FM	ESTÉREO AMOR
XEOC	560	AM	RADIO CHAPULTEPEC	XHPOP	88.9	FM	FÓRMULA MELÓDICA
XEOY	1000	AM	RADIO MIL	XHMM	100.1	FM	STEREO CIEN
XEPH	590	AM	ESPACIO 59	XHPOP	99.3	FM	SONIDO 99
XEQ	940	AM	LA Q 940	XHRCA	91.3	FM	ALFA 91.3
XEQK	1350	AM	LA HORA EXACTA	XHSH	95.3	FM	STEREO AMISTAD
XEQR	1030	AM	RADIO CENTRO	XHV	102.5	FM	STEREO REY
XERC	790	AM	RADIO ÉXITOS	XHIMER	94.5	FM	STEREO OPUS 94

GRÁFICA 2. Preferencias del público en la radio capitalina en 1991
FUENTE: NIELSEN

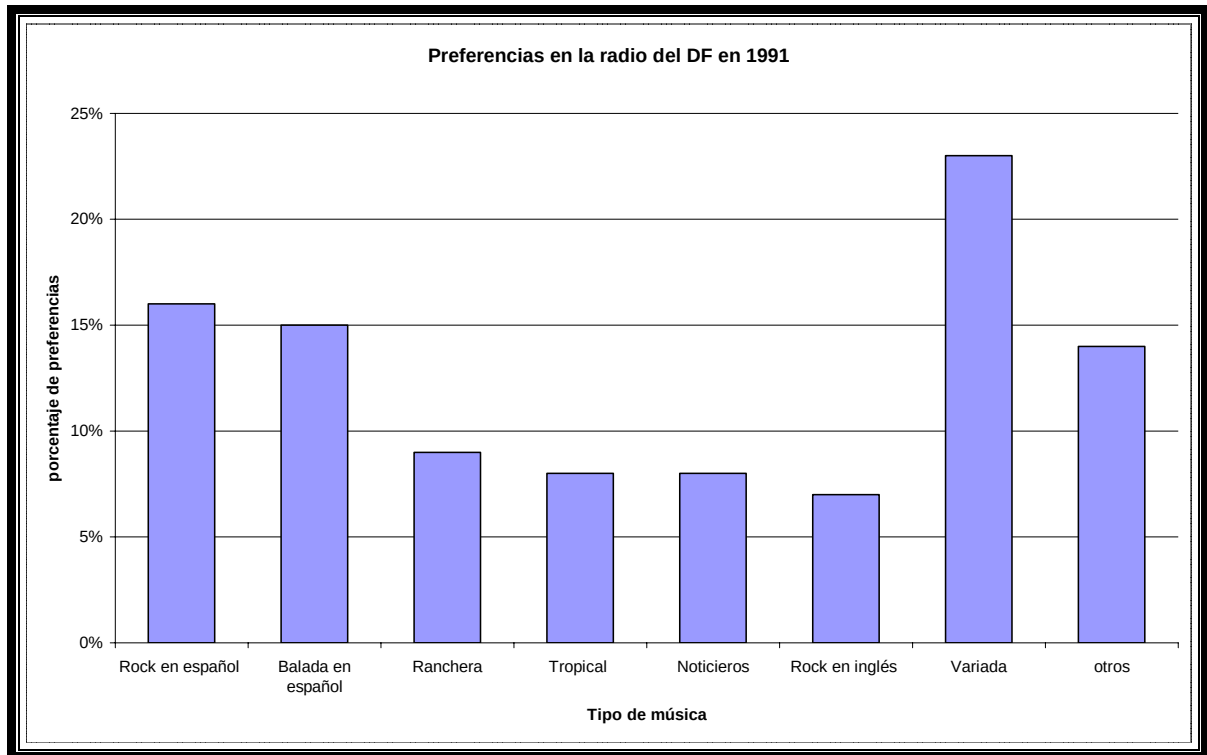


TABLA 4. Programas transmitidos por XEPH La Pantera 590 en 1970
FUENTE: LAS MIL Y UNA RADIOS

Programación de La Pantera en 1970					
HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6:00 a 13:00	Música moderna en inglés	Música moderna en inglés	Música moderna en inglés	Música moderna en inglés	Música moderna en inglés
13:00 a 14:00	La hora de los Creedence y los Beatles	La hora de los Creedence y los Beatles	La hora de los Creedence y los Beatles	La hora de los Creedence y los Beatles	La hora de los Creedence y los Beatles
14:00 a 17:00	Programación corrida	Programación corrida	Programación corrida	Programación corrida	Programación corrida
17:00 a 18:00	La hora de los Beatles: sugerencias	La hora de los Beatles: sugerencias	La hora de los Beatles: sugerencias	La hora de los Beatles: sugerencias	La hora de los Beatles: sugerencias
18:00 a 19:00	Programación hecha por el auditorio	Programación hecha por el auditorio	Programación hecha por el auditorio	Programación hecha por el auditorio	Programación hecha por el auditorio
19:00 a 20:00	Rock sin barreras (melodías del rock de 1959 a 1965)	Rock sin barreras (melodías del rock de 1959 a 1965)	Rock sin barreras (melodías del rock de 1959 a 1965)	Rock sin barreras (melodías del rock de 1959 a 1965)	Rock sin barreras (melodías del rock de 1959 a 1965)
20:00 a 2:00	Programación general, música moderna en inglés	Programación general, música moderna en inglés	Programación general, música moderna en inglés	Programación general, música moderna en inglés	Programación general, música moderna en inglés

