



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

EL ROCK URBANO COMO MOVIMIENTO DE IDENTIDAD CULTURAL Y SU DIFUSION EN LA RADIO.

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

**CARMEN GONZALEZ HERNANDEZ**



ASESOR: MTR. CARLOS VEGA ESCALANTE

MEXICO, D.F.

2004



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Carmen González  
Hernández

FECHA: 06 mayo 2004

FIRMA: Carmen González H.

Agradecimientos y dedicatorias generales:

A mi Dios

A mi familia

A mis amigas y amigos

A la gente que me quiere

Agradecimientos en específico para este trabajo:

A todos los músicos y gente de radio que me dieron entrevistas

Abril de 2004

## Índice

Introducción	5
Capítulo 1 La identidad cultural en la Ciudad de México	
1.1 El crecimiento de la Ciudad de México en las últimas décadas.	9
1.2 La identidad cultural y los jóvenes	
1.2.1 Consideraciones generales en torno a la cultura	18
1.2.2 Desigualdades y conflictos entre sistemas culturales	20
1.2.3 Culturas populares	21
1.2.4 Las culturas nacionales ¿todavía existen?	22
1.2.5 La música en la cultura juvenil	23
Capítulo 2 La radio juvenil en la Ciudad de México	
2.1 La importancia de la radio frente a otros medios de comunicación.	28
2.2 ¿Qué es el perfil juvenil para las radiodifusoras?	37
Capítulo 3 Rock urbano en la actualidad	
3.1 Los orígenes y la evolución del género	47
3.2 El rock urbano como forma de expresión.	60

## Capitulo 4 Rock urbano y radio

4.1 Algunos intentos de la radio comercial por difundir rock urbano	69
4.2 La difusión del rock urbano en la radio, en la experiencia de algunos de sus exponentes.	74
4.3 Las estaciones de radio independientes: el caso de En Neza Radio	83
Conclusiones	86
Fuentes consultadas	92

## Introducción

Desde sus orígenes, el rock urbano es una forma de expresión de los jóvenes que, de alguna manera, no se sienten identificados con nada de lo que los medios de información ofrecen y por eso que tienen que crear sus propias formas de expresión y de identidad cultural.

Pero el rock no es una expresión propia ni pura, es como un híbrido resultante de la mezcla de diferentes culturas.

Lo que vamos a entender aquí por rock urbano es el rock hecho por las bandas de músicos que habitan en las periferias, y se diferencia del resto del rock por sus letras, básicamente, que hablan de problemas que aquejan a la juventud precisamente en esas partes de la ciudad y que en muchos de los casos exaltan valores.

Desde mediados de los años 80 el fenómeno del rock urbano tuvo mucho auge entre la población debido a la apertura que discos BMG Ariola presentó para apoyar al rock en español a través de la campaña "Rock en tu idioma".

Aunque este movimiento publicitario no estaba orientado a apoyar a las bandas de rock urbano sí contribuyó a que buena parte de la población dirigiera su atención hacia lo que estaba haciendo este sector.

A lo largo de los años este tipo de música ha llegado a diferentes grupos de la población y se ha ido extendiendo entre la misma a tal punto que, en algunos casos, los medios han tenido que voltear hacia ellos y reconocer lo que están haciendo.

Es interesante analizar a las bandas que siguen desarrollándose en este género sin ser reconocidas por las mayorías y los elementos que han aportado a éste. ¿Cómo ha afectado la globalización a la formación de las nuevas "identidades culturales" de los jóvenes en la actualidad?

Al aportar continuamente elementos de todo el mundo, vía los medios de comunicación la frontera entre lo propio y lo ajeno se diluye.

Por esto el público ha cambiado. Generaciones enteras han crecido con esta música, pero en la actualidad no sólo los jóvenes a los que originalmente iba dirigida esta música son los que la escuchan y se sienten identificados de algún modo, sino que el público se ha diversificado.

La radio, al cerrarse a este tipo de música, no sólo excluye a un grupo o a cierto tipo de canciones de su programación, también está cerrando espacios a un sector de jóvenes que no es minoritario y que en general encuentra espacios muy restringidos para expresarse.

No sólo la radio, sino que los medios en general están cerrados a todo lo que no reporte ganancias, a todo lo que no pueda ser comercializable, y de la cultura también se ha hecho una mercancía.

Los medios dictan las modas, moldean los gustos, forman la opinión y crean la cultura.

Los modelos que la industria de los medios nos presentan son la aspiración de las mayorías populares y agudizan el problema de la discriminación entre habitantes de la misma ciudad.

Aun así, siguen existiendo expresiones propias de las culturas populares, sobre todo en las comunidades de migrantes, que encuentran entre sus raíces las costumbres y los rituales de alguna etnia. ¿Cómo conviven esos elementos autóctonos con los que introduce el mercado?

En la música, ¿cómo subsisten, cómo sobreviven, en qué se manifiestan esos elementos autóctonos? ¿qué papel juega la música para estos grupos?, ¿en la actualidad y entre los jóvenes de verdad puede considerarse que la música es un elemento de identidad cultural?

- La música tiende a unir a la gente, a través de los conciertos.
- La música, en tanto propia, es una forma de expresión que define a los grupos, contiene todos los elementos que conforman la identidad de una comunidad.
- Entre los jóvenes, la música llega a ser una forma de catarsis, de sentirse identificado, de pertenecer a algo.

En la actualidad, el principal medio de difusión para la música es la radio, y ésta, al manejarse como negocio, sólo se admite el material que vende, es decir, aquel que, por su popularidad y gusto generalizado entre la población, puede facilitar la venta de espacios al aire a patrocinadores, porque saben que están llegando a un sector muy amplio de la población y con posibilidades de comprar.

En el caso del rock urbano sí es consumido por un público muy amplio, pero no gracias a la radio. Los patrocinadores no compran espacios aire en los que la música que los está respaldando pertenece a grupos que cobran veinte pesos la entrada a uno de sus conciertos.

Durante mi formación como estudiante aprendí la importancia del compromiso social que los medios tienen con la población en su totalidad, incluso por encima de sus intereses económicos. Esto es porque los medios de información son en la actualidad una de las principales maneras con las que cuentan los ciudadanos para expresar su cultura y sus formas de entablar relaciones con el resto de la sociedad.



A este respecto, la función social de la radio puede cumplirse desde muy diversos frentes, dedicando más espacios a retratar la realidad de cada uno de los grupos que integran la población.

El rock urbano es una de las muchas formas de expresión de los jóvenes que no encuentra cabida en los medios de información ni en la sociedad. Sin embargo, su proyección se extiende a más gente cada día a través de otros canales, como las presentaciones en vivo. Por eso es importante rescatar al rock urbano en una radio más incluyente y tolerante, abierta a todo tipo de propuestas culturales.

La diversificación de las expresiones culturales en nuestro país ha ido aumentando con el paso del tiempo. Los jóvenes, muchas veces de manera involuntaria, han tenido que ser el detonante de denuncia ante situaciones que marginan cada vez más al ser humano es sus derechos más elementales.

A principios de la década de los ochenta, el crecimiento de la ciudad de México hacia las periferias se dio de forma acelerada. Generaciones enteras de jóvenes que habitaban en las periferias se tenían que enfrentar a la rudeza del desempleo y del empleo informal desde muy temprana edad, sin que esto implicara que dejaran de ser eso, jóvenes.

La principal preocupación era la de sobrevivir en una ciudad prácticamente desconocida, en constante movimiento y crecimiento. La música se convirtió entonces en un escape, en su manera de decirle al mundo, a todo aquel que quisiera escuchar, que estaban allí, que estaban vivos y que no podían, ni debían seguir siendo ignorados.

Es posible decir que el fenómeno del rock aunado a la problemática de los jóvenes en las ciudades se da en años recientes. Pero esto no quiere decir que en décadas anteriores los jóvenes no tuvieran injusticias que denunciar. Sin embargo, es en los últimos años en los que la situación económica y social de las grandes ciudades ha agudizado los problemas de desempleo, educación, vivienda, entre otros, es a los jóvenes de estas generaciones a las que les ha tocado alzar sus voces para manifestar su existencia.

Es así como los pioneros del rock urbano se erigen como portavoces de toda una generación de jóvenes que, al no encontrar identificación con lo que los medios ofrecen, lanzan una propuesta propia, una música que se adapta al entorno social de los jóvenes que lo escuchan, que lo viven, que lo nutren y al mismo tiempo se nutren de él.

Esta investigación se divide en cuatro capítulos. En el primero abordo de manera general el acelerado crecimiento de la Ciudad de México en las últimas décadas; el agresivo encuentro de amplios sectores de la población con la modernidad, desprendiéndolos de sus tradiciones y provocando una profunda crisis de identidad cultural.

En el segundo capítulo me centro en el medio que me interesa, la radio, ya que lo considero un canal indispensable a través del cual el rock urbano puede lograr su difusión. Reconozco la importancia de la radio frente a otros medios de comunicación y el importante papel que desempeña en el proceso de formación de gustos y preferencias de la población, contribuyendo así a la creación de una identidad del individuo con el entorno.

También menciono el nacimiento de las estaciones de radio juveniles y el descubrimiento por parte de los medios del gran mercado que los jóvenes representan, convirtiéndose en el sostén de toda una industria del entretenimiento, cuyos productos persiguen objetivos meramente comerciales bien definidos.

El tercer capítulo es una breve historia del rock en México que ayuda a comprender el desarrollo de este fenómeno desde su arribo a nuestro país, hasta el surgimiento del rock hecho en México, un rock hecho por y para mexicanos, con un lenguaje que provoca una mayor identificación por parte del público. Es en este punto en el que se aborda el movimiento del rock urbano como elemento de identidad cultural para ciertos sectores de la población.

En el cuarto capítulo se mencionan algunas fórmulas exitosas, otras no tanto, de proyectos de estaciones de radio interesadas en difundir el rock que se hace en nuestro país, mostrando una mayor apertura y tolerancia hacia las formas de expresión de los jóvenes; desafortunadamente, estos intentos no han logrado permanecer mucho tiempo al aire, las causas de estos fracasos también son analizadas. También se recoge el testimonio de algunos músicos rocanroleros que relatan su experiencia dentro de la música y cómo han superado los problemas de falta de difusión, para poder seguir en el negocio.

## I. La identidad cultural en la Ciudad de México

### 1.1 El crecimiento de la Ciudad de México en las últimas décadas.

En un documento con fecha del 10 de abril de 1999, la CEPAL advierte la existencia de tres tipos diferentes de migración en América Latina en los últimos años, según datos obtenidos a través del proyecto Investigación de la Migración Internacional de Latinoamérica (IMILA): la inmigración de ultramar, la migración intrarregional y la migración extrarregional.<sup>1</sup>

En la actualidad, la migración más importante en los países de América Latina se registra al interior de cada uno de ellos con los movimientos campo – ciudad. Las migraciones campo – ciudad son una constante en los países latinoamericanos y una característica esencial del panorama de los últimos veinte años.

Estos movimientos son en sí mismos fenómenos muy interesantes de analizar, pero además son el origen de una serie de problemas que crecen de manera alarmante.

El campo latinoamericano ha enfrentado serios problemas de apoyo a la agroindustria desde hace muchos años. Hasta la fecha ha sido prácticamente imposible crear una industria agroalimentaria que rinda lo suficiente como para dar de comer al país productor y además exportar.

No obstante que las condiciones naturales en Latinoamérica son excelentes para el crecimiento de diversos tipos de cultivo, desde la llegada de los conquistadores europeos, ha habido una distribución de la tierra en extremo desigual, que aun existe en muchas regiones, a pesar de los múltiples intentos por reformar el sector agrario.

En algunos casos se ha logrado repartir la tierra entre algunas familias en pequeñas parcelas, pero para que éstas lleguen a tener una buena productividad se requiere de recursos económicos, con los que dichas familias no cuentan y el apoyo que brinda el gobierno es insuficiente.

Así, la única opción que le queda a la mayoría de la población rural es trabajar tierras ajenas, por lo cual perciben ingresos inhumanamente bajos.

Las migraciones campo – ciudad son en su mayoría movimientos laborales que huyen de la miseria extrema que caracteriza al campo latinoamericano con esperanzas de hallar en la ciudad una mejor forma de vida.

---

<sup>1</sup>ONU/ CEPAL/ CELADE (Organización de las Naciones Unidas/ Comisión Económica para América Latina y el Caribe/ Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía) *Migración internacional en América Latina y el Caribe: algunos antecedentes empíricos*. Santiago de Chile, 10 de abril de 1999, pp. 1

Aunque por lo general las personas recién llegadas a las grandes ciudades enfrentan situaciones difíciles y sus condiciones de vida no mejoran enormemente, el estar en la ciudad les da la ventaja de contar con algunos servicios esenciales de los que carecían por completo en el campo.

En México, en las últimas décadas la diversificación de la producción ha traído como consecuencia un acelerado crecimiento industrial y comercial y de las zonas en las que estas dos actividades se concentran, es decir, las ciudades.

El proceso de industrialización inició con una marcada concentración de la población en la ciudad de México, lo que en un principio resultó una excelente fuente de mano de obra y que impulsó el crecimiento del mercado.

La ciudad de México crecía no solo como centro industrial del país, sino también como centro comercial, reforzándose así la actividad de servicios del sector terciario como fuente de empleo. Así, se convirtió en el destino más atractivo de las constantes migraciones campo – ciudad que dieron comienzo en la década de los 40.

Así, estos dos factores combinados, industria y comercio, dieron como resultado la metropolización de la ciudad de México.

En términos de población la ciudad creció de 1.8 millones de habitantes en 1940 a 8.8 millones en 1970.<sup>2</sup>

Resulta muy difícil precisar las causas de estas migraciones, sin embargo podemos señalar como la principal la creciente economía urbana aunada al magro desarrollo del sector agrícola.

“Las migraciones no son fenómenos recientes, relacionados a un solo sistema social, a un periodo y a un sector determinados. Para poder entender qué es lo que motiva las migraciones, debemos tomar en cuenta factores históricos, estructurales y culturales:

- Las condiciones generales, surgidas de los procesos políticos y económicos a nivel nacional que afectan a una región específica.
- Las causas mediatas referidas a las condiciones que afectan a los diversos grupos sociales de una población rural y que están determinadas por la estructura política y económica de la región.
- Las causas inmediatas relacionadas con acontecimientos personales que condicionan a los emigrantes de acuerdo a los contextos sociales, económicos y culturales en que estos se desenvuelven localmente.”<sup>3</sup>

---

2

<sup>3</sup> Pérez Ruiz, Mayra Lorena, *Los procesos de migración rural urbana contemporáneos: las poblaciones indígenas de México* en Acta Sociológica Vol. IV Num. 4-5 Enero – Agosto 1992 pp. 22

Sin embargo, el volumen de estas migraciones ha rebasado las posibilidades de la ciudad de ofrecer servicios a una población que en la actualidad supera los 30 millones de habitantes.

Los límites del Distrito Federal han sido rebasados por el área urbana sin seguir un orden planificador que permita orientar su crecimiento.

La ciudad en su conjunto ha sufrido una continua expansión hacia las zonas aledañas, llegando hasta 12 de los municipios del Estado de México.

Los 12 municipios que han llegado a formar parte de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México son: Huixquilucan, Naucalpan, Tlalnepantla, Atizapan de Zaragoza, Cuautitlan, Cuautitlan Izcalli, Tultitlan, Ecatepec, Nezahualcoyotl, La Paz, Coacalco y Chimalhuacan.

El crecimiento desmedido de la ciudad ha generado una manifiesta falta de estructuración entre las áreas de vivienda, industria y servicios, así como también del aprovisionamiento de infraestructura.

Actualmente nos podemos dar cuenta de la falta de funcionalidad de la Ciudad de México en muchos aspectos. El rezago es grande y los intentos por querer integrar a toda la población son insuficientes.

Servicios como redes de agua y drenaje, transporte público, educación, salud, etc. aun llegan de manera deficiente a varias zonas de la Ciudad de México y el área metropolitana, y en algunas son todavía inexistentes.

La capacidad de la industria para generar suficientes empleos es limitada y cada vez son más los sectores de la población que se ocupan en actividades marginales o relacionadas con el llamado comercio informal. En las últimas dos décadas el desempleo y el subempleo se han agudizado de forma alarmante.

Pero aunado a todo ello existe un conflicto cultural que las políticas oficiales han dejado de lado. Quizá la lucha más difícil que han tenido que librar quienes llegan a la ciudad de México en busca de mejores oportunidades, es contra los propios habitantes de la ciudad y la forma en que establecen relaciones entre ellos: la cultura es otra.

Retomando un poco las causas de las migraciones, existe una vertiente de explicación cultural, en la que la teoría de la modernización ha sido ampliamente citada. De acuerdo con ésta "la dualidad entre lo tradicional y lo moderno es lo que atrae y motiva al habitante del campo hacia la ciudad. En esta óptica, los movimientos de población pueden entenderse por motivaciones psico sociales traducidas en la selección que hacen los individuos de una u otra forma de vida."<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> *Ibidem* pp. 21

Sin embargo, y aun cuando se trate de una libre elección de los individuos de cambiar su forma de vida, la adaptación cultural de los éstos a formas de vida diferentes es el proceso más difícil y siempre co existirán, con estas nuevas formas, las estructuras tradicionales de la comunidad y las inherentes a cada persona.

La década de los 80 fue de continuo crecimiento y adaptación en la Ciudad de México y la zona metropolitana. De acuerdo con datos del Censo general de población, en 1980 un 24 por ciento del total de la población del Distrito Federal era originaria de otra entidad y para 1990 era el 29 por ciento.

Durante la década de los 90 la Ciudad de México dejó de ser destino de migraciones y el total de la población nacida en otra entidad en 2000 bajó a un 22 por ciento.

En contraste, de acuerdo con datos del Censo General de Población, el Estado de México ha sufrido grandes cambios en las últimas décadas, de 1980 a 2000, en cuanto al crecimiento de su población y la composición de ésta.

En materia de población, en 1990, en los 12 municipios que forman parte de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, sólo el 43 por ciento de la población había nacido en la entidad, mientras que el 57 por ciento restante había nacido en otra entidad.

Para 1990 esa cifra se elevó a un 62 por ciento de la población y sólo el 38 por ciento había nacido en la entidad. Del total de la población no nacida en la entidad, el 57 por ciento era proveniente del Distrito Federal.

Con base en estos datos, podemos entender que durante la década de los 80 también se registró una fuerte emigración, desde el Distrito Federal y con destino al Estado de México, principalmente a los 12 municipios que conforman la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

Para el año 2000 en estos mismos municipios, el 58 por ciento de la población era proveniente de otra entidad, mientras que el 42 por ciento habían nacido en la entidad. En lo que respecta a la población proveniente del Distrito Federal ésta ascendió a 62 por ciento y el otro 38 por ciento de la población no nacida en la entidad, era originaria de otros estados.

El análisis de estas cifras nos muestra hechos interesantes. En primer término, la incorporación paulatina de estos 12 municipios a lo que hoy conocemos como la Zona Metropolitana obedeció a las constantes migraciones del campo a la ciudad, esto significa que eran municipios de extracción eminentemente rural, y las prácticas y costumbres que desarrollaban sus pobladores, así como la planeación del municipio correspondían a estos patrones rurales.

A partir de la década de los ochenta se registran dos fenómenos interesantes. Primero, la ciudad deja de ser el centro de atracción de las migraciones, por lo que la población proveniente de otras entidades baja de manera considerable.

Y segundo, incluso la misma población del Distrito Federal comienza a emigrar hacia estos municipios del Estado de México, como Ecatepec, Tlalnepantla y Ciudad Nezahualcoyolt, principalmente por las facilidades que encontraban para adquirir propiedades y construir una vivienda propia.

La principal dificultad a la que se enfrenta la población de estos municipios es la falta de vías de comunicación adecuadas que faciliten la conexión directa con el centro de la Ciudad, ya que allí siguen desarrollando sus actividades económicas.

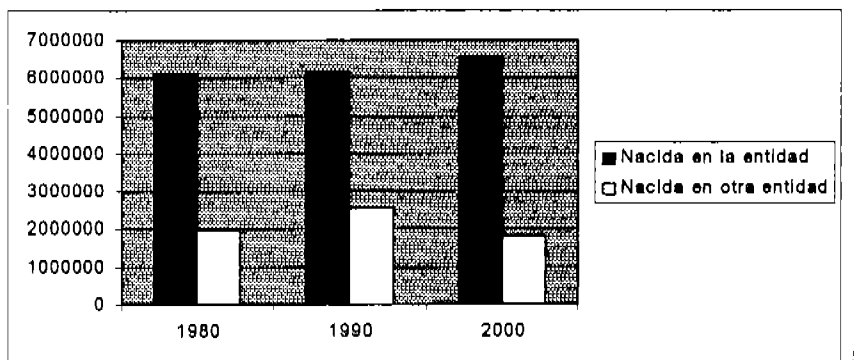
Este vaivén constante, este tránsito entre el centro y la periferia crea un intercambio de elementos continuo, por medio de los cuales los individuos incorporan nuevos símbolos a sus prácticas de convivencia.

Un ejemplo claro de ello es el municipio de Ciudad Nezahualcoyolt. Los jóvenes urbanos se insertaron en un universo migrante como el de Neza y reprodujeron sus costumbres, es por ello que en Neza se puede apreciar con mayor claridad el surgimiento de dos espacios de construcción de identidad para los jóvenes en los ochenta: el rock y las bandas.

Las graficas siguientes nos muestran un comparativo del crecimiento que han experimentado en las últimas tres décadas el Distrito Federal y los 12 municipios del Estado de México que conforman la Zona Metropolitana

### Distrito Federal

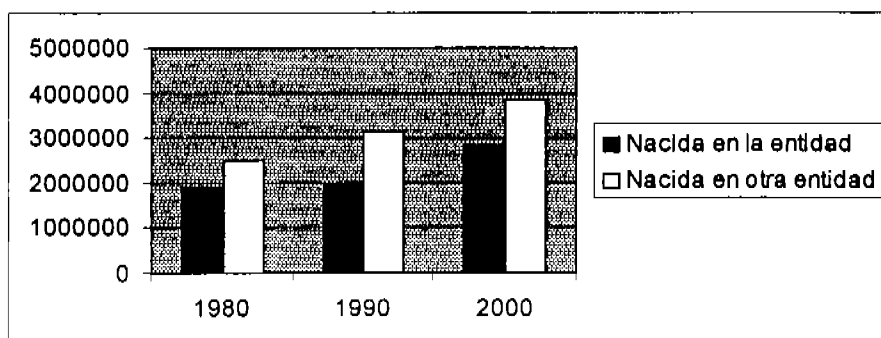
Año	Nacida en la entidad	Nacida en otra entidad
1980	6 143 802	1 990 852
1990	6 165 883	2 533 316
2000	6 578 978	1 827 644



<sup>5</sup> De acuerdo con datos de los Censos de Población del Estado de México y el Distrito Federal

## 12 Municipios del Estado de México que conforman la Zona Metropolitana

Año	Nacida en la entidad	Nacida en otra entidad
1980	1 908 754	2 508 980
1990	1 951 093	3 154 878
2000	2 826 550	3 852 945



Con todos estos movimientos migratorios en la ciudad de México no se puede hablar de una sola cultura propia, se trata de un intercambio cultural constante, que queda de manifiesto en la manera en la que se establecen relaciones entre los individuos. La pluriculturalidad actual es un híbrido, es un fenómeno complejo en el que intervienen diversos factores. La gran cantidad de pueblos indígenas que viven en la Ciudad de México y la Zona Metropolitana conservan elementos, en mayor o menor medida de sus culturas, sus formas de organización social y política.

Aun cuando los mensajes publicitarios difundidos en los medios masivos de comunicación llegan a todas las capas de la sociedad, los sectores populares permanecen fieles a los elementos de identidad cultural que como grupo les dan unidad; son sus contextos familiares, de barrio y de trabajo los que controlan las desviaciones en los gustos y en los gustos.

Empero, los elementos de identidad que originalmente mantenían unida a una comunidad están en constante cambio, reestructurándose a cada instante.

Así, grupos de migrantes que viven en la Ciudad de México y que originalmente encontraban como puntos de unión el lugar de origen, la lengua común, la profesión u oficio dominante, han tenido que abrir sus fronteras a

<sup>6</sup> Ibidem.



otros grupos y ampliar su visión de qué son los elementos en común. De manera que, aunque ya no sean todos los individuos originarios de la misma región, lo que los une es que vienen de algún estado de la República.

En su propia evolución, el hecho de ser migrantes deja de ser el elemento en común, ya que las nuevas generaciones que descienden de éstos ciertamente ya no son migrantes, sin embargo conservan ciertos rituales de la comunidad que les dan el sentido de pertenencia a ésta.