GRÁFICA 3. Oferta radiofónica en la ciudad de México en 1991
FUENTE: Revista Radio Tips

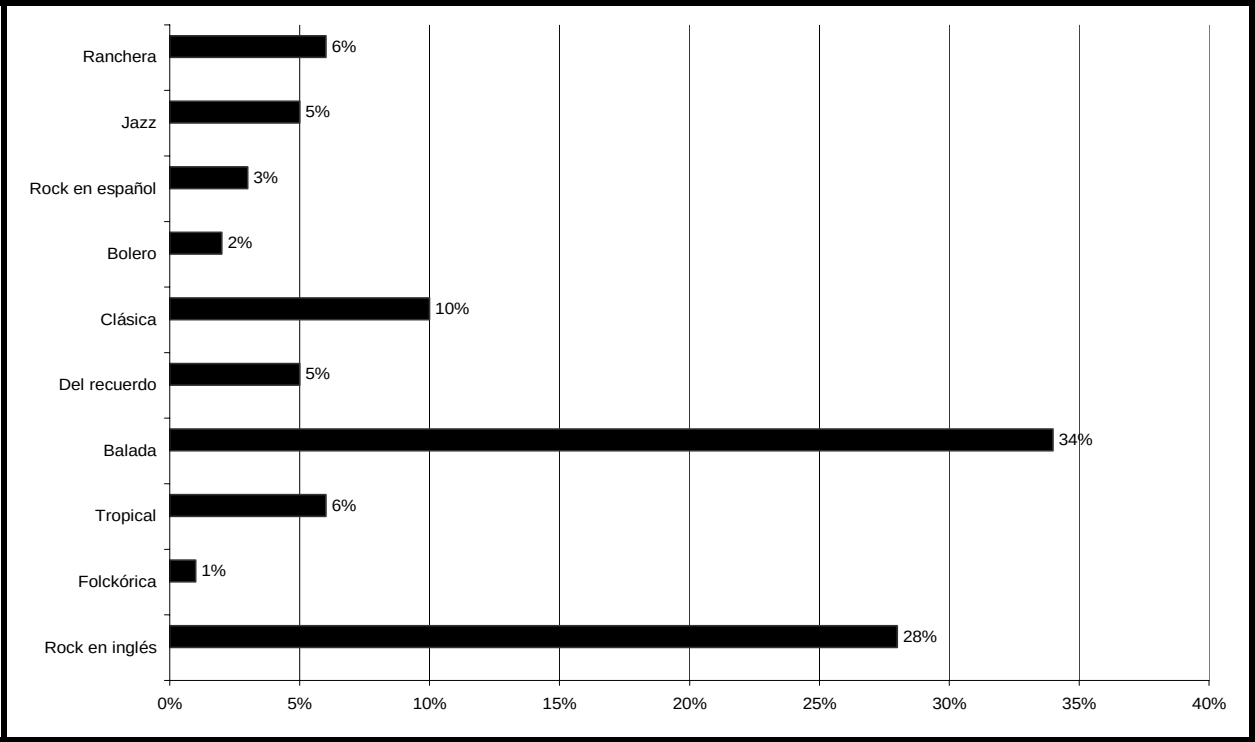


TABLA 5. Barra de programación de Rock 101 en 1991
FUENTE: NÚCLEO RADIO MIL

Barra programática de Rock 101 en 1991							
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
3:00	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
4:00	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
5:00	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
6:00	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Idea Musical
7:00	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Música	Idea Musical
8:00	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Música	Idea Musical
9:00	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Locución en vivo	Música	Idea Musical
10:00	Lynn Fainchtein	Lynn Fainchtein	Lynn Fainchtein	Lynn Fainchtein	Lynn Fainchtein	Música	Idea Musical
11:00	Lynn Fainchtein	Lynn Fainchtein	Lynn Fainchtein	Lynn Fainchtein	Lynn Fainchtein	Música	Idea Musical
12:00	Jordi Soler	Jordi Soler	Jordi Soler	Jordi Soler	Jordi Soler	Salsabadeando	Música
13:00	Jordi Soler	Jordi Soler	Jordi Soler	Jordi Soler	Jordi Soler	Salsabadeando	Música
14:00	Chocolotwist	Chocolotwist	Chocolotwist	Chocolotwist	Chocolotwist	Salsabadeando	Música
15:00	Chocolotwist	Chocolotwist	Chocolotwist	Chocolotwist	Chocolotwist	Alter 20	Música
16:00	Sport 101	Sport 101	Sport 101	Sport 101	Sport 101	Alter 20	Música
17:00	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
18:00	Dominique Peralta	Dominique Peralta	Dominique Peralta	Dominique Peralta	Dominique Peralta	Música	Música
19:00	Dominique Peralta	Dominique Peralta	Dominique Peralta	Dominique Peralta	Rock alive	Música	Música
20:00	Música	Música	Música	Música	Rock alive	Música	Música
21:00	Argonautica con Jordi Soler	Descelofaneando	Suicidio en claroscuro Éxtasis con Vincent	Utopía 101 con Jaime Pontones	Música	Música	Música
22:00	Música	Música		Radio Set	Experimental	Rock Stock	Música
23:00	Música	Música	Música	Radio Set	Experimental	Rock Stock	Música
24:00:00	Música	Música	Música	Radio Set	Música	Rock Stock	Música
1:00	Música	Música	Música	Música	Música	Rock Stock	Música
2:00	Música	Música	Música	Música	Música	Rock Stock	Música

TABLA 6. Barra de programación de Rock 101 en 1996
FUENTE: NÚCLEO RADIO MIL

Barra programática de Rock 101 en 1996							
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
3:00	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Rock clásico
4:00	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Rock clásico
5:00	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Rock clásico
6:00	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Música	Rock clásico
7:00	Iñiqui Manero	Clauzen Hernández	Iñiqui Manero	Clauzen Hernández	Iñiqui Manero	Música	Rock clásico
8:00	Iñiqui Manero	Clauzen Hernández	Iñiqui Manero	Clauzen Hernández	Iñiqui Manero	Música Especial	Rock clásico
9:00	Iñiqui Manero	Clauzen Hernández	Iñiqui Manero	Clauzen Hernández	Iñiqui Manero	Nuestro Rock con Ricardo Bravo	Rock clásico
10:00	La Bitácora con Pablo Islas	La Bitácora con Pablo Islas	La Bitácora con Pablo Islas	La Bitácora con Pablo Islas	La Bitácora con Pablo Islas	Reggae Off-Beat	Rock clásico
11:00	Lucila Zetina	Lucila Zetina	Lucila Zetina	Lucila Zetina	Lucila Zetina	Salsamanía con Andrés Rosales	Rock clásico
12:00	Lucila Zetina	Lucila Zetina	Lucila Zetina	Lucila Zetina	Lucila Zetina	Salsamanía con Andrés Rosales	Conciertos en vivo con Pablo Islas
13:00	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Top France con Antoine Saint Michel	Conciertos en vivo con Pablo Islas
14:00	Nuestro Rock con Ricardo Bravo	Nuestro Rock con Ricardo Bravo	Nuestro Rock con Ricardo Bravo	Nuestro Rock con Ricardo Bravo	Nuestro Rock con Ricardo Bravo	Top France con Antoine Saint Michel	Conciertos en vivo con Pablo Islas
15:00	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Lado Cero con Clauzen Hernández	Lado Cero
16:00	Clauzen Hernández	Clauzen Hernández	Clauzen Hernández	Clauzen Hernández	Clauzen Hernández	Programación base	Clásicos con Guillermo Fernández
17:00	Clauzen Hernández	Clauzen Hernández	Clauzen Hernández	Clauzen Hernández	Clauzen Hernández	Programación base	Clásicos con Guillermo Fernández
18:00	Iñiqui Manero	Iñiqui Manero	Iñiqui Manero	Iñiqui Manero	Iñiqui Manero	Fuga alterna con Iñiqui Manero (rock alternativo)	Clásicos con Guillermo Fernández
19:00	Iñiqui Manero	Iñiqui Manero	Iñiqui Manero	Iñiqui Manero	Iñiqui Manero	Metal con Pablo Islas	El blues inmortal
20:00	Rock Projection con Guillermo Fernández	Rock Projection con Guillermo Fernández	Rock Projection con Guillermo Fernández	Rock Projection con Guillermo Fernández		Metal con Pablo Islas	El blues inmortal
21:00	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Tiempo y espacio con Carlos González
22:00	Radio Bestia con Güily Damage	Jazzidosis	Radio Bestia con Güily Damage	Filmografitti	Programación base	Programación base	Tiempo y espacio con Carlos González
23:00	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	La Hora Nacional
24:00:00	En los cuernos de la luna con Iñiqui Manero	Gaveta 12 con Clauzen Hernández	En los cuernos de la luna con Iñiqui Manero	Programación base	Programación base	Baladas	Programación base
1:00	Programación base	Programación base	En los cuernos de la luna con Iñiqui Manero	Programación base	Programación base	Baladas	Programación base
2:00	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Programación base	Baladas	Programación base

TABLA 7. Rating radial capitalino registrado en noviembre de 1999
FUENTE: IBOPE

Rating promedio en la radio capitalina en noviembre de 1999		
Lugar	Estación	Puntos
1	La Z FM	1.38
2	Ke Buena 92.5 FM	1.08
3	Stereo 97.7	1.07
4	Stereo Joya 92.3 FM	0.87
5	Sabrosita 100.9	0.79
6	Radio Uno FM	0.71
7	Alfa 91.3 FM	0.68
8	Radioactivo 98.5	0.59
9	Órbita FM 105.7	0.59
10	Universal 92.1 FM	0.58
26	W Radical 96.9 FM	0.26

IMAGEN 1. PROPAGANDA EN PROTESTA POR EL CIERRE DE RADIOACTIVO
FUENTE: FORO RÉQUIEM POR RADIOACTIVO. 12 dic 2004.



IMAGEN 2. PROPAGANDA EN PROTESTA POR EL CIERRE DE RADIOACTIVO
FUENTE: FORO RÉQUIEM POR RADIOACTIVO. 12 dic 2004.