Llega el momento en el que lo que mantiene unidos como grupo a los sectores populares es la marginalidad en la que viven, las carencias que en conjunto sufren, la insuficiencia con la que tienen acceso a servicios de educación, salud, etc.

Con base en esa cohesión es que los individuos adoptan y adaptan los elementos que el entorno les ofrece.

La oferta que de los productos se hace a través de los medios de comunicación, le da a los individuos la posibilidad de elegir que mensajes van dirigidos a ellos, que mercancías les pertenecen y a cuáles ellos pertenecen.

Esto de alguna manera crea una mayor separación entre los sectores que integran la sociedad y el papel que los medios de comunicación juegan en este proceso es vital.

De manera que, el sector hegemónico está más conectado con lo que pasa, a ese mismo nivel, en las culturas de otros países y tiene pocas afinidades con los sectores populares de la propia.

En este intercambio salvaje de mensajes que se da en la actualidad a través de los medios de comunicación y a nivel nacional, se mezclan elementos de origen autóctono con extranjeros.

Por ello es importante y necesario crear las condiciones para que los migrantes, aun cuando lleven ya varios años viviendo en la Ciudad, no la perciban como un espacio ajeno y hostil, para que, en cambio, sea una Ciudad para todas las culturas.

No basta con hablar de respeto a la diversidad, si la política cultural, educativa y de medios de comunicación no incluye espacios en los que todos los individuos sean reconocidos y se elimine la discriminación.

“Lo que está en juego es si aún somos capaces de establecer un nuevo pacto social donde la pluriculturalidad y la diversidad se reconozcan en todas sus formas y manifestaciones”<sup>7</sup>

Es imposible jerarquizar los problemas que sufren los migrantes. Todos requieren de atención inmediata, ya que, además de la falta de servicios

---

<sup>7</sup> Magdalena Gómez *La pluriculturalidad y la gestión pública en la Ciudad de México en La jornada del Campo* 28 de julio de 1999. pp. 4

públicos, en muchos casos son objeto de violación a sus derechos humanos y víctimas de la discriminación.

La realidad que estas personas tienen que enfrentar cada día es de desempleo, de injusticias, de delincuencia, en su gran mayoría invierten más de dos horas tan sólo para trasladarse a sus lugares de trabajo, que por lo general se ubican en el Distrito Federal. Todo esto va modificando la manera de relacionarse de los individuos con el entorno, a la vez que están expuestos al bombardeo de la publicidad, que deriva en la creación de nuevas necesidades.

No es sólo una cuestión de tomar elementos de la "nueva" cultura y adaptarlos a la "propia" se trata de generar identidad entre los miembros de una comunidad, en la que ciertos símbolos serán aceptados y otros no, aunque se desconozca su real significado, esta selección se hace con base en lo que representan para cada grupo.

Aparte de los problemas socioeconómicos, los movimientos migratorios crean serios problemas de identidad.

El vivir en la ciudad implica un proceso de modernización que a su vez significa una ruptura con las viejas tradiciones. "Esta ruptura no conlleva únicamente cambios económicos y políticos, sino también una explosión de necesidades de identidad individuales que impele a buscar una imagen personal y propia y una imagen colectiva"<sup>8</sup>

Mientras que en sus lugares de origen hombres y mujeres contaban con un lugar dentro de la sociedad y eran respetados como miembros de ella, la discriminación y los prejuicios a los que están expuestos en la ciudad les crea también serios problemas de identidad. Elementos de su cultura autóctona, que en el terruño eran aceptados sin reserva, en la ciudad parecen ser motivos de vergüenza.

El desempleo o la falta de un trabajo bien remunerado, son también causas de problemas para afirmar la propia identidad en el trabajo. La automatización es cada vez mayor en las grandes ciudades y esto deja a amplios sectores de la sociedad en condiciones vulnerables para conseguir algún empleo en el que puedan desarrollar todas sus potencialidades.

La identidad que brinda el trabajo es muy importante. Un hombre que en su comunidad de origen se desempeñaba como pescador, aquí tendrá que hacerlo como albañil o cargador, *pero no se siente como tal* y el futuro para las generaciones siguientes no mejora en gran medida.

"Desde el punto de vista psicológico, nadie puede movilizarse sin dejar un lugar; y así mismo nadie puede relacionarse con gente nueva sin abandonar sus viejas relaciones e incluso deshacerlas. Esta es la forma en que las

---

<sup>8</sup> Orin Klapp, *Identidad: problema de masas* Pax, México, 1972 pp. 18

movilizaciones desarraigan a las personas y les quitan algo de la importancia individual que tienen ante los demás”<sup>9</sup>

En el caso de los jóvenes, la mayoría se tienen que emplear en el sub empleo, actividades no reconocidas, con ingresos variables y que no ofrecen mayores oportunidades de desarrollo.

Estos jóvenes que viven entre la Ciudad y la periferia utilizan tiempos de ocio en la generación de convivencia que compense la falta de integración con el resto de los círculos en que se mueven.

---

<sup>9</sup> Ibidem. pp. 38

## 1.2 La identidad cultural y los jóvenes

### 1.2.1 Consideraciones generales en torno a la cultura.

En *El porvenir de una ilusión* Sigmund Freud cita a la cultura como "todo aquello que en la vida humana ha superado sus condiciones zoológicas y se distingue de la vida de los animales (...) todo el saber y poder conquistados por los hombres para dominar la naturaleza y todas las organizaciones necesarias para regular las relaciones de los hombres entre si y muy especialmente la distribución de los bienes naturales alcanzables"<sup>10</sup>

Con base en este concepto, y desde una visión antropológica, es posible afirmar que no existen seres incultos, sino únicamente formas diferentes de establecer relaciones, maneras diversas de entender el entorno e interactuar con él, apropiarse de los elementos y dotarlos de un significado que varia de acuerdo con la comunidad.

La cultura es la que establece las reglas que moldean el comportamiento de los individuos en sociedad y que establecen una serie de prohibiciones a fin de preservar las relaciones de intercambio, la distribución de los bienes.

Es así como, desde un punto de vista freudiano, la cultura aparece como algo impuesto, como una serie de prohibiciones que privan al individuo de satisfacer deseos que, de realizarse, pondrían el peligro la convivencia.

El trabajo se presenta como la forma en que los individuos interactúan unos con otros y a su vez "generan" esa dominación de la naturaleza, un trabajo es lo que integra a los individuos a una comunidad y lo que los hace partícipes de la repartición de bienes.

Al hablar de la repartición de los bienes entramos en relaciones mucho más complejas que se establecen en una sociedad de consumo, en la que los individuos aplican su capacidad de raciocinio a la hora de elegir las mercancías, con base en el valor simbólico de las mismos, en primer término.

Freud plantea que una cultura que deja insatisfechos a un número tan grande de sus miembros, está condenada a perecer víctima de una revuelta.

Esta falta de satisfacción proviene de diversas fuentes, pero la principal es el no encontrar significado en ninguno de los bienes de los que provee la cultura, un significado que pueda aplicar a sí mismo y a su vida, que establezca un puente de relación entre él y su entorno.

En este contexto es necesario apropiarse de ciertos elementos y modificarlos adaptándolos a la comunidad y cuyo significado sea la base para la construcción de una cultura que los identifique. Se establece entonces una

---

<sup>10</sup> Freud, Sigmund *El Porvenir de una ilusión* Alianza, Madrid, pp. 10

lucha (que al mismo tiempo es una búsqueda de pertenencia) con la cultura dominante, por apropiarse del capital cultural que sirva de base simbólica a estos grupos.

Freud propone una hostilidad natural del hombre hacia la cultura, aunque afirma que es posible interiorizar algunos de los preceptos culturales y sentir identificación con ellos, principalmente de dos maneras.

La primera de ellas es la tendencia que la mayoría de los individuos tiene a alcanzar el ideal o los ideales, que no son más que "valoraciones que indican cuáles son los logros supremos y más apetecibles"<sup>11</sup> y éstas son diferentes de un grupo de individuos a otro y van cambiando de generación en generación. Mientras que 30 años atrás, el ideal para un campesino podía ser el contar con una casa y parcela propias, en la actualidad, para es campesino, el ideal es abandonar el terruño, establecerse en alguna ciudad y poner un negocio propio.

Parte importante de esta forma de identificación y aceptación de la cultura es la comparación con otras culturas que se han lanzado a logros diferentes y han desarrollado otros ideales. Freud plantea un proceso interesante en el que la figura del patrón, del explotador, se convierte en el ideal de las clases sojuzgadas e incluso se crean vínculos afectivos entre ambos, así explica la sobrevivencia de regímenes hacia los que la hostilidad de las masas es evidente.

La segunda forma en la que es posible contrarrestar con éxito la hostilidad a la cultura es el arte, "las creaciones artísticas realzan los sentimientos de identificación de que tanto necesita todo círculo cultural, lo consiguen dando ocasión a vivenciar en común sensaciones muy estimadas."<sup>12</sup>

Este es un recurso que Freud consideraba exclusivo de las clases altas y negaba a las clases populares por estar éstas atadas al trabajo la mayor parte del tiempo y por no tener educación. Evidentemente dejaba fuera del concepto de arte las expresiones a través de las cuales los jóvenes de las clases populares descargan todas esas pulsiones de rechazo a la cultura.

En una sociedad industrial como la nuestra, las creaciones artísticas son también bienes de consumo y la trama de relaciones que establecen los individuos al apropiarse de dichas mercancías tiene que ver directamente con la capacidad de elección, y esta elección es a su vez nos habla de la persona.

La cultura está viva y en constante evolución, y cada individuo percibirá este cambio en la medida en que incursionen nuevos símbolos en su vida diaria.

En este sentido, y como sugieren Douglas e Isherwood en su libro *El mundo de los bienes*, todo bien de consumo es fundamentalmente necesario para

---

<sup>11</sup> *Ibidem.* pp. 12

<sup>12</sup> *Ibidem.* pp. 13

hacer visibles y estables las categorías de una cultura, de manera que un producto como el detergente, nos dice tanto de una persona como la ropa que viste, las películas que ve o los lugares que frecuenta para divertirse. Todas estas preferencias forman nexos con el resto de individuos que hacen la misma elección, creando identidad al interior de ciertos grupos.

### 1.2.2 Desigualdades y conflictos entre sistemas culturales.

Para Néstor García Canclini, la cuestión se centra en explicar las desigualdades y conflictos entre sistemas culturales.

“...no existe la cultura en general, tampoco puede caracterizarse a la cultura popular por una esencia o un grupo de rasgos intrínsecos, sino por oposición a la cultura dominante, como producto de la desigualdad y el conflicto.”<sup>13</sup>

Entramos al terreno de los sistemas culturales diferentes.

Aunque ambos estudios sobre la cultura son realizados desde puntos de vista distintos y con objetivos diferentes, existen puntos de coincidencia:

Freud	Canclini
Una sola cultura impuesta	Una cultura dominante sobre culturas subordinadas.
Dos maneras, principalmente de crear identificación con esa cultura impuesta	La lucha por parte de las culturas subordinadas para apropiarse de elementos de la cultura dominante y dotarlos de significado.
La creación artística como la manera de realzar sentimientos de identificación	Creaciones artísticas propias de esas culturas subordinadas partiendo de los elementos que tomaron de la dominante.

La cultura no es algo que se pueda estudiar aisladamente, en primer lugar, porque está inserta en todo hecho socioeconómico, como ya vimos, por las relaciones de consumo que se establecen para apropiarse de los bienes culturales y creaciones artísticas, que son mercancías.

En segundo lugar, porque, de acuerdo con Canclini, la cultura es un instrumento de lucha por la hegemonía.

Pongamos por caso el mismo ejemplo citado por Canclini, patrones y obreros. Los patrones conservan el control porque:

- a) poseen los medios de producción

<sup>13</sup> García Canclini, Néstor, *Culturas populares en el capitalismo*, Grijalbo, México 2002 pp. 59

b) poseen la capacidad de quedarse con el excedente, con las ganancias. Por ese lado se sostienen en lo económico, pero con el control de sólo ese rubro ciertamente no sobrevivirían mucho tiempo como el sector dominante, necesitan también del control ideológico, y es ahí donde entra el poder cultural.

Y éste sirve para legitimar que los patrones sean los dominantes y que a los obreros les parezca “natural” esa relación y no la cuestionen.

Este tipo de control ideológico mediante el poder cultural funciona porque:

- 1) la clase dominante cuenta con los medios para difundir su ideología, sus productos culturales, que hacen parecer normal la dominación en todos los campos: social, económico, político, cultural, la vida cotidiana.
- 2) Quienes componen el sector de los dominados, necesitan ser socializados, adaptarse a algún tipo de estructura social y sentir que pertenecen a algún lado.

Este planteamiento no está lejos de lo propuesto por Freud para alcanzar la identificación con la cultura: la de alcanzar los ideales, mismos que son creados por la cultura dominante y que mantienen a las clases populares en una constante labor de llegar a ese ideal, y en cuanto éste se consiga, la cultura dominante se encargará de que ya exista otro por el que seguir aspirando.

### 1.2.3 Culturas populares

“Si toda producción cultural surge de las condiciones materiales de la vida y está arraigada a ellas, aún más fácil es comprobarlo en las clases populares, donde las canciones, las creencias y las fiestas están más estrecha y cotidianamente ligadas a los trabajos materiales en que entregan casi todo su tiempo.”<sup>14</sup>

En principio es necesario aclarar que existen muchas culturas populares, porque son muchos y de muy diversa constitución los grupos de personas, las comunidades no dominantes que crean estos sistemas culturales alternos y son también muy diferentes las maneras en que lo manifiestan.

Habíamos visto ya, que el surgimiento de estas culturas populares se da con base en la apropiación de elementos de la cultura dominante por parte de los grupos que las sustentan.

Pero esta apropiación de los bienes culturales y económicos de una nación, se da de manera desigual, porque las condiciones de vida de las clases populares

---

<sup>14</sup> Ibidem. pp. 89

no les permiten participar de la misma manera de estos bienes que al resto de la sociedad.

Una vez adoptados esos bienes, se da “la comprensión, reproducción y transformación real y simbólica de las condiciones generales y propias de trabajo y de vida.”<sup>15</sup>

#### 1.2.4 Las culturas nacionales ¿todavía existen?

Hasta hace pocos años, al hablar de cultura, lo primero que nos venía a la mente eran las culturas nacionales. Así, había una clara diferenciación entre las culturas de cada país y los elementos que constituían cada una de éstas parecían estar bien delimitados.

Hoy en día tomar a la cultura como algo propio de la nación no es suficiente, no porque no exista ya una cultura nacional, sino porque no es posible delimitar un repertorio fijo de rasgos que hacen a la cultura propia de una nación.

Lo que hace falta es reubicar a la cultura mexicana en una trama de flujos comunicativos internacionales que rebasan a México. La mexicanidad existe, pero como algo muy abierto, muy dinámico.

Mientras que Freud se ocupa de analizar conductas y procesos psicológicos inherentes a todos los seres humanos, al cerrar ese círculo y querer aplicar dichos análisis directamente al caso de los mexicanos nos encontramos con una serie de elementos que modifican por completo conceptos como prohibición, privación, pulsión, etc. los modifican al aportar todo lo que el ser mexicano implica.

Este dinamismo, estas aportaciones internacionales vía los medios de comunicación, nos ponen frente a símbolos cuyos significados son variables, ya que co existen la modernidad y la influencia extranjera con las creencias y valores fuertemente arraigados entre los mexicanos, dando como resultado culturas híbridas.

Los valores son entendidos como tradiciones, costumbres y creencias dotados de una carga afectiva que se transmiten de generación en generación, de tal manera que la cultura es también una participación común de éstos.

Son los valores estas leyes invisibles que rigen la vida del mexicano y lo protegen de caer en el caos que la libre satisfacción de los deseos representa.

Este apego a la tradición, a los valores, a la familia, a las costumbres, a las creencias se manifiestan en todas y cada una de nuestras acciones.

---

<sup>15</sup> *Ibidem.* pp. 90



Las celebraciones son una de las características más arraigadas de los mexicanos, "el solitario mexicano ama las fiestas y las reuniones. Todo es ocasión para reunirse."<sup>16</sup> Esto es porque se da ocasión de vivenciar en común sensaciones muy estimadas y porque la celebración se presenta como la ocasión perfecta para interrumpir la marcha del tiempo y de olvidarse por un momento del mañana, del futuro que se presenta como inalcanzable.

Son estas reuniones las que "compensan al mexicano de su estrechez y de su miseria. Somos un pueblo ritual"<sup>17</sup>.

Los rituales encauzan el significado de los símbolos que se utilizan y las acciones que en grupo se emprenden; los rituales son los que integran las piezas del rompecabezas y hacen explícitas y claras, al interior y al exterior del grupo las definiciones de lo que el consenso general juzga valioso.

### 1.2.5 La música en la cultura juvenil

Parte fundamental de la gran mayoría de los rituales y celebraciones alrededor del mundo es la música. La música es el arte más parecido a la vida misma, toda pieza musical tiene un nacimiento, un desarrollo hasta llegar a su punto máximo, decrece y finalmente muere.

Es de hecho imposible precisar el origen de la música, es casi tan antigua como el hombre y al parecer inherente a su naturaleza humana. En los diferentes periodos históricos la música ha tenido diversas funciones y significados; en un principio se le atribuyeron propiedades mágicas para propiciar la buena fortuna en actividades como la caza; fuertemente también vinculada con la religión, la música es utilizada para alabar deidades e incluso para establecer comunicación con ellas.

"La música ha sido probablemente el mejor medio que se ha logrado para manifestar y expresar las emociones y los sentimientos y que comunica, une, alegra, exalta o consuela"<sup>18</sup>

En el caso de los rituales que los jóvenes establecen en torno al rock urbano, es necesario advertir las formas en las que éste se consume, ya que es en la arena del consumo en donde se establecen las relaciones culturales actuales.

El consumo del rock urbano y su apropiación por parte de un grupo de jóvenes (tanto interpretes como público) puede ser entendido también como una lucha simbólica entre los productos musicales que ofrecen las grandes industrias de producción y difusión, y de las pequeñas productoras de este estilo de rock

---

<sup>16</sup> Paz, Octavio *El laberinto de la Soledad*. Fondo de Cultura Económica, México, 1981 pp. 51

<sup>17</sup> *Ibidem* pp. 53

<sup>18</sup> Manzanos, Arturo *Apuntes de historia de la música SEP*, México, pp. 15

que surgen y existen en autonomía respecto de las primeras. Se trata de una lucha constante contra la cultura hegemónica.

Lo que vamos a entender aquí por rock urbano es el rock hecho por las bandas de músicos que habitan en las periferias, y se diferencia del resto del rock por sus letras, básicamente, que hablan de problemas que aquejan a la juventud precisamente en esas partes de la ciudad y que en muchos de los casos exaltan valores.

Es importante resaltar la gran variedad de géneros y estilos dentro del rock que se hace en México. El rock urbano es sólo uno de ellos, con su moda y su jerga definidos, y también constituye un lugar de diferenciación social con otros grupos (skaceros, punks, metaleros, darks, etc.) El consumo del rock urbano comunica diferencias entre los mismos asiduos al rock mexicano. El rock urbano une a los jóvenes que participan de él, al mismo tiempo que crea barreras en torno a otros grupos o *bandas*.

El consumo del rock urbano no se da como un hecho aislado, al contrario, toda esa serie de símbolos que conlleva adquieren su significado y lo comunican a los otros en el ámbito social, ya sea en lugares donde los asiduos a él conviven con otros grupos contraculturales, como el Tianguis del Chopo.

Ahora bien, el ritual que se establece en un concierto de rock no es en un sentido unidireccional, del grupo hacia el público, ni se limita al tiempo espacios definidos de la tocada, sino que establece una dinámica de retroalimentación público-grupo que puede ir más allá del contexto en el que se produce el evento.

En este caso, el ritual no es sólo la representación de relaciones sociales, sino que motiva a la acción, de allí que se acuse a muchas de estas tocadas de ser generadoras de desmanes entre los jóvenes.

Por eso, los conciertos o tocadas se presentan como el espacio principal en donde se construye esta identidad de los jóvenes con su cultura, es el espacio en el que los símbolos adquieren un significado comprendido y compartido por los cientos o miles que forman la *banda*, esa audiencia que tiene oportunidad de invertir, durante el evento, las jerarquías sociales por parte de las cuales se sienten reprimidos o ajenos.<sup>19</sup>

Finalmente, el consumo del rock urbano y la apropiación de toda una serie de mercancías relacionadas con éste, principalmente por su valor simbólico, está vinculado con la formación de *bandas* juveniles rockeras en las grandes urbes.

---

<sup>19</sup> Es una práctica común en los conciertos de rock urbano, que los cantantes o grupos en el escenario inviten al público a enviar "un saludo" a figuras de autoridad como la policía o a monopolios de los medios de comunicación como Televisa, a lo que la audiencia responde con chiflidos que indican el repudio que sienten hacia estos sectores de la sociedad y que en este espacio son libres de expresar. Se trata de una trasgresión simbólica del aparato represivo.

Los jóvenes integrantes de *la banda* atraviesan por una etapa en la que la subordinación económica, social o moral que viven en las distintas esferas en las que se desarrollan (escuela, familia, trabajo, etc.) los lleva a la búsqueda (y creación) de redes horizontales de solidaridad con jóvenes con experiencias similares.

“Las bandas compensan la atomización y la disgregación de las grandes urbes ofreciendo pertenencia a grupos; ante la pérdida de expectativas escolares y la estrechez del mercado de trabajo, brindan a decenas de miles de jóvenes otras formas de socialización y de acceso a los bienes de consumo”<sup>20</sup>

En este proceso, las *bandas* van ganando también espacios, principalmente en las calles, que dejan de ser lugares anónimos para convertirse en propiedad de *la banda*.

La música se convierte en el elemento central en torno al cual se agrupan los integrantes de *la banda*. Ellos crean su propia música que los conecta verdaderamente con su realidad, que tiene mucho que decir de sus vidas, que los hace partícipes de algo en común, mientras que el resto de la sociedad los rechaza.

Es así como comienza a gestarse el movimiento del rock urbano, una música que convoca multitudes y está hecha para desafiar. El rock aunado a los demás símbolos característicos de *la banda* conforman la actitud desafiante y transgresora de ésta.

El origen de cada uno de los miembros de *la banda* es incierto; sus abuelos tenían un origen claro, sus padres mantenían vivas algunas costumbres y tradiciones ¿pero ellos?, ¿cómo reivindicar un origen del que no se sienten partícipes?, ¿cómo integrarse a una sociedad que los rechaza?

Los jóvenes *banda*, lejos de querer adaptarse a la sociedad exaltan sus diferencias con ella.

Los jóvenes *banda* quieren separarse de la sociedad para construir grupos más cerrados, porque perciben al interior de éstos una homogeneidad en contraposición con el resto de la sociedad.

“Las bandas han sido un fenómeno urbano que muestra la aguda descomposición y deshumanización del sistema y que fluctúa entre la contracultura y lo antisocial. Rechazaban la sociedad al punto en que necesitaban manifestarlo con una violencia ciega y casi suicida...”<sup>21</sup>

Son muchos los elementos que distinguen a un grupo o a una comunidad, los que los diferencian del resto, los mismos que los mantienen unidos al interior y que los hacen tener algo en común.

---

<sup>20</sup> García Canclini Nestor *Consumidores y ciudadano*. Grijalbo, México, 1995 pp. 83

<sup>21</sup> José Agustín, *La contracultura en México* Grijalbo, México, 1996 pp. 111

Todas estas características que mantienen cohesionados a los miembros de una comunidad se manifiestan de diversas formas, van desde el vestir o la manera de hablar hasta las elecciones que hacen a la hora de decidir las formas en las que se divierten, se informan y lo que transmiten a los demás.

La elección de una determinada forma de vestir, el preferir cierto tipo de música a otro, los eventos que se organizan para divertirse, etc. son los que van acomodando los acontecimientos, los ordenan y le dan sentido a la existencia de los individuos, los identifican como miembros de un grupo, les dan sentido de arraigo y de pertenencia.

Así, tenemos a jóvenes de origen oaxaqueño, portando en su vestimenta elementos de la cultura *punk*, cuyo origen está en Inglaterra en la década de los 70 y adaptándolos a su realidad y a su entono.

Se trata de jóvenes que desconocen el origen de lo que están portando como moda, y en muchos de los casos desconocen el significado original de los símbolos que utilizan, pero en su entorno, en su realidad actual los distinguen, los identifican y los unen.