IMAGEN 3. PROPAGANDA EN PROTESTA POR EL CIERRE DE RADIOACTIVO
FUENTE: FORO RÉQUIEM POR RADIOACTIVO. 12 dic 2004.



Bibliografía

- Aceves, Fernanda, Ilusiones y destellos, retratos del rock mexicano, Plaza y Janes, España, 1999.
- Alva de la Selva, Alma Rosa, Radio e ideología, El Caballito, 3ra edición, México, 1982.
- Anaya, Benjamín, Neozapatismo y rock mexicano, La Cuadrilla de la Langosta, México, 2000.
- Antonio Chávez, Pedro, polvos de esos años, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1998.
- Arana, Federico, Guaraches de Ante Azul Historia del rock mexicano, Tomo I, Editorial Posada, 3ra edición, México, 1992.
- Asociación de Radiodifusores del Valle de México, Una historia que suena, ARVM, México, 2002.
- Baena Guillermina, Montero Sergio, Tesis en 30 días, Editores Mexicanos Unidos, novena reimpresión, México 1993.
- Bassets, Lluís, De las ondas rojas a las radios libres, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- Britto García, Luis, El imperio contracultural. Del rock a la postmodernidad, Nueva Sociedad, 3ra edición, Venezuela, 1996.
- Chimal, Carlos comp., Crines otras lecturas de rock, Era, México, 1994.
- Cortés, David, El Otro rock mexicano, experiencias progresivas, psicodélicas, de fusión y experimentales, Times Editores Tower Records y Opción Sónica, México, 1999.
- Costa, Pere-Oriol, Tribus urbanas. El ansia de la identidad juvenil: entre el culto a la imagen y autoafirmación a través de la violencia, Paidós, Barcelona, 1996.
- Curiel, Fernando, La telaraña magnética y otros estudios radiofónicos, Ediciones Coyoacán, México, 1996.
- De Anda y Ramos, Francisco, La radio, el despertar del gigante, Trillas, 2da edición, México, 2003.

De Garay, Adrián, El rock también es cultura, Universidad Iberoamericana, México, 1993.

De Jesús Aceves, Francisco, Arredondo Pablo y Luna Carlos comp., Radiodifusión regional en México, historia, programas, audiencias, Universidad de Guadalajara, México, 1991.

Diccionario de la Real Academia Española, Edición Digital, España, 2006.

Eco, Umberto, Apocalípticos e integrados, Lumen, 9na ed., Barcelona, 1988.

-----, Cómo se escribe una tesis, Gedisa, Barcelona, 2000.

Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel, Las Mil y Una Radios, Mc Graw Hill, México, 1997.

Estrada, Tere, Sirenas al ataque, historia de las mujeres rockeras mexicanas 1956-2000, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 2000.

Feixa, Carlos, Reloj de Arena, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 1998.

Fernández Christlieb, Fátima, La radio mexicana centro y regiones, Juan Pablos Editor, México, 1991.

Figueroa, Romeo, ¡Qué onda con la radio!, Mexicana Alhambra, 2da reimpresión, México, 1990.

Flores Maya, Ernesto, La desaparición de Rock 101, ¿El fin de una idea musical?, tesis de licenciatura de la Escuela Nacional de Estudios Superiores Aragón, México, 1998.

Frith, Simon, Sociología del rock, Ediciones Jucar, Serie Especial Los Juglares, España, 1978.

Fuentes, Luis Mario cord., Jóvenes en el fin de milenio, Espasa Hoy, México, 1994.

García Canclini, Néstor, Culturas populares en el capitalismo, Grijalbo, México, 2002.

-----, Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad, Grijalbo-CONACULTA, Colección Los Noventa, México, 1990.

Garza, Ramiro, La radio actual ¿Qué es y cómo se realiza?, Edamex, México, 1992.

-----, Radioscopios: miradas a la radio, Universidad Autónoma de Nuevo León, México, 1999.

Giberti, Eva, Escardó Vita, Galende Luciano, Invenizzi Hernán, Hijos del rock, Losada, buenos Aires, 1996.

Gómez Solís, Araceli, El adolescente, su identidad y el rock, tesis de licenciatura, UAM Xochimilco, México, 1994.

Livier Gómez, Mónica, Estudio de los procesos creativos y de producción del género autopromocional: el caso de Radioactivo 98.5, Tesis de Licenciatura, facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, 2000.

López Alessandra, Hermosa Pérez Mónica, La historia de una estación de radio: Radioactivo, Tesina Universidad Iberoamericana, México, 2002.

Lull J., Medios, comunicación y cultura, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.

Mattelart, Armand, La cultura como empresa multinacional, Serie Popular Era, 4ta Edición, México, 1983.

Mora Bautista, Adrián, De la marginalidad a la comercialización el rock mexicano en los noventa, tesis licenciatura, Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, México, 2000.

Muggial, Roberto, Rock, el grito y el mito: la música pop como forma de comunicación y contracultura, México, Siglo XXI, 1974.

Nibón, Eduardo, Cultura urbana y movimientos sociales, CONACULTA-UAM Iztapalapa, México, 1998.

Oye como va, recuento del rock tijuanense, Centro Cultural Tijuana-INJUVE, México, 1999.

Paredes, José Luis Pacho, Rock mexicano, sonidos de la calle, Pesebre, México, 1992.

Peppino Barale, Ana María, Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina, Plaza y Valdés, México, 1999.

Pérez Merayo, Arturo, Para entender la radio estructura del proceso formativo radiofónico, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, España, 1992.

Posada Jacobo, Elizabeth, La transmisión de rock and roll en la radio mexicana: medio siglo de música, copetes y crinolinas, Tesis de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, 1994.

Puig, Luis y Talens, Genaro edit., Las culturas del rock, colección Pre-textos, Fundación Bancaza, España, 1999.

Radio Educación, Una historia hecha de sonidos, Radio Educación: la innovación en el cuadrante, Secretaría de Educación Pública, México, 2004.

Rebeil Corella, María Antonieta, Alva de la Selva, Alma Rosa, Ignacio, Rodríguez Zárate, Perfiles del Cuadrante, Editorial Trillas, México, 1989.

Reguillo, Rosana, Feixa, Carlos, Valdés, Mónica, Gómez Granell, Carmen, Tiempo de híbridos, SEP INJUVE, México, 2004.

Reguillo, Rosana, En la calle otra vez, Iteso, 2da ed., Jalisco, México, 1995.

Rendón, Dolores, la dimensión discursiva del rock en México, Archivo Histórico, México, 1993.

Romo, Cristina, Ondas, canales y mensajes un perfil de la radio en México, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (Iteso), Jalisco México, 1991.

-----, La otra radio: voces débiles, voces de esperanza, IMER, México, 1989.

-----, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Diana, México, 1989.

Ruiz Hernández, María del Carmen, Ella existió sólo en un sueño (reportaje sobre Espacio 59), Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, México, 1994.

Sánchez Arévalo, María de los Ángeles, Cultura juvenil a través de la radio en México D.F., análisis de tres emisoras juveniles: Alfa 91.3, WFM y Rock 101, tesis de licenciatura, Universidad Iberoamericana, 1991.

Theodorson, George A., Diccionario de sociología, Paidós, Buenos Aires, 1978

Torres, Violeta, Rock-eros en concreto, INAH, México, 2002.

Urteaga Maritza, Castro-Pozo, Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 1998.

Velasco García, Jorge H., El canto de la tribu, CONACULTA, México, 2004.

Walker, Melissa, Cómo escribir trabajos de investigación, Gedisa, Barcelona, 2000.

Winocur, Rosalía, Ciudadanos Mediáticos. La construcción de lo público en la radio, Gedisa, Barcelona, 2002.

Yonnet, Paul, Juegos, Modas y Masas, Gedisa, Barcelona, 1988.

Zacatecas, Bertha, Vidas en el aire pioneros de la radio en México, Diana, México, 1996.

Zubieta, Ana María, Cultura popular y cultura de masas, Paidós, Estudios de Comunicación, Buenos Aires, 2000.

Hemerografía

Avilés, Jaime, Radio Alicia ¡bah!, en *El Financiero*, México, 2 de enero de 1991, p. 27.

Caballero, Jorge, Luego de dos años fuera del aire, regresa el programa de Olallo Rubio, en *La Jornada*, México, Sábado 2 de marzo de 2002.

-----, El show es un desmadre, pero la juventud es así: Olallo, en *La Jornada*, México, 29 de junio de 1999.

-----, Denuncian músicos marginación del rock mexicano en el Imer, en *La Jornada*, Espectáculos, México, Miércoles 1 de diciembre de 2004, p. 8A.

Consulta, Consumo cultural y medios en la ciudad de México, *Reforma*, México, 24 de enero de 1996, pp 10C.

Cortés, David, Tormentosa relación en *Etcétera*, Nueva Época, México, marzo 2005, p. 73.

Cremoux, Raúl, Complicidad silenciosa, en *El Universal*, México, Viernes 31 de marzo de 2006, p. A24.

Cruz Fujigaki, Elsa, Mansour Manzur, Vivian, Banuet, Ricardo de León, Descelofaneando a Lynn, en *Los Universitarios*, Número 78, Tercera Época, México, diciembre de 1995, pp. 23-28.

Déciga, Zuleika, La payola: todos saben qué es, pero nadie la recibe, en *Generación*, Número 16, México, diciembre de 1997-enero de 1998, pp. 20-21.

Díaz González, Eduardo, El rock y la antimodernidad en *Topodrilo*, Número 16, México, marzo-abril, 1991, pp. 81-83.

-----, Rock sin calzones, en *Topodrilo*, Número 23, México, mayo-junio, 1992, pp. 108-109.

De Garay, Adrián, El rock en la radio en *Topodrilo*, Número 17, México, mayo-junio, 1991, pp. 71-73.

-----, ¿Cuál es el lugar del rock mexicano? en *Topodrilo*, Número 15, México, enero-febrero, 1991, pp. 57-58.

-----, Los formatos de la radio y el rock en *Topodrilo*, Número 23, México, mayo-junio, 1992, pp. 108-109.

Editorial, *Extra Urbano*, N. 43, Año 1, Suplemento *El Nacional Dominical* México, Viernes 26 de enero de 1990.