“La percepción de un símbolo es eminentemente personal, no sólo en el sentido de que varía con cada sujeto, sino también de que procede de la persona entera. El símbolo tiene precisamente esta propiedad excepcional de sintetizar en una expresión sensible todas esas influencias del inconsciente y de la conciencia, como también de las fuerzas instintivas en conflicto o en camino de armonizarse en el interior del hombre”<sup>22</sup>

Así, en una comunidad de origen indígena ubicada en el municipio de Nezahualcoyotl, podrá aceptarse la moda *punk* en los jóvenes, aunque se desconozca el origen de dicho movimiento, para ellos representa una forma de rebeldía y los identifica con su realidad.<sup>23</sup>

A través de los medios, ningún sector está exento de conocer, aunque sea de la manera más superficial, las manifestaciones culturales de otros países.

El proceso de modernización en la ciudad avanza a un ritmo vertiginoso, se requiere de un grado cada vez mayor de calificación y especialización por parte del sector laboral, al mismo tiempo que las estadísticas demuestran que la deserción escolar aumenta y con ello las posibilidades de las mayorías populares de tener mejores empleos se reducen drásticamente.

Esto lanza a las calles a miles de jóvenes en busca de empleos, en la mayoría de los casos muy mal pagados y que los obligan a permanecer de cuatro a seis horas diarias en el transporte público, en el trayecto de sus casas a sus empleos.

---

<sup>22</sup> Chevalier, Jean *Diccionario de Símbolos* Perder, Barcelona, pp. 16

<sup>23</sup> No se trata sólo de una moda, ya que ha perdurado a lo largo de los años y la vestimenta y ornamentos son adaptados a la realidad de los jóvenes de Ciudad Nezahualcoyotl.

Estamos ante una ciudad multicultural, cuyas segmentaciones y segregaciones son generadas por la desigualdad en los ingresos, la educación y la distribución residencial de los habitantes.

Ni los medios ni las políticas gubernamentales han hecho intentos reales y efectivos por reconocer y avalar la diversidad que se presenta en la Ciudad de México.

Se ha querido integrar a todos los grupos a través de festivales y eventos como conciertos, exposiciones, etc. Y quizá ese sea el problema, el querer integrarlos antes de reconocerlos, querer construir una sola identidad nacional a partir de suposiciones de lo que es la cultura popular.

En los últimos años, el gobierno de la ciudad de México ha invertido grandes esfuerzos en ofrecer conciertos masivos en el Zócalo, que ofrecen en un mismo escenario diversas alternativas musicales y que logran reunir a miles de asistentes, pero que no logran integrar a los diversos grupos de público asistente al querer cohesionar lo culto con lo popular, al contrario, evidencian la complejidad de la multiculturalidad urbana.

Y en todo este entramado de relaciones de intercambio de mensajes y bienes culturales entre diferentes sectores, ¿qué papel juegan los medios de comunicación? Uno muy importante, pues vía los medios es posible ese intercambio.

Sin embargo, los mensajes que se transmiten ya sea por radio o televisión nos ponen en contacto sólo de manera parcial con formas de vida, culturas, que se pueden desarrollar en la misma ciudad, pero que desconocemos.

## II. La radio juvenil en la Ciudad de México

### 2.1 La importancia de la radio frente a otros medios de comunicación.

*Aire*  
*El aire juega a las distancias:*  
*Acerca el horizonte*  
*Echa a volar los árboles*  
*Y levanta vidrieras entre los ojos y el paisaje*  
*El aire juega a los sonidos:*  
*Rompe los tragaluces del cielo*  
*Y llena con ecos de plata de agua*  
*El caracol de los sonidos*  
*El aire juega a los colores:*  
*Tiñe con verde de hojas el arroyo*  
*Y lo vuelve, súbito, azul*  
*O le pasa la borla de una nube*  
*El aire juega a los recuerdos:*  
*Se lleva todos los ruidos*  
*Y deja espacios de silencio*  
*Para mirar los años vividos.*  
*Xavier Villaurrutia*

Para el desarrollo del presente capítulo tomé como base los libros: *Las mil y una radios*, de Gabriel Sosa Plata y Alberto Esquivel; *¡Qué onda con la radio!* de Romero Figueroa Bermúdez y *Perfiles del cuadrante: experiencias de la radio*, de Alma Rosa Alba de la Selva, aunados a mi experiencia personal trabajando en radio desde 1998 y como radioescucha de toda la vida.

En la actualidad parece casi imposible pensar la vida sin los medios de comunicación, por el papel tan importante que desempeñan en nuestra sociedad.

¿De dónde viene esta importancia? Esta importancia viene no únicamente por la función informativa, formativa y de entretenimiento que llevan a cabo. Medios como la radio y la televisión dictan modas, crean líderes de opinión, forman opiniones, venden no sólo productos, sino ideologías, establecen los parámetros a seguir en cuanto a gustos para generaciones completas, millones de habitantes.

Los mensajes que en la radio sólo podemos escuchar en la televisión vienen cargados de imágenes que, sin duda, dicen más que mil palabras, imágenes que en muchos casos nos ahorran la tarea de pensar.

Para miles de personas, la Ciudad de México es una ciudad invisible, en tanto que ya no hace falta recorrerla, la televisión trae para nosotros todas las imágenes que necesitamos conocer. Es sin duda un medio de posibilidades amplísimas, pero en la actualidad y en nuestra sociedad los programas que se transmiten están subordinados a lo atractivos que resulten para los patrocinadores. Distracción y evasión, programas vacíos de un contenido que

nos conecte con nuestra realidad, que nos ayude a entenderla y a sentir una identificación con ella.

Pareciera una tarea imposible discernir entre tantos mensajes cuáles van dirigidos a *nosotros*, ¿cómo integrar tanta información a nuestra vida? ¿cómo ubicarla en su justa dimensión e importancia, desprendida de todo el glamour y espectacularidad que requiere para ser vendida?

Los medios de comunicación son un negocio, pero no se trata de un negocio como cualquier otro. Su carácter masivo los convierte en los principales generadores de la cultura de masas; la televisión en mayor medida es la fuente de la cual se sirve la mayoría de la población para crear *su* opinión.

De allí la importancia de abrir un espacio a todas las voces que existen en la ciudad, porque en los medios, percepción es realidad, y lo que no se percibe, simplemente no existe.

La función social de la radio no queda satisfecha y realizada con espacios gubernamentales tales como *La hora nacional*, pero tampoco basta con salir a la calle micrófono en mano a preguntarle a la gente qué es lo que quiere escuchar. El gusto de las mayorías ha sido moldeado por los propios medios, pareciera entonces que ya nadie tiene nada que decir. El sentir de la población queda plasmado y se manifiesta en las canciones de Shakira y los Tigres del Norte, mismas que la radio toca sin cesar hasta que se convierten en el gusto de la gente (en la mayoría de los casos, porque no conocen otra cosa).

La radio no maneja muchas opciones en su programación musical, tiende a repetir fórmulas de éxito comprobado para los patrocinadores. Lo más importante para la radio en la actualidad es vender.

Incluso en la radio hablada, la mayoría de los programas de ayuda o contenido social están revestidos de un matiz de espectacularidad (con justa razón en el idioma inglés se les llama *shows*), conducidos por figuras reconocidas por su trabajo en televisión, aunque en realidad no tengan el más mínimo conocimiento sobre el tipo de programas que les han sido encomendados. La función de ayuda es secundaria, su misión es generar polémica, captar audiencia y elevar los ratings que únicamente sirven para vender los espacios al aire.

Empero, en una ciudad como la nuestra, ante el entrecruzamiento de tan variadas culturas, en una ciudad de millones de habitantes, todas las opciones que existen (y que pudieran existir) en el dial encuentran audiencia, aunque no siempre sea el nicho de mercado ideal para los patrocinadores.

Obviamente hay que tener conciencia de que esta situación de la radio comercial no tiene pocos años.

Desde su arribo a la ciudad de México en 1921, la radio encontró entre los pobladores de la ciudad un terreno fértil para la difusión de mensajes debido al fuerte arraigo de la tradición oral entre los mexicanos.

“Barata, fácil de construir y operar, la radio posee además características muy propias, como la inmediatez, la instantaneidad, la simultaneidad y la rapidez que contribuyen a su gran eficacia como medio informativo”<sup>24</sup>

Así, los primeros que invirtieron dinero y esfuerzo en esa aventura que significaba la radio a principios de los años 20 fueron las familias de empresarios más ricos del país, como Emilio Azcarraga Vidaurreta en la Ciudad de México y Constantino De Tárnava en Monterrey; desde sus albores, la radio en México surge al amparo de intereses económicos.

Pocos años bastaron para que tanto empresarios como el Estado se dieran cuenta de la importancia que la radio adquiría a nivel nacional por muy diversas razones: se trata de un medio accesible a toda la población tanto en el campo como en la ciudad y el analfabetismo nos constituye problema alguno para recibir los mensajes radiofónicos.

En 1930 Emilio Azcarraga Vidaurreta funda la XEW en la Ciudad de México, a partir de ese momento, la radio que se hace en la Ciudad dictaría las pautas para la radio que se hace en el resto del país.

Con el nacimiento de esta emisora inicia también lo que se conoce como la época de oro de la radio, y es este medio el que definía la vida artística y cultural en nuestro país.

Durante la década de los 30 actores, locutores, músicos, cantantes y compositores tienen en la radio la gran oportunidad de llegar a millones de personas, sus únicos recursos son la creatividad y el talento para mantener la atención del radioescucha. Es un momento de plena creación artística.

Este rápido fortalecimiento de la radio en nuestro país no hubiera sido posible sin la complacencia del Estado Mexicano, que auspició la operación comercial del medio y no estableció ninguna regulación al respecto (el primer reglamento que contempla a las estaciones de radio se expide hasta 1937).

Esta época de oro terminó con la llegada de la televisión. La televisión es sin dudas el gran invento de la comunicación de masas, al conjuntar imagen y sonido en el mismo medio, que además en la actualidad es accesible a toda la población.

No fueron pocos los que pronosticaron la desaparición de la radio con el nacimiento de la televisión, pero afortunadamente no fue así. La radio prevaleció por muchas razones, los costos de operación de una estación de radio son considerablemente menores a los de un canal de televisión, de allí

---

<sup>24</sup> Maria Antonieta Rebeil Corella et. al. *Perfiles del cuadrante* Trillas, México 1989 pp.17



que los grandes consocios de la radio fueran los primeros en adquirir concesiones para operar también canales de televisión.

Hasta antes de la llegada de la televisión, la radio era creadora de los personajes que definían la vida artística de nuestro país, la radio era la voz de los sucesos informativos que más tarde harían historia.

“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...la tendencia a la conformación de cadenas y grupos de radiodifusores permitieron una mayor cobertura y penetración a públicos más amplios”<sup>25</sup>

No es difícil explicarse el éxito de la televisión en todo el mundo: a través de las imágenes que nos muestra nos transporta a lugares remotos, a los que, personalmente, difícilmente tendríamos la oportunidad de ir, nos da la sensación de estar allí.

En la Ciudad de México, más de la mitad de los programas que se transmiten por televisión abierta son de “entretenimiento” (o más bien de evasión) mensajes que encuentran en la sociedad mexicana un caldo de cultivo perfecto, debido al nivel de educación (de acuerdo con datos del INEGI, en 1997 en México la tasa de analfabetismo era del 10,5 por ciento).

La televisión es un medio que demanda la atención total del espectador, la radio en cambio tiene en la imaginación de cada uno de sus escuchas la pantalla perfecta para insertar sus “imágenes radiofónicas”.

En un principio, la orientación comercial de las estaciones de radio y los canales de televisión, obedece a la necesidad de hacerse rentable y al mismo tiempo perfeccionar su tecnología y así hacer auto financiable la operación de emisoras, lo cual no está nada mal.

Precisamente este carácter comercial, apoyado en las laxas leyes a este respecto, convirtieron a ambos en medios de publicidad y propaganda, principalmente. La industria discográfica encontró en ambos medios, radio y televisión, un escaparate perfecto para vender sus productos, para promover a sus cantantes.

La televisión pasa a ocupar el papel de “generadora de estrellas”, apoyada siempre por la radio y la repetición constante de ciertos temas; las funciones de la radio quedaron entonces bien delimitadas. Con la llegada de la Frecuencia Modulada se establecen dos parámetros bien delimitados de la programación: la banda de Amplitud Modulada para programas hablados y la de Frecuencia Modulada para estaciones musicales, por las condiciones de sonoridad de ésta última.

---

<sup>25</sup> Figueroa Bermudez, Romeo *¡Qué onda con la radio!* Pp. 49

Claro que este paso de las estaciones musicales de la banda de AM a la de FM se dio de manera gradual en México, es así que en nuestros días aun podemos encontrar estaciones musicales en AM, aunque en su mayoría se dediquen a transmitir música de hace unos años, como boleros o rancheras. Tal es el caso de "Bonita" 1590 de AM, de Grupo ACIR o "El Fonógrafo" 1150 AM de Grupo Radio Centro. De igual forma, la FM ha cedido su espacio paulatinamente a la transmisión de noticieros y algunos programas de debate, de hecho Organización Radio Fórmula cuenta con la XERFR, que en sus frecuencias de AM, 970, y de FM, 103.3, transmite la misma programación, siendo así la 103.3 la única estación hablada de FM en la Ciudad de México. Las que definitivamente se encuentran en su totalidad en FM son las estaciones de perfil juvenil.

Los perfiles programáticos limitan el desarrollo de las radiodifusoras en cuanto a creatividad artística. Las estaciones de Frecuencia Modulada, presentan todas lo mismo, cada una en su género

Actualmente el problema va más allá del preguntarnos ¿qué es lo que la gente escucha?, no podemos desdeñar ninguna de las manifestaciones culturales que se hacen en nuestro país (comerciales o no), la cosa es que, la radio sirva como un medio para tomar conciencia de la realidad multicultural que vivimos, en la cual cada propuesta pueda ser incluida y aceptada tal cual, un micrófono para todas las voces que hay en el país, que se entrelazan en nuestra ciudad.

La radio permea todos los ámbitos y niveles socioeconómicos; está al alcance de todos y su influencia es considerable.

Estar al aire es mucho más que una expresión común entre productores, locutores y conductores de radio y televisión. Estar al aire significa precisamente eso, que los mensajes emitidos ya sea por radio o televisión viajan por el aire a través de ondas electromagnéticas, no conocen barreras, se cuelan por todas partes, pueden alcanzar a millones de personas al mismo tiempo y en cada uno tener un efecto distinto.

Esa es la magia de la radio, el medio por excelencia, para el que no hace falta tener mayores conocimientos, puesto que el elemento más importante de la radio es la imaginación.

La radio fue - y sigue siendo - un medio que estimula la creatividad de quienes lo realizan y la imaginación de quienes lo escuchan y esto lo convierte en un medio de recursos ilimitados.

A lo largo de su historia, la radio ha cumplido con diversas funciones, muchas de las cuales continúan llevándose a cabo, no obstante el avasallador ambiente comercial que impera en todas las radiodifusoras.

A continuación citaré algunos de los periodos que ejemplifican mejor el desenvolvimiento de la radio en diversos ámbitos.

Romeo Figueroa Bermúdez menciona en *¡Qué onda con la radio!* que una de las grandes funciones de la radio ha sido la de educar. La radio comienza sus transmisiones de manera formal desde las universidades; una de las primeras emisoras experimentales que empezaron a transmitir regularmente fue la de la Universidad de Wisconsin en 1915. Es así como en los albores de la radio muchas emisoras fueron operadas por colegios y universidades, transmitiendo programas de tipo educativo. Sin embargo, los costos de operación impidieron continuar con estas estaciones, al mismo tiempo que comenzaba la explotación comercial del medio.

A pesar de ello, existen en la actualidad estaciones que siguen transmitiendo programación cultural y que dependen de las universidades, es posible mencionar como ejemplo a Radio UNAM, que transmite tanto en AM como en FM y la radio del Instituto Politécnico Nacional.

Estas radiodifusoras son testimonio fehaciente del importante nexo que une a los medios de comunicación con las instituciones de educación, como una forma de completar su labor de enseñanza y difusión de la vida académica.

La radio siempre ha estado fuertemente ligada a la tradición de la narración oral. La necesidad de contar historias, de relatar sucesos reales o ficticios parece ser inherente al ser humano. Entre los mexicanos esta tradición está fuertemente arraigada, así nos podemos explicar el rápido éxito de la radio en nuestro país y el nacimiento de un género que prácticamente nació con el medio radiofónico: la radionovela. El antecedente inmediato de la radionovela es el radioteatro, obras literarias adaptadas al medio para transmitirse ya sea en serie o en una sola emisión.

La radionovela es un género escrito específicamente para el medio. Las primeras radionovelas se transmiten en los años 30 y encuentran gran éxito de 1940 a 1960. Los concesionarios entendieron que el público femenino debía ser el objetivo de los mensajes, por considerar que pasaban la mayor parte del tiempo en el hogar, realizando labores domesticas. Es por ello que la radionovela, con temas melodramáticos y siempre patrocinada por alguna (o algunas) de las marcas más importantes de artículos para el hogar, se consideró como el medio ideal para llegar a este tipo de público (en Estados Unidos a estas emisiones, ya sea para radio o para televisión, se les conoce como *soap opera* por estar siempre patrocinadas por alguna marca de jabón (*soap*)).

El decaimiento y finalmente la extinción del género se dio como consecuencia de varios factores, siendo los principales el advenimiento de las telenovelas, el

desgaste de los temas melodramáticos y los cambios en la sociedad mexicana, que se reflejaron en la composición y carácter del público de la radio, cambios a los que el género no supo responder dejando sin explorar muchas posibilidades.

Quizá el ejemplo más fehaciente con el que contamos para entender el impacto de la información transmitida por radio sean los trágicos acontecimientos de septiembre de 1985.

La mañana del 19 de septiembre un fuerte terremoto sacudió a la Ciudad de México causando, entre otros muchos daños, la desconexión de la señal televisiva. La radio fue el único medio que se mantuvo informando a la población minuto a minuto sobre lo que ocurría en medio de la catástrofe. Incluso la radio volvió a cumplir su función primara, para la cual fue creada, la de la comunicación a distancia entre individuos. Un grupo de radioaficionados estableció contactos a nivel internacional:

*"Mire usted, la primera llamada de auxilio la recibí alrededor de las 5 o 6 de la tarde del 19 de septiembre y durante los días que siguieron a los sismos localicé a 1352 gentes en total. Hablé por radio 152 horas y minutos completos...Me comuniqué con los cinco continentes junto con otro compañero, que en paz descansa, el telegrafaba y yo transmitía por radio. En esa época éramos como 100 o 120 radioaficionados en el Distrito Federal y todas las estaciones estuvieron trabajando"*<sup>26</sup>

Hechos como este nos confirma la importancia del impacto social que la función informativa de la radio genera.

La banda de AM ha quedado destinada casi por completo a la transmisión de la radio hablada que ha tenido que experimentar con diversos tipos de programas y no únicamente noticieros para adaptarse a las necesidades de la población y al mismo tiempo tener mayores posibilidades de captar patrocinadores.

Aún cuando estos programas en ocasiones desarrollan verdadera labor de ayuda a la sociedad, ya sea con información de salud, asesoría legal o directamente como vínculo entre los radioescuchas y las instituciones de asistencia a la comunidad, siempre será una función secundaria, lo primordial es contar con buenos patrocinios para seguir al aire y éstos sólo los garantizan los altos ratings.

Para gran parte de la población la radio es más un medio de diversión. Las personas buscan al encender la radio, distracción o evasión.

Me parece importante destacar el hecho de que, con base en un estudio que realicé escuchando todas las estaciones de radio de la Ciudad, en la Ciudad de

---

<sup>26</sup> Revista *Los Universitarios* Diciembre de 1995 pp. 23

México, es muy difícil encontrar una estación de radio que opere sola, es decir, sin formar parte de un grupo. Los principales grupos radiofónicos que transmiten en la capital son: Organización Radio Centro con 11 estaciones, Grupo ACIR con 7, Núcleo Radio Mil (en alianza con SOMER) con 6, Televisa Radio con 5 y Organización Radio Fórmula con 5. El resto de los grupos, aunque cuentan con tres o menos estaciones tienen mayor presencia en la República Mexicana o están apoyados por alguna compañía más grande, como es el caso de Multivisión Radio.

Todos estos grupos tienen por lo menos una estación de cada perfil programático para así poder captar el mayor nivel de audiencia posible, de manera que si el radioescucha decide cambiar de estación pueda "caer" en otra que pertenezca al mismo grupo.

El caso de Radio Fórmula es interesante, al operar con el formato de radio hablada en 4 de sus 5 estaciones. En 970, 1470 y 1500 de AM, a la misma hora, tiene programas de espectáculos con distinguidos conductores en el tema, de manera que la competencia en ese rubro es "de casa", cualquiera que sea la opción del radioescucha, tiene más probabilidades de quedarse en una estación de Radio Fórmula. En estos espacios informativos de espectáculos, las noticias son prácticamente las mismas, lo que varía es el estilo del conductor para comentarlas, cuando pudieran ser aprovechados con opciones verdaderamente diferentes.

Al igual que la radio hablada, las estaciones musicales pueden y deben desarrollar funciones más allá de un simple entretenimiento. Empero en nuestra ciudad y dadas las condiciones en las que se ha desarrollado durante años, es imposible cambiar el esquema de la noche a la mañana.

Remitiéndonos al ámbito musical, tan sólo en la Ciudad existen muchas más opciones de las que las estaciones de radio nos ofrecen. Este puede ser un buen comienzo, ampliar el panorama de opciones musicales al que el radioescucha tiene acceso.

Tarea nada fácil la de empezar a explorar vetas más allá de lo comercial en el terreno de la programación musical, pero se trata de opciones que en su gran mayoría el público joven demanda y en algunos casos los jóvenes son generadores de las mismas.

La propuesta de una radio incluyente no quiere decir cortar de tajo con la programación que actualmente se escucha al aire, finalmente se trata de contenidos que se han arraigado muy fuerte en el gusto de la gente.

La radio es el único medio que necesita de una retroalimentación casi inmediata por parte de su auditorio, esa respuesta es el termómetro que nos permite saber qué tanto están penetrando los mensajes emitidos en la gente;

sólo habiendo una identificación con el público, las estaciones de radio pueden sobrevivir.

Esta retroalimentación puede darse de muchas maneras, pero lo más importante es que cada uno de los radioescuchas sienta que el mensaje está siendo enviado exclusivamente para sí, que sea una radio útil, que no únicamente le muestre realidades, sino que le ofrezca soluciones, que no sólo entretenga, sino que al mismo tiempo informe, cultive al auditorio.

Esa es una de las muchas vetas que en la radio faltan por explorar. Los medios han llenado sus espacios con mensajes comerciales, con programas que vendan y entretengan, sin pensar en que otras opciones, como por ejemplo la radionovela histórica o la divulgación científica, no tienen porque mermar en las ganancias, al contrario, pueden ser de igual manera rentables, pero para ello es necesario también alentar la participación de la población y los resultados pueden ser sorprendentes tanto para el público como para los radiodifusores.

## 2.1 ¿Qué es el perfil juvenil para las radiodifusoras?

Al adoptar un carácter eminentemente comercial, la radio ha tenido que ampliar su oferta programática para llegar a un público cada vez más amplio. Sabemos que el aire no conoce fronteras, y al difundir por éste sus mensajes, la radio se convierte en el medio de mayor alcance, sin embargo, no todos los mensajes encuentran interés en todo tipo de público.

La Ciudad de México en su acelerado crecimiento ha generado grandes cambios sociales que se reflejan en cambios en la composición de los públicos de la radio. No basta ahora con difundir la música de moda, porque los intereses de cada sector de la sociedad son diversos y reclaman espacios en la radio que satisfagan sus necesidades.

Como ejemplo tomaremos el caso de las radionovelas, que iban dirigidas a las mujeres, en su mayoría amas de casa que encontraban en la radio la compañía perfecta mientras desarrollaban las labores del hogar.

Al paso de los años, las condiciones económicas y sociales fueron cambiando, de manera que cada vez más mujeres salían de sus casas para trabajar en empleos de medio tiempo o tiempo completo y regresaban a sus casas a seguir con una doble jornada al cumplir con las labores domésticas.

Este nuevo público requería que la radio respondiera de la misma manera en que ahora se desarrollaban sus vidas, en forma ágil y dinámica, con mensajes que le ayudaran a cumplir con sus tareas de mujer trabajadora y de ama de casa, ya no sólo se necesitaba que la compañía y el entretenimiento que brindaba el melodrama de la radionovela. Desgraciadamente, este género no pudo adaptarse al nuevo ritmo de vida de la mujer en la ciudad y pereció al mismo tiempo que los programas de contenido diverso cobraban mayor auge cada día.

Y finalmente la llegada de la televisión y el traslado de los melodramas a este medio, terminaron con la radionovela.

No es posible decir que hoy día no existan mujeres que se dediquen solamente a ser amas de casa, pero definitivamente el ritmo de vida en la Ciudad sí ha cambiado, y requiere de mayor preparación para enfrentar los retos del día a día en cualquier profesión.

De la misma manera que a la radionovela le sucedió a la programación musical de las estaciones de radio, sólo que el proceso fue más lento y ningún género musical de los iniciadores de radio tuvo que desaparecer en ese proceso, sólo que unos se impusieron sobre otros y dominaron la escena radiofónica.

Al igual que el público femenino de las radionovelas se diversificó, así se diversificaron el resto de los públicos, destacando por su importancia el de los jóvenes.

Comercialmente, el público juvenil comenzó a llamar la atención de los empresarios por ser un potencial comprador nato, es decir, los jóvenes, en su afán por identificarse con el resto del grupo son capaces de adoptar cualquier moda que los medios ofrezcan, ya sea en el vestir, la música, etc.

Al comenzar a establecer perfiles de programación, las estaciones de radio debieron tomar en cuenta al público joven. "El perfil es la orientación metodológica de la programación general de una emisora, que se dirige a un determinado segmento del auditorio y se caracteriza por tener variables ponderables e imponderables. Son variables ponderables aquellas que pueden precisarse con relativa exactitud y pueden ser analizadas cuantitativa y cualitativamente, por ejemplo la edad, el sexo, el nivel educativo, el nivel económico y social al que pertenece el segmento. Las variables imponderables son aquellas condicionantes que forman parte del entorno pero que no pueden ser calificadas de manera precisa: el entorno político y legal, así como las eventualidades económicas, tecnológicas y sociales que forman parte de la dinámica de una sociedad y que son susceptibles de cambiar de un momento a otro"<sup>27</sup>

Sin embargo esto es algo que sabemos ahora, más de 30 años después de los inicios de la radio en México y de los primeros intentos por crear estaciones de radio dirigidas a los jóvenes.

En los años cincuenta no se contaba con los medios necesarios para hacer estudios de mercado que determinaran que era lo que los jóvenes querían escuchar en la radio. Además, desde 1930 estaciones de radio como la XEW se habían encargado de difundir las expresiones artísticas que más tarde conformarían el gusto musical de la población. La radio se dedicó a buscar nuevos talentos, exponentes de la música mexicana que más tarde se convertirían en los ídolos de las multitudes. Este hecho ayudó a la consolidación no sólo de la radiodifusión en nuestro país, sino también a la industria de la grabación de discos.

Así transcurrieron los primeros años de la radio en México de manera que, ya para los 50, la música de moda se decidía en las gerencias de programación, con la activa participación de los directivos de las compañías discográficas. "La radio, desde los últimos años de los 50, se abocó a definir por medio de sus programaciones el gusto de su auditorio"<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Figueroa Bermudez, Romeo *¡Qué onda con la radio!* Alhambra, México 1996 pp. 387 – 88

<sup>28</sup> Roura, Víctor *La música moderna es precisamente esa que está escuchando en la radio*; en Rebeil Corella, Ma. Antonieta et. al. *Perfiles del cuadrante, experiencias de la radio* pp. 120



El rock n' roll nació en los Estados Unidos a finales de los años 40 y tiene sus raíces en un género distinto de la música negra, el *ritmo y blues*, resultado de la mezcla de varios géneros como el folk negro, el jazz, el blues entre otros. Se trataba de un género que rápidamente captó la atención de las mayorías y del que sus máximos exponentes eran músicos negros como Chuck Berry y B.B. King entre otros. La industria discográfica logró captar y comercializar el género y para principios de los 50 ya comenzaban a surgir los primeros cantantes blancos fascinados por el Rhythm & Blues y creadores de un movimiento musical muy importante en el siglo XX: el rock n' roll.

El término rock n' roll fue por primera vez utilizado en 1955 por un locutor norteamericano llamado Alan Freed, quien también era promotor de discos. A pesar de su explotación comercial, el rock n' roll en los Estados Unidos logró conservar mucho de esa imagen de rebelión de la juventud. Para mediados de los 50 el rock n' roll se encontraba en pleno apogeo y seguía creciendo, por lo que rebasó fronteras geográficas llegando a otros países.<sup>29</sup>

Así, llegaron a México las primeras grabaciones de este género, aunque la juventud mexicana sólo captó el comercialismo del movimiento, sin entender sus orígenes ni el sentido de rebeldía que para muchos jóvenes tenía en los Estados Unidos; era sólo una moda.

El rock n' roll no llegó y se propagó entre toda la juventud en México. Eran jóvenes de clase alta quienes contaban con el poder adquisitivo para comprar los discos de moda, los primeros fanáticos del nuevo ritmo.

Tampoco se piense que a su llegada, el rock n' roll desbancó al resto de la música en las estaciones de radio. La radio había creado una fuerte tradición de impulso a compositores y cantantes mexicanos que no era fácil borrar del panorama (ni era esa la intención de los radiodifusores).

El cambio del público de la radio en México se fue dando de manera gradual. La canción romántica, el bolero ranchero, el bolero del trío y ritmos como el mambo o el cha cha cha habían dominado el panorama en la radio durante más de 20 años y eran garantía de éxito los concesionarios y los patrocinadores, por lo que no dejaría de transmitirlos de la noche a la mañana por un ritmo nuevo, que no conocían y además no entendían (todas las canciones eran en inglés).

Hacer radio para un público juvenil era una aventura que durante los primeros 20 años de la radio en México, ningún concesionario quiso emprender.

A finales de los 50 comenzaron a surgir las primeras versiones de los grandes éxitos del rock n' roll en español y fue entonces cuando el ritmo empezó a popularizarse entre la gente, sobre todo entre los jóvenes.

---

<sup>29</sup> Torres, Violeta Rock – eros en concreto INAH, México 2002 pp. 249

Una de las primeras estaciones que aprovechó este auge del rock n' roll fue la XEPH de grupo Radio Mil. "Una de sus primeras acciones fue implementar un sistema nunca utilizado en México, de transmitir diariamente sólo 80 melodías. De éstas 20 correspondían al *Hit Parade* norteamericano, 20 eran canciones mexicanas y las 40 restantes hits musicales en boga... De 1959 a 1963 Radio 590 transmitió los éxitos de los grupos y solistas del rock n' roll mexicano, pero también, sobre todo a partir de 1964, los discos originales de las versiones en un principio dobladas, en conjunto con las novedades discográficas de grupos como The Beatles, The Rolling Stones, The Who y muchos más. Era cuando el rock estaba en auge y la XEPH crecía en auditorio y en anunciantes"<sup>30</sup>

El creador de Radio 590 fue Luis Martínez Vertiz y la estación se mantuvo al aire de 1959 a 1966 y contribuyó a que otros grupos radiofónicos como ACIR cedieran espacio a los jóvenes con estaciones como XEVOZ Radio Capital en la que programas como "La ola inglesa" o "Estudiantes 1260" lograron trascender entre el público juvenil.

La fiebre por el rock n' roll de algunos de los interpretes que habían logrado adaptarlo al español pasó rápido, no así el interés tanto de las compañías discográficas como de los medios por seguir explotando el formato juvenil. Tanto los cantantes como los empresarios fueron abandonando paulatinamente el terreno del rock n' roll para integrarse al movimiento de la balada moderna, la nueva canción romántica apoyada por el show televisivo.

Aunque a la desaparición de Radio 590 siguió Radio 590 La Pantera y algunas otras estaciones en Amplitud Modulada, la banda de Frecuencia Modulada ya había despuntado con la proliferación de estaciones musicales que en su mayoría difundían los éxitos de la balada moderna. Es así como, en los 70, el panorama musical en México se ve dominado por figuras como Juan Gabriel o José José.

En el resto del mundo también ya había pasado la euforia por el rock n' roll, pero le siguieron algunos movimientos interesantes como el punk, el rock progresivo y los tremendamente difundidos pop y disco.

El perfil juvenil de las estaciones de radio estaba conformado por la balada moderna, el pop en español y los éxitos internacionales de la música disco, aunque algunas estaciones de AM, como La Pantera, insistían en programar grupos de punk o rock progresivo, opciones menos comerciales.

Las estaciones musicales habían estado sumergidas en un marasmo de programas lo programable y en poco tiempo se comenzaron a escuchar prácticamente las mismas canciones en todas las estaciones.

---

<sup>30</sup> Sosa Plata, Gabriel; Esquivel Villar, Alberto *Las mil y una radios* Mc Graw Hill, México 1997 pp. 133

Mención aparte merece Rock 101, estación de Núcleo Radio Mil (NRM) que desde 1984 hasta 1996 fue el primer intento real de la radio hecha por y para jóvenes.

Rock 101 se escuchó por primera vez al aire el 1 de junio de 1984 después de librar una fuerte batalla al interior de la organización del NRM, ya que no eran pocos quienes creían que una estación como la que el, en aquel entonces, grupo de jóvenes pretendía desarrollar fuera a funcionar o mucho menos que fuese rentable<sup>31</sup>. Con Luis Gerardo Salas (el que fuera parte de la Familia Salas, fundadores y socios mayoritarios del NRM, influyó mucho para que los directivos dejaran una estación de FM en sus manos) Rock 101 empezó por tener una programación diferente a lo que el resto de las estaciones ofrecían en aquel entonces no sólo a los jóvenes, sino al público en general.

En cuestión musical, se podía escuchar algo que estaba muy lejos de las típicas baladas del pop en español que permeaban al resto de las estaciones. Además de grandes clásicos del rock como Rolling Stones o Bob Dylan, se presentaban las propuestas de grupos y solistas que estaban alcanzando gran éxito en la escena mundial en dicho género como U2 o The Cure, grupos que nunca antes se habían escuchado en México.

Si bien se trataba en un 90 por ciento de música en inglés, era obvio que se trataba de una opción diferente y así lo entendió la audiencia, sobre todo los jóvenes, quienes rápidamente adoptaron a la estación como propia. Además cada canción estaba acompañada de información a cerca del interprete, país de origen, etc datos que nos mostraban lo que en otros países se estaba haciendo en cuanto a rock.

Gabriel Sosa y Alberto Esquivel en *Las mil y una radios*, dan cuenta de la paulatina inclusión de temas de rock en español, tanto mexicano como de otros países de habla hispana en la programación de Rock 101. Para la difusión del rock hecho en México ayudó mucho el hecho de que Luis Gerardo Salas fuera dueño de "Rock Stock", lugar en el que se presentaron grupos como Caifanes, Maldita Vecindad, Café Tacaba, entre otros.

Todos estos factores, aunados a la avidez de la juventud por escuchar algo diferente en la radio hicieron de Rock 101 prácticamente la única estación juvenil en la Ciudad de México en la segunda mitad de la década de los 80. A partir de los 90, surgieron otros intentos por hacer radio juvenil, tanto en el formato de música en inglés como en el de las estaciones que programaban pop en español, a través de una programación más variada, una actitud de los locutores más relajada y espontánea y muchas promociones.

---

<sup>31</sup> Sosa, Gabriel; Esquivel, Alberto *Las mil y una radios* op.cit pp. 186

El rápido éxito de Rock 101 tuvo sus consecuencias negativas en la actitud con que algunos de los locutores se dirigían a los radioescuchas, aun cuando era un trato de joven a joven, pronto se pasó de la espontaneidad a la ofensa y la burla y a una descalificación absoluta de los gustos musicales de la audiencia si no coincidían con los del locutor en turno. Al respecto Lynn Fainchtein, ex locutora de la primera etapa de Rock 101 comentó:

“Ahora yo sí oigo la radio, a los que están en nuestro, lugar y voy oyendo como 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. (los locutores) ya son invulnerables al aire. Hablan veinte minutos entre corte y corte. Y hay algo que sí comentamos mucho Dominique, Luis y yo “Qué prepotentes éramos” “¿a poco yo era así? Sí hijo, así eras”<sup>32</sup>

Sin embargo, este cambio de actitud en los locutores no tuvo consecuencias negativas en los niveles de audiencia, al contrario, los ratings se mantenían y por eso se les permitió a los locutores hacer muchas cosas al aire en las que el respeto al radioescucha se veía seriamente dañado, pero de estos hechos la Dirección General del NRM no tendría conocimiento sino hasta mucho tiempo después.

Durante los 12 años que se mantuvo al aire, Rock 101 tuvo que enfrentar varios problemas, tanto al interior del NRM como las duras críticas hacia el trabajo de los locutores.

De acuerdo a la entrevista que tuve con Iflaki Manero, ex locutor de la última etapa de Rock 101, dos hechos principalmente condujeron a la desaparición de la estación: la adhesión de Edilberto Huesca como Director General Asociado y la caída de las ventas. La familia Huesca llegó a la Dirección del NRM con una estación, Stereo 100, cuya programación era muy parecida a la de Rock 101, en ese momento todos los esfuerzos de ventas se enfocaron en la primera, dejando caer a la segunda.

A lo largo de los 12 años que estuvo al aire, surgieron muchos proyectos en otros grupos radiofónicos que intentaron copiar el estilo de Rock 101, como WFM, Radioactivo o Alfa Radio. Rock 101 vino a despertar el interés de los empresarios por apostar a proyectos de estaciones juveniles con un formato diferente, más de joven a joven, con una programación más variada.

Así, en los 90 ya hubo una clara diferenciación entre las estaciones juveniles de música en inglés y las de pop en español, pero en ninguna de ellas figuraba el rock mexicano como parte integrante de la programación normal, salvo

---

<sup>32</sup> *Descelofaneando a Lynn*. Entrevista a Lynn Fainchtein en *Los Universitarios* No. 78 Diciembre de 1995 pp.26

algunos grupos que habían logrado sobresalir y contaban con el respaldo de alguna de las grandes compañías de discos.

En las estaciones de música en inglés si acaso había algún programa semanal con no más de una hora de duración, destinado a programar lo más comercial del rock en español, dejando a muchos grupos y solistas de lado.

Actualmente existen en la Ciudad de México 26 estaciones en Frecuencia Modulada y 33 en Amplitud Modulada, 59, en total, 54 de las cuales pertenecen a los siguientes 15 grupos:

* Grupo Radio Centro	11
* Grupo ACIR	7
* Núcleo Radio Mil	6
* Organización Radio Fórmula	5
* Televisa Radio	5
* Instituto Mexicano de la Radio	7
* Grupo Imagen	3
* MVS Radio	2
* Radiorama	2
* Infored	2
* Radio SA	1
* Grupo Siete	1
* ABC	1
* Rasa	1 <sup>33</sup>

De todas estas opciones en el Distrito Federal, sólo 9 podemos tomar como de perfil juvenil; en entrevista, Iñaki Manero dice: “el perfil juvenil es un perfil más desenfadado, más acorde con la movilidad y el dinamismo de los jóvenes, con más promociones y una actitud más alegre en los locutores”. Estas 9 estaciones son:

Oye	89.7	NRM	Pop en español
Alfa	91.3	GRC	Inglés
WFM	96.9	Televisa Radio	Inglés
Stereo	97.7	GRC	Pop en español
Radioactivo	98.5	Imagen	Inglés
Digital	99.3	ACIR	Pop en español
Vox	101.7	Televisa Radio	Pop en español
Exa	104.9	MVS Radio	Pop en español
Orbita	105.7	IMER	Español/Inglés

<sup>33</sup> Con base en un conteo que realicé en abril de 2003

Poco más de la tercera parte de todas las estaciones en FM son de perfil juvenil y la banda de AM ya no se utiliza para este tipo de estaciones, aunque sigue habiendo estaciones musicales en AM van dirigidas a otro tipo de público.

Las cinco estaciones juveniles que se dedican al pop en español ofrecen prácticamente las mismas opciones musicales, en cuanto a grupos, cantantes y temas. Esto obedece a un cambio en la forma de programar adoptado por Digital 99 de Grupo ACIR en octubre de 2001 y que más tarde el resto de las estaciones de este formato seguirían.

Desde el mes de octubre de 2001 las estaciones musicales de Grupo ACIR adoptaron un sistema de programación que de hecho ya había sido utilizado en México años antes, en la XEPH a finales de los años 50, en el que basaban su programación en un catálogo musical de 80 melodías todas ellas de éxito comprobado entre la gente y tuvo grandes resultados.

En las estaciones musicales de Grupo ACIR se decidió, con base en estudios realizados entre la audiencia, ya no tocar más novedades, sino sólo éxitos (de hecho esa es la frase de identificación de la estación Digital 99), temas que es seguro que gustan al determinado grupo de audiencia al que van dirigidos y así no van a cambiar de estación al escuchar una canción que aun les es desconocida. Mientras que en otras estaciones se dedican a tocar las canciones desde que son “nuevas” y hasta lograr posicionarlas en el gusto del público, en Digital 99 tocan sólo las que ya están allí y así mantienen a su auditorio cautivo por más tiempo.

Como era de esperarse, esta forma de programar trajo muy buenos resultados en cuanto a rating y pronto fue imitada por el resto de las estaciones de perfil juvenil y de formato pop en español.

Es así como las estaciones de pop en español tienen una programación que puede combinar diversos géneros, e incluso el rock mexicano puede encontrar un espacio, sólo si se trata de un tema exitoso, por ejemplo, la canción “La Carencia” interpretada por Panteón Rococó se puede escuchar dentro de la programación normal de estas estaciones.<sup>34</sup>

Se convierten en estaciones de distracción, de entretenimiento, sin afán de ahondar en ninguno de los problemas que aquejan a la juventud en la ciudad

---

<sup>34</sup> El ska es un ritmo que ha logrado integrarse al gusto de muchos jóvenes, independientemente de las letras de sus canciones y la realidad de la que hablan en canciones como la citada “La carencia”. En una entrevista que realicé a Gorri, guitarrista del grupo Panteón Rococó él señala: “Mas que querer adoctrinar a los *chavos* con nuestras canciones, es exponer nuestra forma de pensar, y metemos cosas en las que creemos, como el tomar conciencia de los espacios”. Por su parte Tanis, baterista del grupo dice: “Estamos concientes de que muchos *chavillos* vienen a los conciertos a echar desmadre, pero los que vienen a escuchar nuestro mensaje, son los que se llevan la mejor parte.”

de México, sin afán de informar a una juventud que cada vez demanda más espacios de expresión.

La única oportunidad que tienen los grupos de rock urbano de llevar su mensaje a las masas a través de estas estaciones de radio es tener un tema exitoso, hecho bastante difícil si consideramos que ninguna de estas estaciones querrá tocar un tema nuevo, de un grupo desconocido y sin el apoyo de una gran disquera, sino más bien de una pequeña compañía igual de desconocida.

El caso de Radioactivo 98.5 perteneciente a Grupo Imagen es diferente. Radioactivo nació hace 10 años en 1993, tratando de copiar el modelo de Rock 101 en todos aspectos: locución, programación musical, series, promocionales, etc. e incluso fue una fuerte competencia para ésta durante los tres años en los que ambas emisoras estuvieron al aire.

Aunque en un principio el proyecto Radioactivo contemplaba muchos programas dedicados a diversos géneros (música de películas, rock en español, clásicos de los 60, etc.) la programación musical era dominada por el rock en inglés, terreno en el que siguieron con la fórmula de programar grupos y solistas diferentes de lo que el resto de las estaciones ofrecían, la música que antes era no programable, pero que gracias a estaciones como Rock 101 o WFM había generado su propia audiencia, de manera que se volvió igual de comercializable que el resto, sólo que dirigida a un público más "selecto".

Un ejemplo del tipo de música que no se toca en Radioactivo es el caso del exitoso grupo estadounidense N'Sync que durante un tiempo gozaron de gran éxito y sus canciones se podían escuchar en prácticamente todas las estaciones de radio juveniles, pero en Radioactivo no lo programaban, preferían incluir a los Strokes, grupo de rock *garage* neoyorkino con menos éxito pero con una propuesta diferente.

Tristemente esta tendencia en la programación no se aplica al rock mexicano, que encuentra espacios muy limitados en Radioactivo.

Orbita 105.7 del Instituto Mexicano de la Radio nació en 1996 y su frase de identificación desde entonces y hasta la fecha es "El universo del rock". Ciertamente esa fue la misión de la estación desde sus inicios, la de difundir el rock en español, principalmente el que se hace en México, apoyando a grupos, solistas y compositores de este género.

De hecho es la estación que más rock en español toca en la Ciudad de México, aunque si bien en un principio se podían escuchar más canciones en nuestro idioma, en orden de adaptarse a las exigencias del mercado y de la competencia, la programación de ha ido diversificando, pareciéndose cada día más a la de Radioactivo, su principal competencia en cuanto a rating y actualmente podemos escuchar música en inglés y español.

Estos son los formatos principales de las estaciones de perfil juvenil en la Ciudad de México. Ellos responden a realidades socioeconómicas diferentes, a necesidades diversas de la audiencia, porque no podemos hablar de una sola juventud en nuestra Ciudad y mucho menos que todas sus necesidades, en cuanto a comunicación y expresión queden cubiertas con los mensajes que se difunden en nueve estaciones de radio.

Aún cuando las estaciones de radio basen su programación musical en las peticiones de la gente, hace falta abrir los micrófonos a las voces de la juventud en todos los aspectos, porque los espacios siguen siendo insuficientes. La identificación del auditorio con *su* estación de radio debe ir más allá de las complacencias musicales, hace falta explorar otros canales que generen una identificación más fuerte entre el radioescucha y la estación, además de informar.

Pareciera que la juventud en México no tiene nada más que decir, su sentir y pensar están condensados en las canciones de la colombiana Shakira o del puertorriqueño Ricky Martin.

La vida en la Ciudad de México y la manera de percibirla para cada uno de los individuos que integran la sociedad es diferente, de manera que el público que gusta del rock, también lo hace del pop y de la música electrónica, y además de las opciones conocidas, se encuentra en la búsqueda de algo diferente.

No está mal mezclar los géneros en una estación de radio, porque de hecho así es como está integrada nuestra sociedad, está mezclada, es un mosaico de diversidad. Lo importante está en profundizar en cada género, en no perder de vista el mensaje porqué es a través de éste que nos conecta con una parte de la realidad.

De ninguna manera se trata de condenar la función de la música cien por ciento comercial, pues es sustento de toda una industria a nivel mundial, pero así como ésta goza de un gran espacio de difusión en los medios, así mismo es posible abrir pequeños espacios no sólo para el rock urbano, sino para las expresiones musicales en general que como pueblo generamos.



### III. Rock urbano en la actualidad

#### 3.1 Los orígenes del rock en México y la evolución del género rock urbano

Me parece importante empezar este capítulo tomando en cuenta algunos aspectos generales de la música, las muchas y muy importantes funciones que cumple en la vida humana para así poder entender el impacto que el rock ha causado en la gente desde su aparición y a lo largo de su existencia.

No son pocos quienes cuestionen si lo que escuchamos actualmente en la radio es música o no. En cualquier caso es derivada de ésta y se trata de una ordenación de sonidos que solo el ser humano es capaz de lograr.

La música es un arte tan antiguo como el hombre mismo. Establecer los orígenes de la música es imposible, lo que si es un hecho es que se trata de una actividad eminentemente humana y si bien puede tener efectos en algunas especies de animales, para el hombre adquiere una relevancia muy particular al conectarlo directamente con sus emociones. Por esto los seres humanos buscamos escuchar música, porque genera un estado de estimulación emocional general. "La idea de que la música causa un estado general de estimulación más que emociones específicas, en parte explica porqué ésta ha sido usada para acompañar una amplia variedad de actividades humanas como marchas, bodas, funerales y en el trabajo. La música estructura el tiempo"<sup>35</sup>

La asociación de los jóvenes con el rock es casi automática, para todo ser humano en la etapa de adolescencia la música cumple una función importantísima en el proceso de formación de la identidad cultural: "el individuo se juzga a sí mismo a la luz de lo que percibe, de la misma forma en que los otros lo juzgan a él comparándolo con ellos; por otra parte, el individuo juzga la manera en que es juzgado con base en el modo en que se percibe en comparación con otros y en relación con los tipos que han llegado a ser importantes para él"<sup>36</sup>

En años recientes, la música ha llegado a imponer modas en todos los aspectos entre los jóvenes, quienes las adoptan en su necesidad de afirmar la propia existencia.

Es importante recordar el nacimiento del rock aunado al auge de la industria discográfica que a su vez se vio fomentada por el desarrollo de la radio.

Para el desarrollo de la historia del rock en México tomé como base el libro *Guaraches de ante azul*, de Federico Arana.

---

<sup>35</sup> Store, Anthony *Music and the mind* pp. 30

<sup>36</sup> Erickson H., *Erick Identidad, juventud y crisis* Paidós, Buenos Aires 1968 pp. 19

El rock como tal en los Estados Unidos empezó como un negocio y no pretendía ser otra cosa. La industria discográfica y los medios de comunicación captaron las necesidades de todo adolescente de adoptar símbolos e investirlos de valor para conformar su identidad y así los explotaron: la música, el baile, la creación de ídolos, la vestimenta, etc.