El Financiero, México, 2 de enero de 1991.

El Financiero, México, 5 de enero de 1990.

El Financiero, México, 31 de enero de 1992, p. 58.

El Financiero, México, 8 de marzo de 1994.

El Financiero, México, 9 de marzo de 1994.

El Financiero, México, 23 de febrero de 1994.

El Nacional, México, 16 de noviembre de 1992.

El Nacional Dominical, México, 8 de julio de 1990.

Estrada Rodríguez, Gerardo, Estado, radio y cultura en *Topodrilo*, Dir. Antulio Sánchez, N. 6, UAM Iztapalapa, México, 1989. pp. 42-43.

Excélsior, México, 26 de enero de 1992, p. 2.

Fainchtein, Lynn, Mi salida de Rock 101 en *El Financiero*, Año XIII #3261, México, martes 23 de febrero de 1994, p. 76.

-----, ¿Ya no quisieron roooooock?, en *dF por Travesías*, Número 16, México, abril 28-mayo 11 de 2004, pp. 22-30.

Financiero, México, 23 de octubre de 1991, p. 56.

Fong Robles, Silvia, Radioactivo: el inconveniente de la música con locutor integrado, en *Universo del Búho*, año 1, Número 5, México, abril de 2000, pp. 70-72.

Gallito Inglés, Dir. Víctor del Real, N. 2, México, 1991.

La Jornada, México, 1 de marzo de 1994, p. 27.

García, Elvira, Los planes radiofónicos, ¿afectados por la crisis?, en *Origina*, Año 2, Número 24, Edición Especial, México, Mayo 1995.

García Michel, Hugo, Ojo de Mosca en *La Mosca en La Pared*, Año 5, Número 33, México, septiembre de 1999, p. 11.

-----, La vera, escalofriante y tremebunda historia de La Mosca en la Pared, en *La Mosca en la Pared*, Año 11, Número 82, México, 2004, pp. 14-19.

-----, Ojo de Mosca en *La Mosca en La Pared*, Año 2, Número 20, México, marzo de 1998, p. 7.

-----, Ojo de Mosca en *La Mosca en La Pared*, Año 11, Número 89, México, enero de 2005, p. 3.

Gutiérrez, Vicente, Aniversario de programa dedicado al rock subterráneo en *El Nacional*, México, domingo 10 de Enero de 1996, Pag. 47.

Hernández, Evangelina, El rock es un negocio..., en *La Jornada*, México, 27 de diciembre de 1987.

Huerta, Paco, Carta póstuma en demanda de espacios de expresión, *La Jornada*, México, lunes 28 de marzo de 2005, p. 2.

Jiménez, Lucina, Pierde radio terreno, en *Reforma*, Cultura, México, jueves 13 de mayo de 2004, p. 2C.

Kurdtis, Se oxidó el Óxido... 1180, en *La Mosca en la Pared*, Año 3, Número 28, México, marzo de 1999, p. 10.

León Díez, Héctor, Los concursos, burla para el escucha, en *El Nacional*, México, 16 de noviembre de 1992, p. 8.

-----, La radio vive y muere todos los días, en *El Nacional*, México, 3 de abril de 1995, p. 38.

León Zaragoza, Gabriel, Radioastas en vivo, en *La Jornada*, México, 16 de mayo de 2002.

Limón, Eduardo, Prende Reactor, prende, en *La Revista*, México, semana del 15 al 21 de noviembre de 2004, p. 77.

Mier, Raymundo, El rock: dilapidación y reminiscencia en *Topodrilo*, Número 10, México, 1990, pp. 22-24.

Mejía Barquera, Fernando, Radio Alicia: flash back a los sesenta en *El Nacional Dominical*, México, 22 de diciembre de 1991.

-----, Lennon, Los Beatles y la radio en *El Nacional Dominical*, México, 12 de junio de 1994.

-----, Audacias incompletas: y Rock 101 ¿y qué se hizo?, en *El Nacional Dominical*, México, 5 de junio de 1994.

-----, Invasión verbal, en *Etcétera*, Número 43, México, mayo de 2004, p. 20.

-----, Tras el dinero y la influencia, en *Etcétera*, Número 44, México, junio de 2004, p. 27.

-----, Claroscuros en el lmer, en *Etcétera*, México, abril de 2005, p. 27.

-----, lmer al mejor postor, en *Etcétera*, México, mayo de 2005, p. 41.

-----, Ebrard quiere radio y tv "culturales", en *Milenio Diario*, México, sábado 25 de marzo de 2006, p. 39.

Méndez García, Alejandra y Romero Téllez, Ángeles, de Rock 101 a la Sabrosita, en *La Mosca en la Pared*, Año 5, Número 36, México, diciembre de 1999, pp. 10-12.

México Canta, Dir. Eduardo J. Barcelo, N. 263-158, México, 3 de abril de 1968.

México Canta, Dir. Eduardo J. Barcelo, N. 365-160, México, 17 de abril de 1968.

México Canta, Dir. Eduardo J. Barcelo, N. 387-83, México, 28 de octubre de 1966.

Nieblas, Iván, Revistas de rock en *R&R Edición numerada de colección*, Tomo 1, México, verano de 2005, pp. 9-11.