Durante los primeros 20 años de la radio en nuestro país (justo antes de la llegada de la televisión), una de las principales tareas del medio fue la búsqueda de nuevos talentos para su posterior incorporación al incipiente mundo de la farándula mexicana (ejemplo de ello son los renombrados concursos que realizaba la XEW en búsqueda de cantantes o compositores, y de los que surgieron a la fama intérpretes como Javier Solís, entre otros).

En esta labor el cine fue de gran apoyo para las nacientes estrellas. El ambiente era dominado por la canción ranchera y la música romántica al estilo Agustín Lara, el mambo y el cha cha cha estaban encumbrados en el gusto del público, aunque también llegaron a figurar en el gusto popular ritmos extranjeros como el swing.

Sin embargo, no había una expresión musical que fuese dirigida específicamente a los jóvenes, aún no se les percibía como los grandes consumidores que son hoy día.

Arana hace notar que la llegada del rock a tierras mexicanas no fue nada fácil de aceptar por la sociedad, no así por la industria, ya que en términos comerciales el rock n' roll tuvo buena acogida en tanto "nuevo ritmo" y a mediados de los 50 la radio y la televisión seguían dedicando sus mayores esfuerzos a la creación de un ambiente artístico en el que cualquier nueva tendencia que pudiera ser comercialmente explotable era bienvenida. El rock n' roll era asociado con las *bandas* de jóvenes que proliferaban por todo el país alterando el orden y en muchas ocasiones llegando a delinquir.

No es que antes de mediados de los 50 no existiera la delincuencia juvenil, pero en esta década los jóvenes de clase media comienzan a formar *bandas* con el afán de manifestarse y su forma de vestir, su facha en general haría que fueran duramente criticados por la sociedad. Y es cuando la llegada del rock n' roll llamaría la atención de estas multitudes.

Ahora podemos advertir que el llamado "ritmo de la juventud" no era para nada agresivo ni era la causa de la violencia con la que se le asociaba, pero ciertamente la música y letras rompían con la monotonía de las canciones hasta entonces cultivadas en el gusto popular y en cuanto al baile los movimientos sensuales eran motivo de escándalo.

Es así como el nuevo ritmo no cayó nada en gracia de los protectores y promotores de las buenas costumbres en nuestro país, pero su popularidad lo

llevó a incursionar en la programación de las estaciones de radio con gran aceptación por parte del público de adolescentes.

Para muchos músicos e intérpretes de la época el primer paso era adaptar tanto las formas musicales como a los intérpretes al rock n' roll, vedettes como Gloria Ríos u orquestas como la de Pablo Beltrán Ruiz y Juan García Meléndez incursionaron en esta corriente musical. "Gloria Ríos debutó el 21 de septiembre en el centro nocturno *Mar y Cel*, con la revista musical *Del charleston al rock and roll*. Además la vedette chicana grabó, acompañada por el conjunto de José Ortega, el primer disco azteca de rock cantado: *El relojito y la mecedora*."<sup>37</sup>

En estos primeros años del rock n' roll en México el cine fue un gran apoyo para fortalecer su popularidad entre los jóvenes y reforzar la imagen de brutalidad que tenía entre los adultos. "El 31 de julio se anuncia *Semilla de Maldad (Blackboard jungle, Richard Brooks 1955)* con el siguiente subtítulo: 'el drama de la juventud descarriada.'"<sup>38</sup>

Es impresionante la manera morbosa y sensacionalista en la que se manejaron los hechos de delincuencia juvenil deliberadamente relacionados con el rock n' roll. En 1955 se estrenó la película mexicana *Juventud desenfrenada (Dir. José Díaz Morales, 1955)* que retomaba los temas de moda de las películas norteamericanas. En la página 22 del libro de Arana, *Guaraches de ante azul*, se puede apreciar una reproducción del cartel de la cinta, en el que se anunciaba como "¡El desquiciamiento y depravación de la juventud de hoy!...¡rock n' roll el ritmo de moda!" Aun cuando muchos presumían estar en contra de este tipo de música, la industria cinematográfica encontró la forma de lucrar con este movimiento y al mismo tiempo que lo promovía como una moda lo condenaba al seguirlo asociando con la delincuencia.

Las películas norteamericanas continuaban exhibiéndose en nuestro país, el 15 de julio de 1957 se anuncia *Rebelde sin causa (Nicholas Ray 1955)*. La identificación que causó entre los jóvenes hizo del film todo un éxito y permaneció más de tres meses en taquilla, a pesar de la indignación que causaba en algunos adultos.

Aunque en esta película no se toca rock n' roll, una actitud diferente de los jóvenes comenzaba a retratarse en el cine y la popularidad de este rito esta por despuntar.

En el terreno musical, las orquestas seguían esforzándose por no desaparecer de la escena y tocaban un rock n' roll que distaba mucho de ser nacional o mexicano, ya que la gran mayoría de las grabaciones de entonces eran versiones de los éxitos de Bill Haley o imitaciones de Elvis Presley.

<sup>37</sup> Arana, Federico, *Guaraches de ante azul* María Enea, México 2002 pp. 34

<sup>38</sup> *Ibidem*. pp. 22

De toda esta nube de comentarios e informaciones surgidos en torno al rock, Arana destaca uno que por su fuerza mermó la difusión de esta música en las estaciones de radio. "El 19 de febrero de 1957 en su columna 6 p.m. de Últimas Noticias, Federico León lanza el siguiente comentario 'las radiodifusoras de la frontera norte declararon un boicot contra Elvis Presley porque éste declaró en reciente entrevista por la TV: prefiero besar a tres negras que a una mexicana'"<sup>39</sup>

En 1958 surgieron los primeros grupos de jóvenes mexicanos (en su mayoría estudiantes de clase media) decididos a hacerla en grande en el terreno del rock n' roll.

El propio Arana formó parte del grupo *Los Sonámbulos* y en su libro narra las vicisitudes por las que pasaron para comprar los instrumentos, aprender a tocarlos, conseguir una disquera y , finalmente, ser incluidos en la programación de alguna estación de radio. Estos mismos problemas los compartían todos los nacientes grupos de la época.

Uno de los primeros grupos en tener éxito fueron Pepe y sus Locos del Ritmo quienes concursaron en un programa de televisión para aficionados obteniendo el primer premio, lo que los llevó a tocar el Nueva York.

Grupos como los Black Jeans, Crazy Boys, Teen Tops, los Sonámbulos, etc, comenzaban a tener cierta relevancia, aunque no pasaba de ser éxito local ya que las compañías discográficas no estaban interesados en grabarlos.

A finales de los 50 dos empresarios, Rogelio Azcarraga de Discos Orfeón y Jesús Hinojosa de CBS, fueron los primeros visionarios del éxito que estos grupos podían tener, así, los Teen Tops alcanzaron dos números uno con sus versiones en español de *La plaga* y *Rock de la Cárcel*. Estaba comprobado, las versiones en español eran un buen negocio.

A pesar de la buena acogida de los temas en español siempre existió la intención de los grupos mexicanos por cantar en inglés aunque no estuvieran los suficientemente preparados en esa lengua. Según Arana, esta tendencia obedece al sueño que muchos de estos grupos musicales conservaban, de internacionalizarse, y entonces como en nuestros días, la única manera de lograrlo en cantando en inglés.

Las compañías de discos no se iban a arriesgar tan fácilmente a probar suerte en estos terrenos, pero a pesar de ello se escucharon en la radio temas como *Sixteen tons* interpretado por Alberto Vázquez y tuvieron su relevancia.

El hecho de que a los grupos mexicanos el éxito se lo dieran las versiones en español de los temas en inglés no quiere decir que no hubiera temas originales (en el primer LD de los Locos del Ritmo, 1959, cuenta con canciones originles

---

<sup>39</sup> *Ibidem*. pp. 57

como *Morelia*, *Un vasito con agua* o *El mongol*<sup>40</sup>), sólo que estas canciones nunca fueron elegidas por las compañías de discos para ser lanzados como sencillos para su difusión en la radio. La moda era dictada por los Estados Unidos en muchos aspectos y aun en nuestros días las cosas no han cambiados mucho.

A principios de los 60 tanto el rock n' roll interpretado por estos grupos como el que presumían hacer las vedettes y orquestas comenzaba a sonar pasado de moda, ciertamente ya no había mucho que explorar en el terreno de los *covers*. Siendo la principal influencia la música que se hacía en los Estados Unidos, el panorama de la música popular en aquellos lares ya había cambiado, los grandes ídolos habían dejado la escena musical (Bill Haley y Buddy Holy habían muerto).

Con el nacimiento de grupos mexicanos capaces de componer e interpretar sus propias canciones también nació la posibilidad de orientar el sentido de las letras hacia algo más que un entretenimiento, hacía algo que tuviera más relación con la realidad de la juventud mexicana.

La música estaba a punto de ser percibida por la juventud mexicana como algo más que pura diversión y relaxo: podía ser, además, un medio de expresión.

Federico Arana en *Guraches de Ante Azul* cita como hecho importante la aparición del grupo británico The Beatles en 1964 aunada a la demanda por parte del público para escuchar las canciones en sus versiones originales en la radio, no más cover. Por esto se tienen escasos registros de canciones de los Beatles traducidas al español e interpretadas por algún grupo mexicano (a excepción, claro, del éxito que tuvo Vianey Valdés con *Muévanse todos*, original *Twist and shout*, que sí bien no es de Lennon y McCartney fue el único tema de los Beatles que se escuchó en español).

A finales de los 60 el rock n' roll se diluyó para dar paso al rock. La suavidad cedió el paso a la dureza musical. A fines de los 60 algunos de los grupos que venían realizando grabaciones desde mediados de ésta década comienzan a tomar conciencia de la importancia de las letras en todo el proceso creativo del rock. Visto desde la perspectiva musical, el rock por su ritmo y los instrumentos que se utilizan es ya una manifestación de rebeldía, sin embargo es hasta finales de los 60 en que a la letra se le concede una importancia sustancial para erigir al rock en una forma expresión completa.

En opinión de Arana esa fue una época de crisis para los grupos y bandas de la Ciudad de México, viéndose opacados por las llamadas huestes fronterizas, grupos como Dug Dugs o Tijuana 5 que interpretaban con muy buen nivel las canciones de los Beatles y que también llegaron a escribir canciones

---

<sup>40</sup> *Ibidem*. Pp. 159

originales, pero en inglés, tal es el caso de Javier Bátiz , Pajaro Alberto y La Revolución de Emiliano Zapata, entre otros.

En la decadencia de los llamados “grandes años del rock n’ roll”, es decir, la de los covers y los cientos de grupos juveniles, convergen varios factores:

Por un lado el rock de mediados de los 60 era una imitación de todos los éxitos de Estados Unidos y al cambiar los sonidos y ritmos en el vecino país del norte, la influencia también se vio trastocada, ya que y a no sólo se trataba de acomodar la letra en español al ritmo de la canción.

Pudiera pensarse que fue una buena oportunidad para que los grupos mexicanos tomaran un lugar importante en el escenario de la música popular nacional con sus composiciones originales, pero no fue así. Desgraciadamente es de la década de los 70 de la menos registros se tienen del éxito del rock mexicano entre la juventud.

Los tiempos cambiaban vertiginosamente, las protestas juveniles pasaron de ser simples pandillas juveniles a trastocar cuestiones de fondo en los social y el lo político.

De nuevo se presentó la influencia de los Estados Unidos, esta vez con los hippies y el rechazo abierto de los jóvenes hacia todo aquello que representara autoridad. Desde finales de los 60 la escena juvenil se ve dominada por el movimiento hippie. En Estados Unidos este movimiento se caracterizó por la popularidad del uso de las drogas entre sus miembros, creían en la paz y en el amor. Obviamente en la música también tuvo resonancia con grupos como: Greatful Dead, Big Brother and the Holding Company con Janis Joplin, Jefferson Airplane, The Charlatans, etc.

La música popular evolucionaba al mismo ritmo que la cultura de los jóvenes en general. Era imposible para muchos de ellos seguir sólo divirtiéndose y bailando al ritmo del rock n’ roll, era necesario tomar una postura ante los abusos de autoridad que se estaban cometiendo en el mundo y manifestarse.

Si bien la influencia de los Estados Unidos era evidente, el movimiento hippie en México tuvo características muy propias como la revaloración de algunos elementos de culturas indígenas, que se manifestaban principalmente en la ropa. “Aunque muchos jipitecas eran de clase media, güeritos y de tez blanca, pronto se incorporaron numerosos grupos de jóvenes prietos y pobretones que con el pelo largo parecían indios, porque prácticamente lo eran. En un país rabiosamente racista como México era una verdadera revolución que grandes sectores de jóvenes se identificaran y se solidarizaran con los indios.”<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> José Agustín *La contracultura en México* Grijalbo, México pp. 77

Al mismo tiempo, en México ya se contaba con un buen número de bandas y grupos haciendo el esfuerzo por crear el rock nacional: Javier Batiz y los Finks, los Tequila, Los Sinners, Peace and love, Love Army, etc.

Por otro lado, al mismo tiempo que la revolución interna del individuo de los jipitecas, se llevaba a cabo la revolución social, con las protestas de miles de estudiantes imbuidos de un espíritu latinoamericanista e inspirados en la Revolución Cubana, que como todos sabemos, no llegaron a buen fin, culminando esta etapa con los fatídicos hechos del dos de octubre de 1968. Este suceso tuvo resonancia en la música juvenil.

“En 1968 el grupo Antorcha realizó la primera grabación independiente dedicada a la matanza estudiantil del 2 de octubre en Tlatelolco, ocurrida bajo el sexenio del presidente Gustavo Díaz Ordaz.”<sup>42</sup>

Ya en plenos años 70 la represión a manifestaciones juveniles, políticas o no, continuaba (ejemplo de ello son los acontecimientos ocurridos el 10 de junio de 1971).

Precisamente en el año de 1971 se llevaría a cabo el concierto más grande realizado hasta entonces de rock mexicano: El festival de Avándaro “que muy probablemente se haya tolerado a manera de un complot despolitizador de las masas juveniles, para lograr que se olvidara la matanza estudiantil del 10 de junio, pero esto es muy difícil de probar.”<sup>43</sup>

El Festival se tuvo lugar los días 11 y 12 de septiembre y en él participaron grupos como: El epílogo, Ritual, Bandido, Los Yaqui, El Amor, Dug Dugs, Tequila, División del Norte, Peace and love, Tinta Blanca y Three Souls in my mind.

En términos de asistencia es posible decir que el evento fue un éxito, aunque la organización fue deficiente y como en todo evento de esta magnitud hubo algunos contratiempos por los que, al día siguiente, la prensa condenó al Festival de Avándaro.

El Heraldo de México le dedicó dos primeras planas. En la del domingo 12 de septiembre de 1971 se leía “Avándaro, vórtice de frenesí de 150 mil fanáticos” y en la del lunes 13 de septiembre “El escandaloso festival musical terminó en perfecto orden” y en un recuadro en la esquina superior izquierda resaltaba: “Nos estamos acercando al caos...” la Iglesia opina sobre el festival, reprueba la vagancia de la juventud.”; ya en la nota escrita por Sotero R. Garcíarreyes y Leopoldo Mendevil se lee: “Valle de Bravo despertó sorprendido por la invasión de decenas de miles de viciosos que a las cuatro horas de ayer iniciaron el éxodo.

---

<sup>42</sup> Torres, Violeta *Rock-eros en concreto* op. cit. pp. 137

<sup>43</sup> *Ibidem* pp.139

El festival de la droga, la feria de la marihuana, el licor y el amor libre había terminado.”<sup>44</sup>

Lejos de funcionar como un apoyo para la difusión del rock mexicano, el festival de Avándaro sirvió para enterrar en el más alto grado de anonimato a las nacientes bandas, al asociar al rock con las drogas y la depravación sexual. Su difusión continuaba limitada a las tocadas en los barrios pero incluso éstas eran perseguidas por las autoridades y reprimidas, argumentando que estaba prohibida la vagancia. A consecuencia de esta falta de apoyo muchas bandas desaparecieron y otras cambiaron de giro, como veremos más adelante.

“Es cierto que después de Avándaro el rock guardó silencio, también que poco a poco los espacios ganados en los medios de comunicación fueron cerrándose, pero con el tiempo, el rock se atrincheró en los sectores urbanos marginados y se extendió entre los lugares de las tocadas, los hoyos funkis y dentro del conglomerado autodenominado “*la banda*”. Los jóvenes marginados encontraron en el rock una forma de resistencia contra un orden opresivo y en los años posteriores se formaron muchos grupos de rock.”<sup>45</sup>

El resto de la década de los 70 transcurre entre unas pocas grabaciones que realizan grupos mexicanos, aunque algunos deciden cruzar la frontera y probar suerte en los Estados Unidos, Violeta Torres cita los casos de Toncho Pilatos en 1972, Cossa Nostra, Dug Dugs en 1975 y los Stukas en 1977.

De entre las grabaciones que se realizaron en esta década Violeta Torres en su libro *Rock eros en concreto* destaca:

1973 Three Souls in My Mind graba su primer disco en español bajo el sello RAFF

1974 El grupo Peace and Love graba *Me Extraña que siendo araña*

1975 Grupo Nuevo México graba *Hecho en casa* para Discos Orfeón

1976 Aparece la antología de Three Souls in my mind

1978 Guillermo Briceño realiza una grabación independiente.

Por el lado de los medios, Radio UNAM abrió un espacio en su programación dedicado al rock nacional en 1975.

A nivel internacional el panorama de la música popular había cambiado también. Después de la desaparición de los Beatles en 1970, muchos grupos y solistas siguieron su influencia musical, creando el pop, que tuvo mucho éxito en ambos lados del Atlántico. Desde mediados de la década, también la música disco y las pistas de baile gozaron de gran popularidad alrededor del mundo.

El surgimiento del punk en 1976 en Inglaterra pareció revitalizar al rock, dotándolo nuevamente del sentido y fuerza que necesitaba. A todas luces se

<sup>44</sup> El Heraldo de México, domingo 12 y lunes 13 de septiembre de 1971 pp. 1

<sup>45</sup> Torres, Violeta, *Rock eros en concreto* op. cit. pp. 139



trataba de una rebeldía sumamente agresiva que se manifestaba en la forma de vestir, el peinado, el lenguaje y obviamente la música, que no buscaba ser armoniosa ni elocuente, sino más bien estridente. El punk se extendió rápidamente por todo el mundo y aquí en México, sobre todo el atuendo, fue adoptado por los *chavos banda*. Musicalmente se explotó comercialmente todo lo posible.

Y aquí en México ¿qué sucedió con quienes lograron algún éxito a mediados de los 60? Como se trataba en su mayoría de grupos en los que el cantante había destacado como solista (Enrique Guzmán, Cesar Costa, Julissa, etc.) se desplazaron hacia la balada romántica y los shows televisivos, además de la aparición de nuevas figuras como Juan Gabriel o José José que se insertaron en el gusto de las mayorías.

La década de los 70 vio el surgimiento de las bandas de jóvenes marginados que desde muy temprana edad debían trabajar para el sustento familiar y su único escape era reunirse en la esquina de alguna calle con quienes compartían sus mismas experiencias. El futuro era incierto para ellos, nada de lo que veían en televisión les parecía alcanzable. Su realidad era de pobreza extrema, lo que los orilló en algunos casos, a delinquir. Su apariencia punk era muy agresiva igual que el resto de su *actitud* ante la vida. El rock se convirtió en el compañero constante de sus travesías por una Ciudad en la que se sentían excluidos.

El nacimiento y proliferación de *las bandas* a lo largo y ancho de la Ciudad de México generó entre otras cosas un público diferente para la música que se hacía en nuestro país. Ávidos de rock, pero no de un rock en inglés del que no entendían una palabra o de aquel que quiere vender alguna moda y no les dice nada real, los *chavos banda* necesitaban un rock que los expresara a ellos mismos.

Three Souls in my mind cambió su nombre para quedar sólo como El Tri y comenzó a componer canciones que plasmaban lo que a cualquier *chavo banda* le gustaría decir:

*Renuncio*

*Ya no quiero trabajar*

*No le hace que mañana*

*No tenga ni pa' tragar*

Las tocadas en los barrios iban en aumento e incluso nacieron lugares exclusivos para el rock “en mexicano” (como lo denomina José Agustín en *La Contracultura en México*) como Rockotitlan, Rockstok, La Última Carcajada de la Cumbancha, etc. citados por el mismo José Agustín

La primera mitad de la década de los 80 sería testigo del nacimiento del primer movimiento musical mexicano a partir del rock: el rock rupestre.

Este movimiento estaba representado por cantantes y compositores como: Rafael Catana, Rockdrigo González, Fausto Arreguin, Alejandro López y Jaime López en sus inicios y posteriormente se integraron: Roberto Ponce, Roberto González, Nina Galindo, Armando Rosas y la Camerata Rupestre, Carlos Arellano y Arturo Meza.

De todos ellos, vale la pena destacar el trabajo de Rockdrigo González quien se dio a la tarea de escribir el manifiesto rupestre en el que declaró: "Los rupestres son poetas y locochones, rockanroleros y trovadores, simples y elaborados, gustan de la fantasía y le mientan la madre a lo cotidiano"<sup>46</sup>, algo que José Agustín denominaría como el "rock de los jodidos".

En sus canciones, Rockdrigo habla de los problemas que aquejan a todo joven, abordados con sentido del humor y a la vez con frescura y veracidad. Canciones como *Balada del asalariado*, *El asalto chido*, o *El feo*, fueron los temas que lo hicieron popular.

En 1983 el director mexicano Paul Leduc hizo la película *¿Cómo ves?* que retrata fielmente la vida de pobreza y discriminación a la que se enfrentaban miles de jóvenes a principios de la década (que permaneció así durante mucho tiempo y que aun en nuestros días no ha cambiado demasiado). En esta película, más que diálogos, es el rock el que nos va guiando a través de las historias de vida en los cinturones de miseria.

El movimiento rupestre y las bandas vinieron a inyectar nuevos bríos al rock mexicano que parecía haber estado dormido durante largo rato. Modesto López formó la compañía disquera Pentagrama y bajo este sello vieron la luz las primeras grabaciones de Rockdrigo González, Cecilia Toussaint y grupos como Mamá Z y Trolebús.

Cada vez eran más las disqueras interesadas en aprovechar comercialmente este auge del rock. En 1980 en grupo de Guadalajara Sombrero Verde (después Maná) grabó para la compañía Ariola, también en esas fechas Chac Mool realizó una grabación para Polygram.

Teresa Estrada, cantante de blues y socióloga, en su tesis *Lenguaje e identidad en el rock mexicano* menciona el nacimiento en 1984 del sello ComRock interesado en hacer gran negocio con el rock mexicano. Esta compañía aglutinó a grupos como Kenny y los Eléctricos, Ritmo Peligroso, Mask, Clips, Casino Shangai, etc. Sin embargo los problemas en cuanto al pago de regalías llevaron a la quiebra a ComRock en 1986 y pasó su catálogo a discos WEA que dejó a todos estos grupos en el olvido.

Independientemente de estos altibajos en cuanto a grabaciones es importante destacar que para mediados de los 80 ya prácticamente todos los grupos

---

<sup>46</sup> Tomado de internet: [http://sepiensa.org.mx/contenidos/s\\_rockdrigo](http://sepiensa.org.mx/contenidos/s_rockdrigo).

cantaban en español y en su mayoría composiciones originales, hecho que por sí solo constituye un avance.

1986 es reconocido como el año del boom del rock en español. No es casualidad que de repente tanto las compañías disqueras como los medios de comunicación dirigieran su atención al rock. El ámbito "oficial" de la canción popular había estado desarrollándose desde principios de los 70 en la balada pop y ritmos tropicales y para 1986 ya no quedaba mucha tela de donde cortar. A pesar de la realización de festivales de la canción (como el OTI) en búsqueda de nuevos talentos era obvio que las necesidades de gran parte de la juventud no quedaban satisfechas con eso. La televisión encaminó sus esfuerzos a la realización de concursos infantiles en vista del éxito de grupos musicales integrados por niños, como los españoles Parchis o los puertorriqueños Menudo.

Era claro que el rock no había dejado de ser explotable comercialmente y la industria no dejaría escapar este movimiento tan fácil.

Tere Estrada en su tesis *Lenguaje e identidad en el rock mexicano* cita la realización de una serie de seminarios en España en 1986 en torno al rock en orden de advertirlo como medio de comunicación en los países de Latinoamérica y alentar a la industria a promover su consumo entre la población.

Es así como surge el Movimiento "Rock en tu idioma" apoyado por la compañía de discos BMG Ariola y oficialmente por la estación de radio Rock 101, aunque todas las estaciones de radio se vieron beneficiadas de él así como Televisa.

Llegaron entonces a nuestro país cantantes y grupos españoles y argentinos como Miguel Ríos, Hombres G, Nacha Pop, Miguel Mateos y Soda Stereo cuyas canciones fueron incluidas inmediatamente en la programación de las estaciones de radio juveniles con gran aceptación por parte del público.

Hubo también algunos grupos mexicanos que les fue muy bien en este auge del "Rock en tu idioma", Caifanes en particular se convirtieron en todo un fenómeno; Maldita Vecindad y los hijos del Quinto Patio lograron varios sencillos exitosos en la radio, aunque sus letras seguían apegadas a realidad urbana.

La estación Espacio 59 del Núcleo Radio Mil dedicaba gran parte de su programación a este "nuevo" rock en español.

En esta segunda mitad de los 80 también la balada romántica que había dominado la escena musical en nuestro país por varios años se vio revitalizada por el pop y la música electrónica.

En esta década tuvo lugar uno de los acontecimientos más importantes para el negocio de la música, que lo convertiría en toda una industria del

entretenimiento. En Estados Unidos, en 1982 salió al aire la señal del canal de televisión MTV, dedicado únicamente a la programación de videos musicales, la música ya no sólo se escuchaba en la radio, se veía por televisión a través del video clip. Así, todo cantante que quisiera tener algún grado de éxito en el género que fuera, debía contar un video para promover su sencillo. Esto es importante porque, aun cuando la buena imagen de un grupo de rock siempre fue necesaria, en esta etapa de los video clips se volvió prácticamente indispensable el que los músicos fueran talentosos y guapos, esquema en el que muchos grupos de rock mexicano no encajaban.

A pesar de esta intensa campaña del "Rock en tu idioma" en disqueras y medios, muchos grupos no se vieron beneficiados de ella y siguieron desarrollándose en la escena "no oficial", es decir, al margen de toda la parafernalia que ahora acompañaba al rock.

Estos grupos siguieron trabajando en tocaditas callejeras y haciendo grabaciones para sellos independientes como Discos Denver, fundada en 1985 por Octavio Aguilera.

Es así como se desarrolla el movimiento del rock urbano, un rock hecho por y para los sectores marginados de la sociedad, que no tiene cabida en los medios, siguiendo la línea del Tri de mediados de los 70 y los iniciadores del movimiento rupestre.

Los grupos que se mantuvieron fieles al rock urbano fueron Banda Bostik, Isis, Charlie Montana, Los Blues Boys, entre otros.

Ya para los años 90 el rock (o lo que en un principio comenzó como rock, derivó en pop, pero que las compañías disqueras y las estaciones insisten en seguirnoslo vendiendo como tal) era perfectamente comercial, como el resto de la música que se hacía en nuestro país. Los grupos más sobresalientes de principios de la década fueron Maná, Café Tacuba, Caifanes (después Jaguares), Los amantes de Lola, Kerigma y Maldita Vecindad.

A mediados de la década el rock era una moda que vendía muy bien, por lo que las compañías de discos comenzaron a ofrecer a sus artistas bajo la etiqueta del rock, sin pertenecer realmente a este, como es el caso de Laureano Brizuela, Alejandra Guzmán y algunos otros, que mas bien revitalizaron el terreno de las baladas, haciéndolas más dinámicas.

Hasta este momento, el terreno del rock estaba casi desierto de figuras femeninas, las más sobresaliente habían sido Kenny, de Kenny y los Eléctricos y Cecilia Toussaint, pero en los 90 grupos como Santa Sabina y La Lupita tuvieron mucha difusión en la radio y entre los jóvenes y contaban entre sus filas con cantantes mujeres. También probaron suerte en el género solistas como Julieta Venegas (ex vocalista del grupo Tijuana No) y Ely Guerra.

El impacto que este movimiento tuvo en los medios se manifestó claramente a través del surgimiento de estaciones de radio juveniles dedicadas específicamente a este género, sobre las cuales hablaré más adelante.

Sin duda fue el rock quien en la década de los 90 revivió la industria del entretenimiento.

Actualmente se sigue moviendo hacia otras vertientes, como el Ska, con bandas de muchos integrantes y la utilización de metales, pero es posible afirmar que no hay nada nuevo bajo el sol, sino la re invención constante de las fórmulas musicales en orden de satisfacer a una juventud que también cambia de acuerdo con los tiempos, pero el rock, definitivamente, ha sido descubierto e instituido como un medio de expresión de historias de vida, más allá de un simple entretenimiento.

### 3.2 El Rock urbano como forma de expresión

A lo largo de este capítulo tomaré como base entrevistas que realicé a cantantes y músicos de rock, algunos de ellos, como José Antonio Álvarez, reconocen a su música como rock urbano, otros como Lalo Tex, define a su música como rock agrario.

Es posible afirmar que el rock urbano es una forma de expresión, pero no sólo de quienes lo componen o lo interpretan, sino también de la enorme multitud de jóvenes que sienten que esas canciones tienen algo que decir de sus propias vidas. Las han incorporado a su cultura así como la realidad que viven los sectores más marginados de la sociedad es la fuente de “inspiración” que da vida a estas expresiones, conformando al rock urbano como un bien cultural.

Adrián de Garay Sánchez en su libro *El rock también es cultura* hace una clara distinción entre dos procesos en el camino que recorre el rock urbano para llegar a serlo:

El proceso creativo y el proceso de difusión.

Es fundamental el enfocar la atención al primero para entender al rock urbano como una forma de expresión ¿En qué (o en quién) piensan los rockeros a la hora de escribir sus *rolas*? ¿están conscientes del sentimiento de identificación que provocan en las multitudes?

Rafael Catana me concedió una entrevista en las instalaciones de Radio Educación, emisora en la que transmite su programa *Pueblo de Patinetas*. Él dice respecto de su forma de componer: “A través de Radio UNAM aparecen en mi vida el rock ácido y la música folclórica mexicana y a partir de entonces yo tomo la decisión de empezar a escribir canciones, no sé por qué; yo sabía que me gustaba el rock y quería decir cosas de lo que me pasaba a mi, quería describir imágenes. Y este proceso tiene que ver mucho con lo que pasa en el mundo y con lo que pasa en la ciudad en que vives. En el proceso creativo yo trabajo con la intuición y con la inteligencia. En una canción la mitad es música y la otra mitad es literatura, porque es fundamental la forma en la que dices las cosas, en la que pones en palabras tu sentir. A veces se nos olvida que lo que uno hace como compositor es entablar una comunicación y no puedes comunicar algo que tú no eres, en ese sentido piensas en la gente como el receptor, como alguien a quien le va a llegar todo eso que tu tienes que decir, pero ante todo es una situación individual y personal.”

A “los muñecos”(así se denominan ellos mismos) de Tex Tex, los entrevisté en su casa-estudio en la colonia Nueva Atzacalcos, al norte de la Ciudad de México, en la frontera con Ecatepec. La pequeña oficina está tapizada con

posters, calcomanías y carteles que dan cuenta de las innumerables presentaciones del grupo a lo largo y ancho de México y en un lugar privilegiado se encuentra la foto de Lalo Tex con el Big Ben de fondo, “esa es de cuando fuimos a grabar un disco a Londres...fueron buenos tiempos.” Lalo Tex, cantante y guitarrista del grupo afirma respecto a cómo escriben sus canciones: “el proceso de componer las canciones es entre los tres (Lalo, Paco y Chucho); cuando compones a partir de una experiencia personal las *rolas* te llegan más y también a la gente, que puede, en ese momento tener una experiencia parecida. Es una combinación de experiencias personales e influencia de la realidad.”

La creación musical es una creación artística y el arte es una manera de ponernos en contacto con nuestras emociones y con las emociones y sentimientos de otros, tanto del autor de la obra como de quienes comparten con nosotros la experiencia de contemplarla.

La música mueve sentimientos en el interior del ser humano para provocar su disfrute, ya sea de manera aislada o colectivamente por ejemplo en un concierto de rock.

Aun cuando el rock provoque un disfrute colectivo ninguna persona compartirá el mismo sentimiento que otra y por supuesto tampoco el del autor de las canciones, porque para que este disfrute de las *rolas* exista la experiencia personal es determinante.

Eso mismo sucede con toda creación artística, cada quien la interpreta de acuerdo con lo que para su realidad representa. Las canciones en el rock deben presentar esa movilidad de poder insertarse en el gusto de cualquier persona, acercarse a cada joven, a cada persona que las escucha con realidades diferentes de la suya o maneras distintas de interpretar una misma realidad. Por ejemplo, la canción *Un toque mágico*, de Tex Tex, para una gran parte del público habla de experiencias que ellos mismos han vivido, pero esto no la excluye de poder entrar en el gusto de sectores de la población cuya vida cotidiana a lo mejor no es de la que habla la letra, pero los conecta con esa otra realidad y le dan una interpretación y un sentido diferente.

De allí viene la identificación tan fuerte del público con los grupos y las *rolas* del rock urbano. Los creadores y los seguidores comparten una misma realidad. Los grupos de rock urbano hablan de las cosas de las que miles de jóvenes marginados quisieran hablar, pero no les es posible en un medio tan cerrado, no tienen ni micrófonos ni el talento que se requiere para hacer música. Los grupos de rock urbano hacen de la realidad canciones, hacen de lo que en la vida cotidiana se sufre, algo que se puede disfrutar.

“Todas las sociedades humanas suelen proveer a sus miembros de ambos tipos de héroes, individuales y colectivos, pero hay épocas, sobre todo épocas de

crisis, en que especialmente se deja sentir la falta de un super ego capaz de inspirar a todo el grupo...las celebridades sirven como vehículos de identidad supletoria para que la gente viaje a través de realizaciones ajenas."<sup>47</sup>

Para el público asiduo al rock urbano este momento de crisis es constante y no sienten una identificación con las figuras públicas que les provee su sociedad, porque no tienen nada que ver con ellos: ninguna de éstas se ha ocupado realmente de entrar en contacto con las necesidades de esos sectores de la población; en el medio artístico pueden tener un gusto muy variado, pero la mayoría de los productos que ofrece la industria del entretenimiento ni medianamente se pueden imitar o pretender que son alcanzables.

En el pequeño círculo del rock urbano los héroes no están muy alejados del público, de la masa: son también morenos, visten sin ostentación su mérito es transformar lo cotidiano en música, una música que todos pueden disfrutar. Lo que los jóvenes admiran en ellos es esa capacidad de hacer disfrutable la vida. La letra es importante en las canciones de rock urbano, ya que en ella se encuentran los puntos que crean ese puente invisible de identidad entre el público y el grupo.

El ritmo de la música es muy variable, pero, al tratarse de rock la utilización de ciertos elementos es permanente como guitarra y bajo eléctricos, batería y sintetizadores, esto es algo que nos permite diferenciar claramente al rock urbano de la canción de protesta inspirada en el folclore latinoamericano. Porque es importante aclarar que el rock urbano no necesariamente es canción de protesta, sino una visión de la realidad, una voz de ciertos sectores de la sociedad para quien la quiera escuchar e interpretar de manera individual. La letra no siempre es una denuncia descarnada de las injusticias cometidas en contra de algunos jóvenes, no hay que perder de vista que, primero que nada se trata de una música que invita al disfrute colectivo.

#### Análisis de algunas letras.

A continuación se presentan fragmentos de la letra de algunas de las canciones de rock urbano que abordan temas que al parecer son una constante entre los jóvenes marginados:

### Migración

#### **Viajero**

Autor: David Lerma, C. Godinez

Interpreta: *Banda Bostik*

---

<sup>47</sup> Klapp, Orrin *Identidad, problema de masas* op. cit. pp.278



La lluvia cae  
El viento sopla triste  
Y mis recuerdos  
Son tristeza y dolor  
De trampa estoy  
Voy camino al extranjero  
Y estoy refugiado  
En un sucio vagón  
Voy de aventura,  
También a hacer dinero  
Soy ilegal y me escondo  
De la migración.

Esta canción relata las condiciones en las que a diario cientos de jóvenes tratan de cruzar la frontera norte , algunos sin éxito, pero a quienes lo logran les es difícil encajar en un ambiente extraño y hostil.

#### Drogas

##### **María**

Autor: José Antonio Lira Rostro

Interpreta: *Lira n' roll*

María, has perdido media vida  
Entre las sobredosis y el alcohol  
María, has perdido media vida  
Entre bares, hoteles y el rock and roll  
Has perdido el trabajo  
Te has olvidado hasta de mí  
Ya no te pintas los labios  
Te has olvidado hasta de ser mujer  
María, andas ya media perdida  
Y aún no tienes años para votar

Cada vez es más fácil para jóvenes e incluso niños, conseguir cualquier tipo de drogas sin pensar en las consecuencias que esto puede traer, al crear adicción.

##### **Perdido**

Autor: David Lerma, C. Godinez

Interpreta: *Banda Bostik*

Un mundo no has buscado  
Y sólo lo has encontrado  
Hoy vives en el mundo  
Sólo de imaginación  
En tu mundo no hay guerra  
Ni llanto, ni fracaso  
El mundo de la droga  
Es un mundo de perdición  
A todos les advierto  
Que no abusen de la droga  
Porque como mi amigo  
También andarán  
Perdidos en el vicio de la droga

Aunque esta canción es una clara invitación a no consumir drogas, éste es un tema recurrente en las canciones de rock urbano y se ha abordado desde muy diferentes tratamientos, como la canción siguiente nos lo demuestra:

#### Desintegración familiar

##### **Un toque mágico**

Autores: E. Mujica; F. Mujica; J. Mujica

Interpreta: *Tex Tex*

El viernes por la tarde  
Me encamino a mi hogar  
Me subo al autobús  
Qué lleno va  
El operador me está cobrando de más  
Ya no digo nada  
Lo que quiero es llegar  
Encuentro a mis papás  
Con ganas de pelear  
Oye, entiéndeme  
No estoy de buen humor  
Me salgo a la calle,  
No hay con quien hablar  
Miro a todas partes

Y no sé que buscar  
Tal vez necesite un toque mágico  
Algo que en mi vida  
Quizá me haga cambiar.

Esta canción, según sus autores, fue mal interpretada por diversos sectores de la sociedad, ya que al hablar de un toque mágico, pudiera pensarse que hace alusión a las drogas. Sin embargo, este toque mágico puede encontrarse en cualquier parte, que proporcione bienestar.

### Muerte

#### **No estoy muerto**

Autor: Luis Antonio Álvarez  
Interpreta: *El Haragán y CIA.*

No estoy muerto  
Simplemente estoy durmiendo  
Si miras mi sosiego  
Si notas que tengo sueño  
Si piensas que estoy cansado  
Tal vez un poco fatigado  
No estoy muerto  
Simplemente estoy durmiendo  
Simplemente  
He dejado de respirar  
Y ya no voy a caminar  
Mis ojos no van a ver  
Mi pelo no va a crecer.

El hastío y la rutina hacen que la línea divisoria entre vida y muerte sea casi imperceptible. Ante las vicisitudes de la vida, la muerte parece una solución.

### Relación con la autoridad

#### **Redada**

Autor: D. Loaeza E. Cruz  
Interpreta: *Banda Bostik*

Estoy cotorreando con la banda  
En la esquina de la cuadra  
Unos tocando la guitarra  
Cantando buen rock n' roll  
Otros fumando de la Juana  
Presta porque es tanque y rol  
Mas de pronto se escucha  
Una sirena llorar  
Hay redad en todo el barrio  
Nos quieren apañar  
Armados hasta los dientes  
Nos mandaron a Javier  
Las redadas en el barrio  
Deben desaparecer.

La forma de vestir, el peinado, el aspecto en general, son suficientes para, en muchas ocasiones ser objeto de vejaciones por parte de la autoridad.

### Sexualidad

#### **Rosa Lola**

Autores: E. Mujica; F. Mujica. J.Mujica

Interpreta: *Tex Tex*

Que te pasa Rosa Lola  
Porque a la escuela ya no quieres ir  
Los pantalones ya no te entran  
Desde que te fuiste con él  
En el colegio tus amigas  
Me preguntan que te pasa a ti  
Yo les contesto que no sé que onda  
Que es lo que te sucede a ti  
Será que no quieres vivir  
En el espejo tu figura  
Ya no es la misma de meses atrás  
En tu cintura nada cierra  
Comienzas a ver la verdad  
Pero no lloras tu pecado  
Y no le dices nada a tus papás  
Y te reservas tu estado

Para no decir la verdad  
Y tu sola te las vas a arreglar.

Las relaciones sexuales prematuras, el embarazo en la adolescencia y el cambio drástico en la vida de una niña que pasa a ser madre sin estar preparada para ello. Es interesante la manera en la que las relaciones sexuales son llamadas un “pecado” cuando las circunstancias alrededor son adversas.

**En el corazón no hay nada**

Autor: José Antonio Álvarez

Interpreta: *El haragán y Cía.*

Mujer de la calle que se vende  
Por un devaluado tostón  
Inexperto en amores  
Te devora cualquier mujer  
Tu cuerpo va a estar vacío  
Y vas a tener hambre de amor

El afecto es sustituido con experiencias sexuales vacías en las que los jóvenes están expuestos, además de a numerosas enfermedades, a no encontrar la respuesta a muchas de sus dudas.

Relación con la sociedad

**Al diablo con mi suerte**

Autor: David Lerma, C. Godinez

Interpreta: *Banda Bostik*

Con el odio por mi sangre  
Y me gusta la palabra muerte  
Nunca he tenido amigos  
Y siempre he tenido mala suerte  
Mis amigos son los vicios  
Y me gusta que me odie la gente  
Me gusta a mi la mala vida  
Y al diablo le confío mi suerte

Mis enemigos son las leyes  
Que ha implantado esta maldita gente  
Toda la vida me critican  
Y tras las rejas ellos quieren verme

Ante la situación de marginalidad, muchos jóvenes asumen una posición agresiva en contra de todos y de todos, sienten el rechazo patente de la sociedad y al mismo tiempo se aíslan formando bandas en las que el común denominador es la "mala vida".

El amor es otro tema recurrente en el rock urbano, sobre todo a partir del nacimiento del grupo Lira n' Roll, que se hizo popular debido a sus canciones de amor, y en las que dejaba un poco de lado los temas sociales. Estos temas también tuvieron buena acogida entre la audiencia.

Así como en su momento los rupestres se caracterizaron por poner especial énfasis en las letras de sus canciones, esta manera de escribir fue heredada por los representantes del rock urbano, ya que no todo el rock que se hace en México resalta esta parte de las canciones.

Definitivamente la letra es parte importante del mensaje que el rock urbano nos quiere hacer llegar, pero no lo es todo. El ser rockero es toda una actitud ante la vida, no exenta del riesgo de ser discriminado.

"Quienes se sienten tan defraudados del mundo convencional que han decidido romper con él, adoptan estilos diferentes de vida que llaman la atención y expresan su condición de marginados...pero lo que buscan primordialmente es una experiencia de identidad...les proporciona un sentimiento más acendrado de su yo personal y de su cohesión de grupo."<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Ibidem. pp. 125

## IV Radio y rock

### 4.1 Algunos intentos de la radio por difundir rock urbano.

Para el desarrollo de este capítulo nuevamente tomaré como base las entrevistas que realicé a gerentes de estaciones de radio y locutores, además de la información que pude recabar durante el periodo que trabajé en Grupo ACIR.

Una vez materializada la creación artística es necesaria su difusión para que pueda cumplir la función para la que fue hecha, es decir, comunicar a la sociedad el sentir del artista. Sólo así se puede completar el círculo que hace del rock urbano un bien cultural.

Este proceso de difusión se lleva a cabo principalmente a través de cinco canales: discos, prensa, radio, conciertos y televisión.

Es posible decir que los discos y la radio van de la mano porque los grupos que no cuentan con un material grabado de manera formal con alguna disquera, difícilmente consiguen ser incluidos en la programación de una estación de radio.

Los grupos de rock urbano tienen que librar una batalla tras otra para conseguir el acceso a por lo menos uno de los cinco canales de difusión mencionados.

La conformación del grupo y la adquisición de los instrumentos no son tarea fácil, principalmente por dos factores: la falta de una educación musical adecuada y los altos costos del equipo.

El hecho de que en ocasiones ninguno de los miembros del grupo tenga conocimientos suficientes de teoría musical es determinante en el resultado final, es decir, las canciones, porque se tienen menos herramientas para trabajar en la calidad de las mismas. Esto aunado a que los instrumentos no siempre son de primera merma mucho las posibilidades de que una compañía disquera se interese en algún grupo de rock urbano.

Por otro lado, la mayoría de las compañías disqueras "importantes" (las que consiguen un lugar en la radio para sus productos) son transnacionales de Estados Unidos. Así, sellos discográficos como Sony, Warner o Universal, tienen una serie de divisiones encargadas de explotar lo más comercial de cada género: pop, rock, grupero, etc.

Este fenómeno ha dado lugar a la formación de compañías independientes dedicadas a captar la oferta musical de aquellos que no encuentran un espacio en los grandes consorcios. Una de estas compañías es Discos y Cintas Denver, que actualmente agrupa a la mayoría de las bandas de rock urbano: El Haragán y Cía., Banda Bostik, Lira n' roll, etc.

En la radio, una de las primeras estaciones en tratar de programar rock urbano fue Rock 101. Iñaki Manero, actual gerente de Mix 106 dice en entrevista: “De 1994 a 1996 fueron los años en los que más se trató de incluir rock urbano y tuvo mucho éxito entre los jóvenes, porque se estaba tocando lo que la gente pedía, sin embargo la estación no pudo seguir adelante, porque ese público no tiene un gran poder adquisitivo y la radio comercial vive de eso, de vender, de las agencias de publicidad y de la gente que quiera invertir en ella. No les interesaba a los clientes un público que no tenía dinero para comprar sus productos.”

Finalmente en 1996 Rock 101 salió del aire por motivos mucho más fuertes que tratar de incluir rock urbano en su programación. Los intereses económicos al interior del Núcleo Radio Mil habían cambiado y de pronto una estación en FM dedicada al rock en todas sus formas no era rentable.

Precisamente en noviembre de 1996 salió al aire un proyecto de estación de radio por demás interesante: Oxido 1180. Se trataba de la primera estación de radio juvenil en AM. Ciertamente es que ya habían existido en AM estaciones como La Pantera o Espacio 59, pero bajo el nuevo formato de estación juvenil, más dinámico y de gran movilidad, Oxido 1180 AM fue la primera.

Oxido transmitía su señal a través de una frecuencia propiedad del Grupo ACIR, presidido hasta la fecha por Francisco Ibarra López. Este proyecto surgió a partir de un grupo de personas (programadores, locutores y gerente) que de 1995 a 1996 habían formado parte del equipo de Orbita 105.7, estación del IMER dedicada al rock.

Aníbal Córdoba Galarza, entonces gerente de Orbita, recibió en 1996 la invitación por parte de Grupo ACIR para convertirse en gerente de programación nacional, junto con la promesa de una estación de FM que manejaría el mismo formato de Orbita. Es así como Aníbal Córdoba con todo su equipo se trasladan a Grupo ACIR.

Finalmente el proyecto de estación rockera de FM no cuajó, quedando relegado a la AM con el nombre de Oxido en los 1180 kilohertz

A este respecto habla Rafael Basaldúa, ex locutor de Orbita y de Oxido: “nosotros aceptamos porque no nos quedaba de otra y no había mucho de donde escoger. Al principio nos daba pena decir que estábamos en 1180 AM y en vez de mencionar la banda decíamos 1180 kilohertz, porque los locutores que estábamos allí siempre habíamos trabajado en FM. Cuando finalmente nos decidimos a decir AM lo bautizamos como Amplitud Mental.”

Gracias al trabajo de los locutores y la programación musical, Oxido alcanzó en pocos meses buenos niveles de rating superando incluso a algunas estaciones de FM. Oxido 1180 logró que los jóvenes dirigieran su atención hacia la banda de AM como una posibilidad más de espacio para expresarse,



ya que durante largos años la AM había estado destinada casi en su totalidad a programas hablados y noticiarios y las estaciones musicales existentes en ese espacio nada tenían que ver con el rock.