-----, Banda Rockera en *R&R Edición numerada de colección*, Tomo 1, México, verano de 2005, pp. 12-13.

Návar, José Xavier, ¿Te cae? y ¡no mamenacen!, en *La Mosca en la Pared*, Año 12, Número 90, México, febrero de 2005, p. 43.

NTX, Reconoce la disquera Warner Music haber dado regalos a varias estaciones en EU, en *Reforma, Gente*, México, 23 de Noviembre de 2005, p. 1.

Nueva directiva del IMER, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Bitácora, México, julio-agosto de 2002, p. IV.

Peñaloza, Patricia, Reactor 105.7: pocas alternativas, en *La Jornada*, México, viernes 3 de diciembre de 2004, p. 9A.

-----, Independientes, Noise+Happy, Gozadera en *Ruta Sonora, La Jornada de En medio*, México, viernes 15 de julio de 2005, p. 12^a.

-----, ¿Qué chingaos pasó en Radioactivo?, en *La Mosca en la Pared*, Año 11, Número 83, México, agosto de 2004, pp. 4-5.

Ponce, Roberto, El rock mexicano de 'comunicación real', marginado ante grupos de moda y españoles en *Proceso*, Número 687, México, 1 de enero de 1990, pp. 48-51.

Pontones, Jaime, Nos hacemos a un lado con mucho gusto... pero no así, en *El Financiero*, Año XIII, #3274, México, martes 8 de marzo de 1994, p. 66.

Prado Hernández, José, ¿Cuál es la edad del rock?, en *Topodrilo*, Número 16, México, marzo-abril, 1991, pp. 79-80.

R. Soto, Jorge, La Órbita de 105.7 en *La Mosca en la Pared*, Año 1, Número 8, México, julio de 1996, p. 29.

Ramos Hernández, Eliesheva, Órbita, una plataforma para bandas alternativas en *Voces en el aire*, Año 1, número 2, México, 30 de junio de 1998, pp. 12-14.

-----, La oscura gaveta de Clauzzen, *Voces en el aire*, Año 1, Número 18, México, mayo de 1999, pp. 27-29.

Reforma, México, 13 de mayo de 2004.

Reforma, México, 6 de marzo de 1994.

Revista Pop, Dir. Ricardo Ortega, N. 75, México, 1971.

Revista Topodrilo, Dir. Antulio Sánchez, N. 4, UAM Iztapalapa, N. 13, México, 1990.

Robles Cahero, José A., ¿Qué es el rock? en *Topodrilo*, Número 10, México, 1990, pp. 40-41.

Roura, Víctor, Modernizando la radio, en *El Financiero*, México, 23 de octubre de 1991, p. 56.

-----, Hilos radiofónicos invisibles, en *El Financiero* Año XIII, #3275, México, miércoles 9 de marzo de 1994, p. 73.

Salas, Luis Gerardo, Autoentrevista a Luis Gerardo Salas, en *Magazine Zorba*, Número 0, México, Año 1.

Sánchez, Antulio, Diversidad e identidad juvenil, una visión desde el rock mexicano en *Revista de Estudios sobre Juventud JOVEN es*, N. 15, Nueva Época, Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, México, pp. 26-53.

Sánchez Cruz, Héctor, El rock en el Chopo, en *Topodrilo*, Número 10, México, 1990, pp. 42-43.

Sesto, Carmelo, Radio; el 98 ½ en 1998 ½ en *Switch*, N. 21, México, junio de 1998, p. 59.

Simonnet, Carole, Guerra de ratings entre Fox y Felipe Calderón, en *Milenio Diario*, México, viernes 27 de enero de 2006, p. 12.

Sosa Plata, Gabriel, Nuevo escenario mediático, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año XVII, Número 91, México, febrero-marzo de 2005, pp. 16-23.

Sustazo Radioactivo, al grito de ¡todos somos Marcos!, el frente zapatista despertó El Mañanero, en *La Mosca en la Pared*, Año 2, número 20, México, marzo de 1998, p. 7.

Toussaint, Florence, Estéreo Joven en *Proceso*, Número 687, México, 1 de enero de 1990, pp. 58-59.

Vargas, Ernesto, El que busca, encuentra, en *La Mosca en la Pared*, Año 2, Número 18, México, 1997, p. 32.

-----, El dudoso humor de la radio, en *La Mosca en la Pared*, Año 1, Número 13, México, marzo de 1997, p. 31.

-----, Óxido pasaría a Frecuencia Modulada para horror de estaciones anquilosadas, en *La mosca en la Pared*, Número 17, México, septiembre-octubre de 1997, p. 5.

-----, ¿Qué pasó con Radioactivo ?, en *La Mosca en la Pared*, Año 4, Número 23, México, julio de 1998, p. 32.

-----, Radio Universitaria, las ondas inexploradas, en *Hertzianerías, La Mosca en la Pared*, Año 2, Número 15, México, junio de 1977, p. 33.

Vattmo, Gianni, Más mito que rock en *Topodrilo*, Dir. Antulio Sánchez, N. 4, UAM Iztapalapa, México, invierno 1988, pp. 61-62.

Voces en el aire, Año 1, Número 6, México, segunda quincena de septiembre, 1996, p. 9.