Basaldúa afirma: "Oxido llegó a estar en cuarto lugar de rating de las AM y en décimo lugar general, por encima de estaciones como WFM o Azul 89. Todo el segundo año la estación gozó de muy buen nivel de rating, pero no se reflejaba en las ventas. Los vendedores de Grupo ACIR podían vender cualquiera de las siete estaciones del grupo, y obviamente los clientes se inclinaban por estaciones como Digital 99 o Inolvidable 95.3, es decir, productos que se venden solos. Porque cuando tu, como vendedor de radio, llegas con un cliente y le dices: 'Tengo una estación de rock' por esa mala fama de que goza el rock y su público es muy difícil que un cliente acepte anunciarse allí. Claro que hay algunos clientes a los que ese público del rock en específico les es muy interesante y redituable. Con clientes como esos es que la estación pudo sobrevivir los dos años que estuvo al aire"

Oxido 1180 fue la primera estación en tener un programa dedicado por completo al rock urbano. El programa se llamaba *Asfalto* y duró al aire sólo unos meses, ya que si en general era difícil vender la estación, este programa en específico no resultaba para nada atractivo a los posibles patrocinadores, además de encasillar a la estación en una imagen que no convenía a los intereses del grupo.

Nuevamente las ventas fueron el motivo por el cual la estación salió del aire, en Noviembre de 1998. La mala imagen que desde siempre ha acompañado al rock impidió que la estación pasara a FM o que por lo menos se mantuviera al aire.

Uno de los programas más sólidos que han surgido con el objetivo de difundir el rock en todos sus estilos y géneros, es *El rock sigue en el Chopo*, programa que nació hace 15 años, en 1988 precisamente en el Tianguis del Chopo y con el fin de dar a conocer toda la música que allí se comercializa.

Desde su nacimiento ha pasado por varias estaciones, todas ellas pertenecientes al Instituto Mexicano de la Radio. Hasta noviembre de 2002 transmitieron su programa en Orbita 105.7, sin embargo, debido a cambios internos en la estación, salió del aire.

Actualmente transmiten sólo por internet a través de [xsgritaradio.com](http://xsgritaradio.com), pero este medio limita mucho la audiencia.

La única estación que ha intentado tocar rock urbano y que sigue vigente es precisamente Orbita 105.7 perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio. Orbita nació el 5 de octubre de 1995 y desde noviembre de 1996 está bajo la gerencia de Alfredo Martell.

Al pasar de los años, la programación de orbita ha ido cambiando en orden de ubicarse en el espacio y el tiempo en el que viven los jóvenes y de ser cada vez más rentable.

A decir del gerente, Orbita 105.7 es la única estación que tiene la propuesta de tocar el material de grupos que no tienen una disquera. Prueba de ello es el reciente concurso organizado por la emisora denominado "Rastreo de Bandas" en el que se recibieron cerca de 700 demos de grupos sin disquera de los cuales sólo cinco consiguieron un contrato con algún sello de rock.

A pesar de ello el rock urbano está casi totalmente ausente de la programación, habla Alfredo Martell, gerente de Órbita: "si llegamos a tocar rock urbano, pero no podemos vivir con la bandera de que esto, porque es lo urbano y lo marginal es lo bueno. Hay cosas muy buenas y hay cosas muy malas dentro del rock urbano y a mi no me gusta programar música de baja calidad."

Otro de los intentos que surgió recientemente para difundir el rock en todas sus formas a través de la radio es el programa "Rock a fondo" que inició sus transmisiones el 3 de febrero de 2003 en la estación Track 1320 AM, nuevamente un intento por aprovechar un espacio en una banda que difícilmente los jóvenes escuchan. El programa es de lunes a sábado en un horario de 6 a 8 de la mañana, lo que le resta posibilidades de llegar a un público más amplio.

Los medios masivos de comunicación (radio y televisión) han mostrado una cerrazón no sólo hacia el rock urbano, sino hacia muchas de las expresiones de los jóvenes, por no considerarlas comerciales y por una abierta discriminación hacia la imagen de muchos de estos grupos. Ambos medios proveen a la sociedad de los bienes de consumo que integran los gustos y la cultura popular, sin abrirse a las expresiones que la propia sociedad puede generar al margen de lo suministrado por ellos.

En lo que se refiere a prensa, este medio ha presentado una mayor apertura y tolerancia a las diversas expresiones culturales de nuestra ciudad. Sin embargo, la prensa no deja de tener limitantes, sobre todo en cuanto al alcance y penetración entre la población, y al tratarse de revistas independientes no logran mantenerse por mucho tiempo en el mercado, salen y regresan constantemente; dependen casi por completo de las ventas, al no contar con anunciantes.

Desde la aparición del rock en nuestro país, han surgido numerosas publicaciones dedicadas al género, algunas de ellas efímeras, pero de alguna manera se han mantenido constantes.

A continuación mencionaré algunas de estas revistas, de las citadas por Violeta Torres en *Rock eros en concreto*.<sup>49</sup>

En 1971 nació una de las publicaciones más interesantes en torno al rock, *Piedra Rodante*. Gran parte del éxito de la revista se debió a que se utilizaba el mismo lenguaje que empleaban los jóvenes para comunicarse entre ellos.

Además iba más allá de ser sólo una revista de rock, ya que trataba abiertamente temas como drogas, sexualidad, feminismo, etc. Es considerada la primera publicación subterránea de México.

A lo largo de la década de los 70 vieron la luz numerosas publicaciones que se ocupaban del género rock y de los jóvenes, pero no lograban consolidarse en el mercado, desapareciendo poco después: *Tris Tras*, *Jeans*, *El Zeppelin*, *Sesión*, *Melodía diez años después*, etc.

*Banda Rockera* es una revista con casi 20 años en el mercado (nació en 1985) y actualmente está dirigida a los *chavos banda* y en gran medida se ocupa de dar promoción al rock urbano.

Algunas de las muchas publicaciones que han surgido en los últimos 20 años en torno al rock son: *Conecte*, *La Mosca*, *Opción sónica*, *Códice Rock*, *Ciudad Rock en español*, etc.

Pero la prensa tiene muchas limitaciones, propias del medio, para difundir el rock urbano.

El panorama actual para el rock urbano en la radio comercial no es mejor que en décadas anteriores. La inclusión de este género en la programación habitual de las estaciones de radio musicales implicaría todo un cambio en la política cultural y el replanteamiento de lo que es cultura popular, desde un punto de vista incluyente, una reivindicación de ésta, en gran medida, a través de los medios de comunicación.

---

<sup>49</sup> Torres, Violeta *Rock eros en concreto* op. cit. pp. 73 - 76

## 4.2 La difusión del Rock Urbano en la radio, en la experiencia de algunos de sus exponentes.

A pesar de la magra difusión del rock urbano en las estaciones de radio comerciales, no son pocos los grupos que han alcanzado éxito y popularidad entre la juventud, principalmente gracias a las presentaciones en vivo.

En el capítulo anterior se mencionan algunos de los efímeros intentos de apertura de algunas estaciones de radio hacia otro tipo de expresiones en orden de diversificar su oferta musical y cultural. Pero ¿cómo han vivido los grupos de rock urbano esta relación con la radio?

A finales de 1989 surge el grupo *Haragán y Cía*, uno de los más importantes dentro del género del rock urbano. Desde sus inicios el grupo goza de gran popularidad, poca de la cual se la deben a la radio.

A Luis Antonio Álvarez, cantante y guitarrista del grupo, lo fui a entrevistar a su casa – estudio de la colonia Las Palomas, en Tlalneptla, Estado de México.

En los alrededores se encuentran calles aún sin pavimentar, pero la calle donde está la casa de *El Haragán* (así lo conocen los vecinos) se encuentra en buenas condiciones.

Al fondo de la sala en la que espero a Luis Antonio se encuentra una enorme pintura que ocupa toda la pared. Son los Beatles. “Si quieres saber cuáles son mis influencias musicales, ahí está la respuesta”, afirma.

Sobre la difusión del rock urbano en la radio dice: “yo creo que la apertura de la radio comercial al rock n’ roll que nosotros hacemos nunca se va a dar. Hemos tenido la experiencia en algunas estaciones de radio orientadas al rock, en que, en los inicios de la estación nos programan para jalar gente y darse a conocer entre los jóvenes, después entran intereses de disqueras y patrocinadores y nos sacan de la programación; así sucedió en Stereo Joven y el televisión en el programa Sónicamente de Canal 11. Nadie sabe para quien trabaja. Los medios de comunicación se apoderan de los espacios que ganamos con muchos años de trabajo en grandes tocadas y conciertos; comercializan el movimiento del rock n’ roll y nos dejan fuera.”

*Haragán y Cía.*, al igual que muchos de los grupos de rock urbano, graba para Discos Denver. “La apertura de los medios es más difícil que la de las propias compañías disqueras, nosotros hemos tenido la oportunidad de grabar con otras compañías, pero la libertad no es la misma, te condicionan los temas sobre los cuales tienes que hablar en tus canciones, trabajando con Denver tenemos absoluta libertad sobre el discurso de nuestra música. Las historias de

cada canción tienen que ver con la vida de los mexicanos. Somos un poco portavoces del pueblo con base en la realidad.”

Sin embargo, no es esta la única razón por la que estos grupos no son incluidos en la programación habitual de las estaciones de radio juveniles. Habla Luis Antonio Álvarez: “No se nos quiere programar en las estaciones de radio comerciales por cuidar una imagen; porque para algunos gerentes de estaciones, la imagen que proyectamos es de nacos, de barrio. Sin embargo hay que fijarnos en que ciudad vivimos, más de la mitad de la población vive en la pobreza, en colonias marginadas, con carencias y para esta gente es para la que trabajamos. Existen varios tipos de mexicanos, pero a los más marginados son a los que no queremos reconocer, ni en la calle ni en los medios ni en ningún lugar, nos quieren hacer creer que no existen. Si la radio y la televisión comerciales trabajan para otro tipo de mexicanos esta bien, pero nosotros no podemos dejar de prestar nuestra voz a los que no tienen un espacio, ¿quién más lo va a hacer?”

La piel morena, los rasgos indígenas, son aspectos que aún no estamos acostumbrados a ver en las pantallas de televisión y a reconocer como creadores y generadores de la oferta cultural de masas.

A pesar de ello, el éxito del grupo se extiende más allá de nuestras fronteras, desde 1991 han realizado presentaciones en algunos lugares de Estados Unidos, en los que la población latina ha acogido muy bien su música.

Otro de los grupos con una larga trayectoria en el rock n' roll es Tex Tex, quienes desde 1987 han trabajado este género para más de una generación, encontrando siempre buena acogida entre el público.

Para ellos fue difícil encontrar una disquera: “por nuestra imagen, los grupos de rock tenían que tener integrantes, espigados, altos, guapetones, y a mí me lo dijeron directamente, ‘te ves muy naco, mejor dedícate a cantar ranchero’, pero nosotros perseveramos en el rock n' roll, y finalmente nos dieron la oportunidad en la compañía Gas Musical. En 1987 salió nuestro primer disco, sin presentación, ni promoción ni nada. Nosotros mismos éramos nuestros promotores, en los conciertos; el disco se vendió bien y gracias a eso hubo tres discos más con esta compañía.”

En sus presentaciones en vivo, el grupo comenzó a integrar elementos como la utilización en su vestuario de botas y sombrero texano, camisas con colores llamativos, que ayudaron a que el público los identificara rápidamente y sus conciertos eran todo un espectáculo. Así, no tardaron en atraer la atención de la disquera BMG, para la que grabaron dos discos, fue entonces que comenzaron a sonar en la radio: “Para una compañía como ésta lo más importante es que el producto se venda, en ese momento el artista deja de ser humano para convertirse en producto. Aunque había mucha gente que ya

ubicaba a Tex Tex, la mayoría pensó que ese era nuestro primer disco, pero al indagar un poco se dieron cuenta de que ya había cuatro discos antecediéndolo. Eso nos dio la oportunidad de llegar a más gente con la imagen del rock mexicano que siempre hemos manejado. Nos promocionaron en radio, hicimos videos, grandes conciertos, el segundo disco nos llevaron a grabarlo a Londres...fue una buena época. Porque además nos dieron la libertad de seguir componiendo nuestras canciones y respetaron la imagen que ya llevábamos, porque conocían el potencial de la banda.”

Pasado el furor por el rock en español de los años 80 y principios de los 90, los intereses económicos al interior de BMG cambiaron, destinando ahora sus recursos a la música electrónica y una vez más a la balada pop. Muchos grupos de rock que tenían un contrato con la compañía se quedaron congelados en espera de alguna oportunidad de grabación.

Otros, como es el caso de Tex Tex, decidieron regresar a las compañías pequeñas e independientes para poder sacar por lo menos un disco cada dos años, ya sin la enorme promoción de las grandes disqueras. “Hubo un momento en el que la banda gozó de mucha difusión en los medios, eso ya pasó, pero nosotros seguimos trabajando, porque esa es realmente nuestra tarea, llevar la música hasta donde está la gente, con o sin el apoyo de la radio. La difusión en los medios es bienvenida, sin embargo, los compromisos que muchas estaciones de radio tienen con grandes compañías no les permiten programarnos. Pero el canal principal para difundir esta música son las presentaciones en vivo. Allí es donde el público encuentra su identificación con nosotros. En este proceso son fundamentales la fuerza y la rebeldía del rock, aunque no hubiera algún tipo de protesta en las letras, nosotros – músicos, público y rock – somos la protesta misma.”

Un grupo con gran tradición y arraigo entre los asiduos al rock urbano es Banda Bostik, quienes desde 1981 han realizado un trabajo constante por ofrecer a su público un rock diferente, con propuestas más allá de la diversión. Espero en una banca del remozado centro de Tlalnepantla a Carlos Godinez, ex guitarrista y compositor de Banda Bostik. Hemos acordado hacer la entrevista en un Vips; de camino al lugar alguien lo saluda: “qué onda, ese mi Charlie Bostik”, él contesta el saludo. “Así me conocen todos – afirma – como Charlie Bostik”.

Respecto a sus inicios en el rock dice: “lo que nos motivo a formar una banda de rock fue la necesidad de crear música con propuestas y protestas, denunciando la situación social de los jóvenes a principios de los 80. Desde los inicios nuestra intención fue la de llegar al sector banda proletaria, porque considerábamos que es el fenómeno social que necesita un poco más de dirección”

Su historia en los medios de comunicación no es muy diferente a la de otros grupos del género. En 1987, después de 6 años de trabajo y con un disco recién grabado, recibieron su primera oportunidad de ser programados en una estación de radio. Se trataba de Espacio 59, perteneciente al Núcleo Radio Mil. La canción "Viajero", estuvo incluida en la programación durante unos meses gracias a las reiteradas solicitudes que los radioescuchas hacían. Tiempo después, la estación desapareció y con ella la oportunidad de seguir contando con un espacio de difusión en la radio.

No obstante, Banda Bostik siguió trabajando en presentaciones y grabando discos para Denver, de los que la publicidad de boca en boca era su única difusión. De esta manera han logrado consolidar una carrera de más de 20 años, con algunos cambios en sus integrantes, pero conservando la convicción que los hizo estar en el rock, la de contribuir con su música a invitar a su público a la reflexión.

Finalmente, El Tri, es sin duda el grupo que mayor popularidad ha logrado, perteneciendo al género del rock urbano. Sin embargo mucho de este éxito no se debe en gran medida a la difusión y el apoyo que el grupo recibió por parte de los medios. Si bien en los últimos años han gozado de múltiples apariciones en televisión y los medios se muestran el general más abiertos con el grupo, sus canciones todavía no figuran dentro de la programación habitual de las estaciones de radio juveniles de la Ciudad de México.

"La primera *rola* que se tocó del Tri en la radio fue "Let me swim", o "Déjame nadar", del tiempo en el que cantábamos en inglés, de la época en la que el movimiento rocanrolero no era denominado el rock n' roll mexicano, era la onda chicana, con grupos como Tinta Blanca, Peace and Love, La Revolución de Emiliano Zapata, Los Spiders, Toncho Pilatos. Hacíamos nuestras propias *rolas*, originales, pero en inglés. 35 años después, las cosas no han cambiado mucho para nosotros; los grupos realmente rocanroleros seguimos teniendo la misma problemática para difundir nuestra música que siempre hemos tenido, por la simple y sencilla razón de que nuestra música dice cosas que son netas, y hay personas a las que no les gusta que les digan sus verdades. Por eso hay más dificultad de que la escuche toda la gente que la debe de escuchar, que la música floña, complaciente, que puede pasar en cualquier medio."<sup>50</sup>

A pesar de ello, El Tri sigue trabajando por y para ese público denominado la banda, un público que, fuera de esta música no encuentra muchas opciones reales, que vayan realmente dirigidas a ellos, a su realidad:

---

<sup>50</sup> Entrevista de Mariana Minna a Alex Lora, abril 2003 en Radio Acir.

“La principal motivación que tenemos para seguir en el rock n’ roll es la raza misma, la gente te motiva, ellos mismos te piden las *rolas*, la raza es la que te pide que sigas adelante. Al verlos a ellos como se desahogan gritando contigo y como se olvidan de sus broncas y se sienten libres, como tu te sientes cuando lo estás haciendo.”<sup>51</sup>

Estos son los testimonios de cuatro de los muchos grupos que siguen en el rock n’ roll a pesar de la magra difusión en los medios; estos grupos cuentan ya con una amplia trayectoria dentro de la escena musical, habiendo tocado por lo menos para tres generaciones distintas de público. Pero estamos ante un fenómeno - el rock - que no se detiene en el tiempo, sino que avanza junto con las sociedades, adaptándose a las nuevas generaciones y a las necesidades de una juventud diferente en cada contexto, una juventud moldeada por los tiempos, imbuida por el contexto económico, político y social en el cual se desarrolla.

Los procesos de producción y de consumo del rock son dinámicos. El rock se mueve siempre en busca de canales diferentes, de formas diversas de manifestar su mensaje, tanto en lo musical como en lo literario.

Si bien el rock urbano sigue siendo uno de los ritmos que se escucha entre los jóvenes y las tocadas son muy concurridas, no es posible afirmar que este género atiende a todas las demandas de expresión – identificación de la juventud.

El género, las letras, la temática, las vestimentas, todo ha sufrido cambios, ha evolucionado, y es que, aun cuando mucha de la problemática que se ha abordado con anterioridad en las canciones de rock urbano sigue aquejando a los jóvenes, los tiempos cambian, las modas también, y no podemos olvidar el que rock es un movimiento hecho por y para jóvenes.

Desde finales de la década de los 80 y principios de los 90 surgen otros ritmos encaminados a captar a todos aquellos jóvenes que sentían que no pertenecían a nada de lo existente hasta el momento.

Definitivamente el ritmo que más se ha incrustado en el gusto de las nuevas generaciones es el ska. El origen de éste es casi tan antiguo como el el rock n’ roll mismo, pero es hasta 1990 con el grupo La Maldita Vecindad y los hijos del Quinto Patio que cobra relevancia en los medios.

La Maldita Vecindad fue uno de los muchos grupos que se vio beneficiado con la campaña comercial Rock en tu idioma, encabezada por la disquera BMG, y como consecuencia de esto su música fue incluida dentro del rock, cuando en realidad sus integrantes la definían como ska.

---

<sup>51</sup> Ibidem.



Ciertamente se trata de un ritmo más acelerado con la incursión de metales y percusiones, diferente al rock n' roll tradicional, que hasta la fecha es el sonido característico de los grupos de rock urbano. A pesar de ello, muchas de las letras abordaban problemáticas juveniles o simplemente retrataban la realidad:

### **El apañón**

Autor:

Interpreta: *Maldita Vecindad*

En la noche en la ciudad  
Los autos miran pasar  
Las patrullas circulan buscando a quien apañar  
Vamos Juan no lo dejes ir  
A la esquina quiere huir  
Es un punk míralo bien y panchito ha de ser  
'Hey tu que haces aquí  
andando en la calle vestido así'  
'Pues discúlpeme señor pero yo no soy doctor  
y yo camino por aquí pues no tengo un Grand Marquis'  
'Escuinclito cara de buey tu te burlas de la ley  
y te vamos a enseñar que la vas a respetar'  
En un sucio callejón despiertas sin recordar  
nada de lo que pasó te duelen hasta los pies  
No traes chamarra, no traes dinero  
No traes zapatos y ya no traes pelo  
Sales de ese callejón jodiando!

Tomando como base este cambio en el ritmo, muchos grupos surgieron, sobre todo al norte de la ciudad, enarbolando la bandera del Ska, como: La Matatena, Estrambóticos, La Santísima Trinidad, Tremenda Korte, entre otros. Muchos de ellos mantenían una actitud de denuncia de la realidad que le tocaba vivir a muchos jóvenes a través de sus letras e incluso hubo quienes se adhirieron a movimientos socio – políticos específicos, tal es el caso de Panteón Rococó con el Movimiento Zapatista.

Cada vez son más los *chavitos* seguidores de estos grupos que han generado toda una parafernalia a su alrededor; se trata en su mayoría de adolescentes de entre 13 y 19 años atraídos por la moda y la rapidez de la música y del baile.

El ska es tan sólo una de las variantes hacia las que el rock se ha movido en su afán de adaptarse a los tiempos y a las nuevas generaciones.

No obstante la popularidad de que goza este ritmo en la actualidad entre los jóvenes, el rock urbano sigue vigente en muchos sectores y en la década de los

noventa surgieron muchos grupos de rock urbano como: Los Gestos de la Doña, Penacho, Plata de Ley, Ritual Viviente, Banda Murga, etc.

Estos grupos no gozan de la difusión de los medios ni de la popularidad del ska, sino que son prácticamente desconocidos para la mayoría, pero en círculos específicos de jóvenes ocupan un papel primordial.

Muchos de ellos no han logrado siquiera grabar un disco, ya que incluso en compañías como Denver, les solicitan ser reconocidos por un amplio sector.

En 1996 surge Discos Misha, con el objetivo de grabar y difundir a los nacientes grupos de rock urbano desde el corazón de Ciudad Nezahualcoyotl.

Arturo Meneses, fundador de la compañía, me concedió una entrevista en su casa de Ciudad Nezahualcoyotl, que también funge como centro de venta y distribución de los discos que graba. Él afirma: "el rock urbano va a existir, mientras existan calles que no estén pavimentadas, tal vez suena un poco cursi, pero así lo pienso yo. Y me podría dedicar a grabar otro género, como el ska, por ejemplo, que esta de moda y sé que me va a dejar dinero, pero siento que tengo un compromiso con este tipo de música, por lo que representa para muchos jóvenes y por que no perdemos la esperanza de que un día se reconozca todo el rock que se hace en México."

Los grupos que reciben la oportunidad de ver su material grabado por Misha, no reciben regalías por ello, al contrario, en muchas ocasiones han tenido que aportar dinero, con la única satisfacción de que su música se difunda a través de un disco.

La distribución también se hace de manera independiente, en tianguis como El Chopo o el de Neza, en las calles, o donde se organizan las tocadas de rock urbano, pero casi siempre es en las periferias. "Podemos llegar a tiendas como Mix Up o Tower Records, pero la gente que acude a esos lugares, no es la que compra esta música, y al final la compañía pierde, porque nos cobran por los discos que nos regresan."

Tanto para discos Misha como para estas bandas de rock urbano prácticamente desconocidas, la crisis del rock urbano está en su difusión. La falta de reconocimiento de esta música como parte de la producción cultural popular que se hace en nuestro país.

Debido a esta ausencia de difusión en los medios, las tocadas, conciertos y presentaciones de los grupos en general se convierten en el principal canal para llegar a la gente.

A lo largo de esta investigación acudí a varios conciertos de rock urbano y en ellos pude apreciar hechos interesantes sobre el tipo de audiencia que acude a estos eventos.

Para empezar se trata de un público heterogéneo en cuanto a la edad, hombres y mujeres de más de treinta años, que llevan a sus hijos pequeños a los

conciertos conviven con *chavos* de entre 15 y 20 años que acuden en pequeños grupos.

La utilización de drogas por parte de algunos es una constante en muchas tocadas, principalmente de inhalantes. A pesar de las medidas de seguridad, no faltan quienes introducen *monas* (bolas de estopa) impregnadas de thiner o alguna sustancia parecida. Sin embargo, es parte de la libertad que sienten al estar en un espacio que es suyo, al que pueden acudir tal cual son y sin tener que dejar fuera ninguna de sus costumbres cotidianas.

También realicé entrevistas entre la audiencia; los entrevistados manifestaron que son los grupos que "les laten", por lo que dicen en las canciones y por no formar parte de monopolios como Televisa o las grandes compañías de discos. Todos coincidieron en que, no obstante la utilización de drogas, son espacios familiares, en los que pueden reunirse de manera pacífica a disfrutar de un buen rock n' roll.

En ninguno de los conciertos a los que asistí se registraron hechos violentos. Es preocupante pensar que en la oferta cultural popular que hacen los medios masivos de comunicación, escasamente podamos encontrar propuestas de las que los jóvenes mexicanos sean los creadores. Hasta el momento, en lo que a música popular se refiere, se ha tratado de un modelo unilateral, en el que el medio provee de los bienes de consumo que al público le *deben de gustar*, de acuerdo a las clasificaciones previamente establecidas también por los propios medios.

En radio se manejan niveles, previa realización de encuestas y con base en el nivel de educación, para identificar el público objetivo al que va dirigida la estación.<sup>52</sup>

Tales clasificaciones, además de alcanzar objetivos económicos claramente definidos, hacen más difícil una interacción entre los diversos tipos de público al que cada estación de radio va dirigida.

En estos casilleros ¿dónde ubicar una propuesta generada por la propia población? Suponiendo que se difunda entre la parte de la población a la que pertenece el creador, el resto de la población permanecerá ignorante de lo creado, no a cientos de kilómetros de distancia, sino en la misma ciudad, en un barrio diferente, contribuyendo así a que, en medio de la creciente

---

<sup>52</sup> Nivel D y D+, socio económicamente muy bajo, a ellos van dirigidos las estaciones musicales conocidas como gruperas, tropicales y rancheras, que dentro de estos dos géneros agotan todas las posibilidades de oferta, negando de ante mano la posibilidad de diversificar el gusto del auditorio.

Nivel C, socio económicamente bajo, sin llegar a ser clase media, son el nicho de mercado al que van dirigidas las estaciones dedicadas a las baladas rancheras y románticas.

Nivel A y B, son la creciente clase media, con un nivel de educación más allá de secundaria y al que van dirigidas las estaciones de música juvenil y en inglés.

polarización que vivimos, en vez de reconocer y tolerar las distintas realidades de una ciudad como la nuestra vía los medios de *comunicación*, nos alejemos más unos de otros.

Minutos antes de terminar la entrevista, entre los olores a comida y los gritos que suben hasta la oficina de los niños que juegan en el patio, Paco Tex, baterista de Tex Tex, afirma: “la música no tiene por que ser elitista. Nosotros entregamos el corazón y llevamos la música hasta donde está la gente. Nuestra oferta musical es para todo aquel que la quiera escuchar y disfrutar.”<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Entrevista a Paco Tex op. Cit.

#### 4.3 Las estaciones de radio independientes: el caso de En Neza Radio

Ante la cerrazón que presentan las estaciones de radio comerciales para incluir en su programación propuestas diferentes a las que les reporten buenos resultados en cuanto a ventas, en los últimos años han surgido propuestas por demás interesantes de estaciones de radio independientes y cuya programación presenta una diversidad de conceptos no sólo musicales, sino también informativos y educativos.

Una de las primeras estaciones de radio independientes y que sigue realizando transmisiones en nuestros días es En Neza Radio, precisamente en el municipio de Ciudad Nezahualcoyotl, en el Estado de México. En Neza Radio encuentra su antecedente en 1988, con un proyecto de estación de radio local llamado Radio Coyote, auspiciado por el Partido de la Revolución Democrática, en el que, al mismo tiempo de ofrecer una programación variada, se difundían mensajes propagandísticos del partido. Se trataba de un proyecto muy pequeño, que apenas se podía escuchar en unas cuadras a la redonda, pero sirvió para conocer el interés de los jóvenes y la población en general, por participar en una estación de radio comunitaria.

El hecho de que la estación tuviera una tendencia política específica hizo que muchos de quienes realizaban los programas se sintieran limitados en cuanto a lo que podían decir al aire.

Este grupo de jóvenes deciden salirse de Radio Coyote y comienzan a hacer reuniones para, con base en la experiencia adquirida en un primer momento, hacer una estación de radio de y para la comunidad, sin compromisos políticos de ningún tipo.

Una vez que se tuvo la idea clara de lo que se pretendía hacer en la estación de radio, lo primero era conseguir un espacio que alojara las instalaciones del naciente medio independiente. Dicho espacio fue proporcionado por la casa de la cultura de Ciudad Nezahualcoyotl.

Habla Efraín Jiménez, integrante de En Neza Radio, en entrevista que hice en agosto de 2003: “En las casas de la cultura de los diferentes municipios del Estado de México siempre hemos tenido un problema en cuanto a los recursos destinados para éstas, porque el gobierno del Estado dice que dependen directamente del municipio y en el municipio dicen que no hay dinero, porque es un asunto del Estado. Total que los recursos salen de los eventos que la propia comunidad organiza.”

Es así como el grupo auto gestivo que inició el proyecto de En Neza Radio, con recursos aportados por ellos mismos, comienzan la compra del equipo necesario para empezar las transmisiones en la frecuencia del 96.5 de FM.

Al mismo tiempo se lanzan convocatorias en las escuelas secundarias y preparatorias de Ciudad Nezahualcoyotl para que los jóvenes interesados en tomar talleres de producción radiofónica acudan a la nascente estación. Estos talleres estaban orientados a desarrollar los proyectos presentados por los mismos jóvenes para convertirse en parte de la programación de En Neza Radio.

Actualmente En Neza Radio transmite en el 94.1 de FM y tiene un alcance de 10 Km a la redonda, llegando a municipios como Ecatepec, Chimalhuacan, Valle de Chalco e incluso a algunas zonas de las delegaciones Tlalpan y Tlahuac en el Distrito Federal. La frecuencia ha sufrido varios cambios a lo largo de la vida de la estación, ya que dependen del espacio disponible en el dial (la señal de En Neza Radio no bloquea ninguna otra estación) y además la potencia del transmisor no es mucha.

Uno de los principales objetivos de En Neza Radio es difundir la música de grupos originarios del municipio, sin importar el género. En este sentido, el rock ha ocupado siempre un lugar importante de la programación, debido a la proliferación de grupos y bandas dedicadas a éste en la región.

“A la vuelta de la Esquina” fue un programa orientado cien por cien al rock urbano, realizado por y para *chavos banda*, que utilizaban la jerga que comúnmente usan en las calles y llevando a grupos a tocar en vivo en la cabina. Este programa salió del aire ya que, al estar en una estación de radio independiente, los realizadores de cada programa deben hacerse de los recursos económicos necesarios para permanecer al aire, y no siempre es posible.

Actualmente el programa “Adictos al ruido” (viernes de 17:00 a 18:00 hrs.) es el encargado de difundir las expresiones musicales nacionales como el rock y sus derivados, dándole cabida en particular a los grupos de Ciudad Nezahualcoyotl.

En Neza Radio está sustentada por un grupo de 25 personas, ninguna de ellas recibe remuneración alguna por participar en la estación de radio, al contrario, cada uno ha tenido que hacer aportaciones, no sólo económicas, sino de tiempo y trabajo constante para mantener la estación al aire.

Aunque por las ocupaciones de quienes integran la estación, En Neza Radio no tiene transmisiones toda la semana, tiene una programación variada, dedicada a todo tipo de temas y públicos: los niños, la salud sexual, la equidad de género, adultos mayores, muchos de estos programas han participado y ganado en concursos de radio convocados por diversas instituciones, siendo está otra fuente importante de recursos.

Al hacer programas de radio independientes se corre el riesgo de ser muy parcial en la programación al basarla únicamente en los criterios de quienes

realizan los programas. Consientes de esto, los integrantes de En Neza Radio realizan encuestas entre la población del municipio para averiguar las necesidades reales de la audiencia, además de que todas las peticiones que se hacen vía telefónica, son tomadas en cuenta.

No obstante todas estas limitaciones, En Neza Radio sigue al aire, gracias al apoyo que ha recibido por parte de diversos sectores de la sociedad, pero en gran medida, gracias a los jóvenes, que han sabido entender la importancia de un espacio alternativo que funja como verdadero medio de comunicación entre la comunidad.

Ciertamente no es esta la única estación de radio independiente. En el Distrito Federal podemos contar a la Ke huelga, surgida durante la Huelga en la UNAM en 2000 y que se ha mantenido hasta nuestros días, enfrentando también serios problemas económicos para mantener la señal al aire.

Estos espacios radiofónicos independientes son la prueba de que es posible hacer una radio diferente, con objetivos más allá del vender y la publicidad y también de la falta que hacen entre la población proyectos de este tipo.

## Conclusiones

La Ciudad de México ha crecido sin control en los últimos 40 años.

Esto ha llevado a la expansión del área urbana hacia las periferias y a la creación de cinturones de miseria.

Este crecimiento desmedido de la población genera crisis, no sólo económicas o de falta de servicios públicos, sino al interior de cada familia provocando desintegración del núcleo que es la base de la sociedad y aún más, provocando crisis al interior de cada individuo.

La composición de los grupos que integran la sociedad en la Ciudad de México y la Zona Metropolitana es diversa y cada una representa un sistema cultural distinto.

Un constante intercambio de elementos, de símbolos entre culturas, nos da como resultado productos de cultura popular como el rock urbano.

El rock urbano es una creación de las clases populares, tomando como base elementos de la cultura dominante, de los que se han apropiado en una lucha por la hegemonía.

El género mismo, el que sea rock y no cumbia y no la llamada "música grupera" es un elemento importante del que se han apropiado.

Mientras que la industria discográfica y los medios han tratado de conservar el rock como un género netamente comercial, estos grupos de rock urbano irrumpen en franca oposición al rock comercial, en todos los aspectos.

En primera por su aspecto, que no crea modelos aspiracionales, al contrario, se trata de jóvenes con las mismas características físicas que las de los cientos de seguidores que el rock urbano tiene.

En segundo por sus letras, que hemos visto que pretenden algo más que entretener, hablan de realidades sociales que afectan a muchos y ante las que el simple hecho de ponerlas en canción es un avance en el cambio de percepción que tenemos de la composición de la sociedad.

Y finalmente por estar aferrados a hacer rock. En la entrevista que hice a Tex Tex, ellos mencionan que, por usar sombreros tejanos y botas vaqueras, la gente que no los conoce los confunde con cantantes de música nortea y se sorprenden al escucharlos tocar rock.

Esto nos habla, primero de los modelos creados por la publicidad, que limitan la percepción que tenemos de los cantantes de rock, es decir, nos cuesta trabajo creer que luzcan diferentes a lo que los medios nos tienen acostumbrados.



En segunda, el caso particular de Tex Tex combina elementos claramente asociados a la vida del campo, con el rock, un ritmo que nació y se desarrolla en las ciudades.

Ciertamente Tex Tex no han sido los únicos en combinar estos elementos, Café Tacaba lo hicieron con gran éxito en sus primeros discos, en los que los miembros del grupo vestían ropas de manta y jorongos, y al mismo tiempo eran capaces de interpretar un rock fuerte.

El aspecto no debería estar peleado con el tipo de música que se toca, en este caso el rock. Porque, como lo reconoció Luis Antonio Álvarez, de Haragán y Cia., la cuestión del aspecto es también una parte fundamental de la crisis del rock urbano y en general del reconocimiento de las expresiones de cultura popular.

Néstor García Canclini en su libro *Culturas populares en el capitalismo*, centra su análisis en dos fenómenos de la cultura popular: las artesanías y las fiestas. En ambos casos, se trata de prácticas que son aceptadas por el capitalismo en tanto que resultan fenómenos "curiosos" para los extranjeros (extranjeros de las comunidades en las que se originan las artesanías y las fiestas, no necesariamente de otro país), y las artesanías se adquieren como *souvenirs* y las fiestas se ven como atractivos turísticos, pero en ambos casos completamente desprendidos del contexto en el que surgen y del significado simbólico que tienen para quienes las generan.

En el caso del rock urbano, que es también una manifestación de la cultura popular, no es posible que entre en estos estándares, porque es una expresión agresiva desde su origen.

Pero además, han surgido otros movimientos, es decir, el género se ha diversificado. Ya no es posible pensar y asociar automáticamente a grupos originarios de Cd. Neza con rock urbano, porque no es sólo eso lo que tocan. Por otro lado, si bien el rock urbano produce una identidad con ciertos sectores de la sociedad, no con todos, los *chavos banda* se sienten identificados con otras expresiones musicales, más agresivas, más estridentes, por los tiempos que les ha tocado vivir.

En lo que respecta a la radio, difícilmente le va a tocar enfrentar otra crisis como la que tuvo, y que superó, con la llegada de la televisión.

La radio es insustituible, aparte del apego a la tradición oral en México, por la inmediatez del medio para establecer comunicación y difundir información, porque es barato producir radio, porque la gran mayoría de la población tiene la capacidad de adquirir un aparato de radio y finalmente, por la música.

Ya lo mencionaba Anthony Storr, la música estructura el tiempo, y en la actualidad es casi inherente al ser humano el acompañarse con música en cualquier actividad.

Y si bien los discos (o mejor dicho, los discos compactos) son utilizados por buena parte de la gente que se acompaña con música, ésta industria está también sostenida por la radio.

Si acaso la crisis de los últimos años es la piratería, que por si sola es motivo de un estudio aparte.

La piratería afecta no sólo a la industria de las grabaciones, sino también a la radio, ya que en la medida que es posible poseer la música, se escuchará menos la radio para disfrutar de esa música.

Pero ese es sólo un efecto secundario. La radio continúa en un lugar privilegiado en los medios de comunicación masiva.

La crisis del rock urbano está en su difusión. Y la crisis de la radio, el medio por el cual se podría lograr la difusión de ésta y otras expresiones de la cultura popular, está en la falta de profesionalización del medio.

En mi experiencia como productora en Grupo ACIR pude constatar que ningún locutor podía llegar a serlo sólo con ir a la estación y solicitar el puesto, hacer una audición y los exámenes requeridos. Lo que hacía falta era tener un amigo locutor o gerente que recomendara al aspirante y listo.

No es mi intención generalizar, pero esa es una práctica común en varios grupos radiofónicos.

Se ha caído en un descuido de los contenidos, porque lo más importante son los patrocinios.

Y si bien los contenidos son importantes para mantener la atención y el interés del radioescucha, también es cierto que, en las estaciones musicales, también es verdad que la mayoría de la gente utiliza la radio sólo como un entretenimiento o una distracción.

Hace años se podía escuchar en la radio un promocional que alentaba a la gente a anunciarse en este medio; el promocional decía: "la radio entretiene y es su mejor compañía", nada más cercano a la realidad.

En la radio hacen falta productores, locutores y (sobre todo) empresarios interesados en explorar nuevas formas de hacer llegar el mensaje a la sociedad, con el objetivo de enriquecer la cultura del radioescucha en todos los aspectos. Y esto no necesariamente está peleado con las ventas y la publicidad en radio y los patrocinios.

Por parte de las audiencias no se puede pedir mucho más de lo que se tiene actualmente, porque la cuestión recae en el nivel de educación de ese auditorio. No es posible elevar el nivel de educación de la población de la noche a la mañana, pero vía los medios se puede hacer una buena contribución a ello, empezando por la apertura de espacios y el reconocimiento y la tolerancia a las voces de todos los sectores que integran la sociedad.

Hablaba al principio de la diversidad cultural que presenta la Ciudad de México, esto hace, entre otras cosas, que en lo que a radio respecta, haya un público para todo tipo de estaciones. No pretendo que de la noche a la mañana las estaciones culturales cambien y saquen del aire su espacio dedicado a opera para programar rock urbano, por ejemplo, porque el público que escucha la opera ya cuenta con ese espacio. Es ya del público, no únicamente de la estación.

La cuestión está en abrir nuevos espacios incluyentes, plurales, que sirvan a más de un público. No se puede obligar a la gente a que guste de todo tipo de música, pero sí, tan sólo a través de la radio y la música que allí se toca, comenzamos a ser un poco más tolerantes, es posible que también lo seamos en otros aspectos de la vida.

Todavía es posible, a través de los medios, ofrecer alternativas, presentarlas todas, y que la gente elija libremente.

El reto para los medios es, dentro del ramo en que les toque desarrollarse (cultural, comercial, de corte informativo, etc), ser propositivos e incluyentes, porque los medios tienen en sus manos la formación de la opinión de miles de personas y no es posible que se sigan manejando sólo con base en criterios comerciales.

En el caso del rock urbano, no se toca en las estaciones de radio comercial porque, para algunas resulta muy naco. Y obedeciendo a esos criterios quedan fuera de los medios, no sólo el rock urbano, sino otras muchas manifestaciones de cultura popular que necesitan un espacio propio para difundirse a toda la población.

Es por esto que surgen estaciones de radio independientes como es el caso de En Neza Radio, que es un buen ejemplo de la radio que sirve a la comunidad y que puede retomar el Gobierno del Distrito Federal y hacer una estación de radio de y para los pobladores de esta gran urbe.

Otro aspecto importante en el proceso de difusión son los conciertos. Éstos se convierten en el principal canal dadas las restricciones que presentan los medios. Desafortunadamente las tocadas también tienen un público limitado.

Aun cuando las instituciones gubernamentales pretendan impulsar programas por integrar a los diferentes sectores de la sociedad a través de festivales de cultura, conciertos, eventos deportivos, etc, no es posible hablar de una convivencia e integración de diferentes sectores de la sociedad. Por ejemplo, el 20 de julio de 2003 se realizó un concierto de la banda Tex Tex en Zócalo, gratuito y abierto a todo público, pero sólo asisten los sectores de la sociedad que se sienten más identificados con esta música. Acaso se logra captar la atención de algunos de los transeúntes, pero no que se integren con el público que ha acudido específicamente a presenciar el espectáculo.

Paco Tex, del grupo Tex Tex mencionaba en la entrevista “los *chavos* no pueden querer ser como nosotros, porque ya son como nosotros, morenos, de rasgos toscos, indios si quieres, pero así somos los mexicanos; lo que si pueden querer es armarla, en lo que a ellos les guste, como nosotros la estamos armando.”

Y si la respuesta se encuentra únicamente vía la comercialización del rock urbano, hace falta entonces invertir en él. Sellos discográficos dispuestos a invertir en la promoción de los productos, en la realización de eventos y que provean de todo lo necesario a los grupos de rock para que puedan realizar grabaciones de calidad. Todo esto sin comprometer la esencia de esta música, para que siga siendo un elemento de identidad cultural de una parte de la población.

Compañías independientes como Misha enfrentan serios problemas en la difusión del material que graban a bandas de rock urbano. Arturo Meneses, fundador de dicha compañía, reconoce que a muchos grupos les falta formación musical y sus conocimientos en materia de composición y armonía son escasos, pero al mismo tiempo admite, que la banda, el público, también es carente de esta educación musical, por lo que el problema no va por allí.

Si se quieren músicos más preparados, se tiene que preparar también a la audiencia y no es el caso del rock urbano.

La dificultad radica en el poder adquisitivo de los sectores de la sociedad que consumen rock urbano. Si dejamos de lado por un momento toda la discriminación que se hace hacia estos jóvenes y nos centramos en el aspecto económico encontramos que no son precisamente los mejores consumidores de ciertos productos que se pueden encontrar en el mercado, y cuyos patrocinadores son los que auspician a los medios en general.

Si desvestimos un poco al rock de todo el glamour y el aparato comercial y de mercadotecnia que lo rodean y nos ocupamos más por lo que musicalmente representa para miles de personas en cuanto a identificación, podemos lograr una mejor difusión de él en los medios y una mayor integración de todos los sectores de la población. Pero esto sólo se logra a través de la tolerancia.

Por eso la investigación termina con las estaciones de radio independientes.

Las estaciones de radio independientes o comunitarias son una de las vetas por explorar en el campo de la radiodifusión en la Ciudad de México.

Tomando el ejemplo de En Neza Radio, surge para dar voz a las expresiones de la cultura popular.

En ella, la apropiación de elementos de la cultura dominante, en este caso el espacio para transmitir, es como un desafío ante la autoridad.

Es un ejemplo de creación no únicamente de expresiones culturales, sino también del canal para difundirlas a toda una comunidad.

Se trata de radio que no es comercial y que no pretende serlo. Es un espacio ciudadano, plural e incluyente, que surge de las necesidades de una comunidad determinada y que forma parte de un proyecto más amplio, al estar ubicada en la Casa de la Cultura de Cd. Nezahualcoyotl, es un espacio abierto al público que frecuenta el lugar y se nutre de las diversas actividades que allí se realizan.

Esta estación puede ser tomada como punto de partida, como inspiración, para crear un proyecto semejante, auspiciado por el Gobierno del Distrito Federal, y crear la Radio de la Ciudad de México.

Un espacio radiofónico a través del cual se dé voz a todas las culturas populares que existen y conviven en el espacio de la Ciudad y la Zona Metropolitana, como un primer paso en la incorporación y reconocimiento de todos los grupos de la sociedad.

Fuentes consultadas.

Libros

Agustín, José. La contracultura en México. México. 1996 Ed. Grijalbo 170 p.

Arana, Federico. Guaraches de ante azul, México. Ed. Maria Enea. Segunda edición corregida y aumentada 2002. 397 p.

Chevalier, Jean Diccionario de símbolos. Barcelona. 1986 Ed. Perder 1107 p.

De Garay Sánchez, Adrián. El rock también es cultura. México 1993 Ed. Universidad Iberoamericana. 94 p.

Douglas, Mari Tem; Isherwood, Baron. El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo. México 1990. Ed. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes 238 p.

Erickson H., Erick Identidad, juventud y crisis. Buenos Aires. 1968 Ed. Paidós 260p.

García Canclini, Néstor. Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización. México. 1995 Ed. Grijalbo 198 p. y Culturas populares en el capitalismo. México. 2002 Ed. Grijalbo 237 p.

Figuroa Bermúdez, Romeo. ¡Qué onda con la radio! México. 1996 Alhambra 323 p.

Freud, Sigmund. El Porvenir de una ilusión. Madrid. 1967 Ed. Alianza 228 p.

Klapp, Orrin. La identidad, problema de masas. México. 1972 Ed. Pax 486 p.

Manzanos, Arturo. Apuntes sobre historia de la música. México. 1975 Ed. SEP. 335 p.

Marroquín, Enrique. La contracultura como protesta, análisis de un fenómeno juvenil. México. 1975 Ed. Joaquín Mortiz 187 p.

Paz, Octavio. El laberinto de la soledad. México 1981 Ed. Fondo de Cultura Económica 351 p.

Rodríguez Zárate, Ignacio; Alva de la Selva, Alma Rosa; Rebeil Corella, Maria Antonieta et. al. Perfiles del cuadrante: experiencias de la radio. México. 1989 Ed. Trillas. 314 p.

Sosa Plata, Gabriel; Esquivel Villar, Alberto. Las mil y una radios. México, Nueva Cork. 1997 Mc Graw Hill. 333 p.

Storr, Anthony. Music and the mind. Londres. 1992 Ed. Harpercollins 212 p.  
Torres, Violeta. Rock – eros en concreto. México. 2002 Ed. Instituto Nacional de Antropología e Historia. 347 p.

Urteaga Castro, Maritza. Por los territorios del rock: identidades juveniles y rock mexicano. México 1998 Ed. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes 259 p.

Tesis:

Estrada, Rodríguez, Teresa. Lenguaje e identidad en el rock mexicano. México 1992 FCP y S UNAM. 181 p .

Entrevistas:

Iñaki Manero, gerente de Mix FM y ex locutor de Rock 101, Abril 2003.

Alfredo Martell, gerente de Orbita 101.7, Abril 2003.

Alex Lora. Del Tri, entrevista hecha por Mariana Miná, Abril 2003

Rafael Catana , Julio 2003.

Tex Tex, Julio 2003.

Rafael Basaldúa, ex locutor de Oxido 1180, Julio 2003.

Luis A. Álvarez, del grupo Haragàn y cia., Julio 2003.

Efrén Jiménez, de En Neza Radio, Agosto 2003.

Carlos Godínez, ex guitarrista de Banda Bostik, Septiembre 2003.

Tani, baterista de Panteón Rococó y Gorri, guitarrista del mismo grupo:  
octubre 2003

Arturo Meneses, fundador de Discos Misha, Diciembre 2003.

Israel del grupo Los Gestos de la Doña, Diciembre 2003.

#### Revistas y periódicos:

Garcíarreyes R., Sotero y Mendivil, Leopoldo. 'Avándaro, vórtice del frenesí de 150 mil fanáticos' y 'El escandaloso festival musical terminó en perfecto orden.' El Heraldo de México. 12 y 13 de septiembre de 1971.

Coutiño Tovar, Mario. 'Terremoto.' y 'Descelofaneando a Lynn.' Los universitarios. México. Número. 78, diciembre 1995.

Pérez Ruiz, Mayra Lorena. 'Los procesos de migración rural – urbana contemporáneos: las poblaciones indígenas de México.' Acta Sociológica. México. Número 4 –5 enero – agosto 1992.

Gómez, Magdalena. 'La pluriculturalidad y la gestión pública en la Ciudad de México.' La Jornada del Campo. México 28 de julio de 1999.

#### Conferencias:

Falcón, Enrique; Sánchez Mejorada, Alejandro. 'La poesía en el rock..' Encuentro internacional de poetas y narradores urbanos. 21 de Noviembre 2003 World Trade Center. Mexico.

#### Páginas de internet:

[http://sepiensa.org.mx/contenidos/s\\_rockdrigo](http://sepiensa.org.mx/contenidos/s_rockdrigo).