Rodríguez, Werner, Estéreo Joven en el cuadrante cuadrado en *Topodrilo*, Número 17, México, mayo-junio, 1991, pp. 74-76.

Sedena, Aldo, Trolebús en sentido contrario en *Topodrilo*, Número 16, México, marzo-abril, 1991, pp. 80-81.

Tapia, Fernanda, De mentiras en *Topodrilo*, Número 10, México, 1990, pp. 19-21.

Zamora, Ricardo, Glastonbury en *Switch*, N. 13, México, octubre de 1997, p. 26.

Zárate, Rodolfo, Navega la radio independiente, en *La Revista*, México, semana del 11 al 17 de abril de 2005, p. 78.

Páginas electrónicas

1er aniversario! Un año sin Radioactivo

http://mx.geocities.com/ether_97 ether_97

Consultada el 6 de abril de 2005.

Bitácora Radioactiva Links y comentarios sobre Radioactivo 98.5

<http://spaces.msn.com/members/gruiz90/Blog/>

Consultada el 8 de mayo de 2005.

Byte Tecnología aplicada... a la vida.

<http://www.arroba.com.mx/byte/blog/>

Consultada el 23 de agosto de 2005.

Canal Trans

<http://www.canaltrans.com/encaso.html>

Consultada el 23 de agosto de 2005.

Comunidad 985 Foros Refugiados Comunidad 985

<http://www.comunidad985.com/>

Consultada el 23 de agosto de 2005.

Los procesos de integración cultural,

<http://www.naya.org.ar/articulos/global02.htm>

Consultada 15 de enero de 2007.

E-REVERENCIA

Radio Alternativa

<http://www.e-reverencia.net>

Consultada el 14 de enero de 2006.

Entrevistas, Reportajes y Despedidas

<http://www.freakmonkey.net/ra985/>

Consultada el 3 de abril de 2005.

Estacion del Boy y Edgar

http://www.K109.fm_eleipao

Consultada el 3 de abril de 2005.

Foro en EL UNIVERSAL

Comentarios acerca de la desaparicion de Radioactivo

http://foros.eluniversal.com.mx/foros_sr_detalle_foro

Consultada el 3 de abril de 2005.

Merol.org

<http://www.merol.org>

Consultada el 16 de mayo de 2005.

Neurotica.fm

<http://www.neurotica.fm>

Consultada el 16 de mayo de 2005.

RADIOALTERNO

<http://www.radioalterno.com>

Consultada el 16 de mayo de 2005.

REACTOR 105.7

Foros refugiados de Reactor 105.7 fm

<http://www.elforo.de/reactor>

Consultada el 16 de mayo de 2005.

Retrospectiva 1993 - 1996 Version 1.0

<http://spaces.msn.com/members/radioactivo/Blog/>

Consultada el 3 de marzo de 2006.

Salvemos Radioactivo

<http://www.salvemosradioactivo.com>

Consultada el 15 de diciembre de 2004.

Salvemos a RADIOACTIVO 98.5 Petition

Recolecta de Firmas Electrónicas

<http://www.petitiononline.com/save985/petition.html>

Consultada el 15 de diciembre de 2004.

Zona Radioactiva

<http://www.zonaradioactiva.tripod.com>

Consultada el 24 de octubre de 2005.

historias perdidas, Adios Radioactivo

<http://www.japam.gob.mx/cicloid/blog/index>

Consultada el 24 de octubre de 2005.

Reactor105

<http://www.reactor105.com.mx>

Consultada el 24 de octubre de 2005.

¡DEVUELVANOS RADIOACTIVO!

Fieles radioescuchas unidos para salvar radioactivo

<http://www.protesta985.tk>

Consultada el 23 de febrero de 2005.

Foro Réquiem por Radioactivo

http://mx.groups.yahoo.com/group/requiem_radioactivo985

Consultada el 23 de febrero de 2005.

Radio Insurgente

Estación de radio zapatista

<http://www.radioinsurgente.org>

Consultada el 23 de febrero de 2005.

Radio Global

Música electrónica y humor ácido

www.radioglobal.org

Consultada el 23 de febrero de 2005.

Geminal 060

Electrónica y cibercultura

<http://www.geminal.060.com>

Consultada el 23 de febrero de 2005.

Foros de radioescuchas de Rock 101

<http://mx.groups.yahoo.com/group/rock101>

<http://rock101.org>

Consultada el 23 de febrero de 2005.

Audios y promos

Encuentro *Radioactividad*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM. Radio por Internet, 8 de abril de 2005.

Promo de Radioactivo 98.5: *Teporochi*.

Promo de Radioactivo 98.5: *Atorón*.

Promo de Radioactivo 98.5: *Marley el Dinosaurio*.

Promo de Radioactivo 98.5: *El Ranchito de Raulito*.

Promo de Radioactivo 98.5: *El Ruido del Silencio*.

Promo de Radioactivo 98.5: *Tita...nium*.

Promo de Radioactivo 98.5: *Teporochi*.

Promo de Radioactivo 98.5: *Uzi el Oso*.

Promo de Radioactivo 98.5: *Karaoke Telerisa*.

Promo de Radioactivo 98.5: *Los Hombres X*.

Promo de Radioactivo 98.5: *Se lo Que Hiciste el Sexenio Pasado*.