

FM | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

▶ **ROCK IMPOP**

**EL ROCK MEXICANO EN LA
RADIO TOP 40**

▶ **HUGO GALVÁN**

AM | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Rock impop: El rock mexicano en la radio Top 40

Hugo Galván

México, 2013



Esta obra está bajo una licencia de [Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 3.0 Unported](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/).

Agradecimientos:

A la Asociación de Radiodifusores del Valle de México
por recibirme en sus instalaciones
y proporcionarme la información pedida.

A Editorial Televisa
por permitirme el acceso al acervo de la revista *Eres*,
a pesar de que la primera vez que los contacté
aseguraron que dicho acervo no existía.

A cada uno de los entrevistados para este trabajo.

A Octavio Ortiz Gómez por las precisiones y correcciones.

A los coleccionistas:

Arq. Ángel Velásquez Quevedo, Ing. Alberto Cruz Molina
y Arturo Lara Lozano (también investigador) que,
aunque me recibieron para la realización del documental *Rock y ruedas*,
me ayudaron a entender mejor la época,
a los músicos y al público de Avándaro
por medio de riquísimas pláticas y documentos.

Índice

Introducción	9
Capítulo I: La <i>agenda-setting</i> en la radio de Top 40	15
I.1. ¿Qué es la <i>agenda-setting</i> ?	15
I.2. La <i>agenda-setting</i> en la radio musical. Un eslabón perdido	16
I.2.1. Jerarquización	19
I.2.2. Categorización	22
I.2.3. Atributos y encuadres	23
I.2.4. Realidad	27
I.2.5. Efectos a largo plazo	30
I.3. ¿Quién establece la agenda del medio?	33
Capítulo II: La radio de formato Top 40 en México	39
II.1. La simbiosis de la radio y la música	39
II.2. ¿Qué es una estación de Top 40?	44
II.2.1. El formato Top 40	45
II.2.2. La programación en las estaciones de Top 40	47
II.3. El candado de la programación: la censura	52
II.3.1. El efecto Avándaro	55
II.3.2. Coqueteos con la difusión mediática	60
II.4. “La llave mágica” de la programación: la payola	62
II.4.1. Orígenes de la payola	62
II.4.2. Opiniones sobre la payola	65
II.4.3. La payola y las cuatro grandes disqueras trasnacionales	66
II.4.4. ¿Illegal?	71
II.5. El <i>top</i> . Las canciones que están <i>pegando</i>	73
II.5.1. La popularidad radiofónica	74
II.5.2. Orígenes de las listas de popularidad musicales	76
II.6. Música en el espacio-tiempo	81
II.7. Estaciones de Top 40 en la ciudad de México desde de 1956	88
II.7.1. Década de los cincuenta	90

II.7.2. Década de los sesenta	92
II.7.3. Década de los setenta	94
II.7.4. Década de los ochenta	96
II.7.5. Década de los noventa	99
II.7.6. 2000-2006	100
Capítulo III: El rock mexicano en las listas de popularidad	101
III.1. Adopción musical	101
III.1.1. Del rock a la música moderna	102
III.2. Sobre las listas de popularidad que a continuación se presentan	105
III.3. La era dorada del rock and roll.....	107
III.3.1. La adopción del rock en México.....	109
III.3.2. La popularidad del rock mexicano de 1956 a 1971.....	112
III.3.3. La gallina de los huevos de oro	117
III.3.4. El inicio de la impopularidad del rock mexicano.....	120
III.4. El hoyo funky del rock mexicano.....	122
III.4.1. La popularidad del rock mexicano de 1972 a 1987.....	127
III.4.2. Género proscrito	132
III.4.3. “Enciendo el radio para oír el rock”	135
III.5. Rock en Tu Idioma en tu radio favorita	142
III.5.1. La popularidad del rock mexicano de 1988 a 2006.....	146
III.5.2. La industria discográfica incluye nuevos actores	152
III.5.3. <i>Cue</i> para el rock mexicano	156
III.5.4. Las mil y un caras del rock mexicano	160
IV. Conclusiones	165
IV.1. ¿Roqueros vendidos? ¿Choteados?.....	167
V. Anexos.....	172
V.1 Entrevistas.....	187
Agustín Meza de la Peña	175
Armando Vega Gil	177
Arturo Lara Lozano	180
Carlos Alvarado	184
Jaime López y Carlos Avilés	186

Fernando Mejía Barquera	189
Francisco <i>Abuelo</i> Domínguez	191
Javier Trejo Garay.....	194
José Luis Paredes Pachó	198
Luis de Llano.....	201
Ramiro Garza.....	203
Salvador Escobar Romo.....	207
VI. Bibliografía	210

Introducción

Quiero vivir entre notas musicales
y quiero que me entierren a ritmo de rock.
“Vicioso”: El Tri.

Pensar en la mancuerna radio-rock podría no ser novedoso para una investigación, menos aún si la misma está focalizada al dial radiofónico del Distrito Federal. Basta con navegar por Google un rato para confirmar que en varias ocasiones se han escogido ambos elementos para emprender una investigación.

En el recuerdo de los roqueros radiófilos se encuentran en un lugar preponderante nombres como *La Pantera 590*, *Radio Éxitos*, *Radio Capital*, *Rock 101*, *Espacio 59*, *WFM*, *Radioactivo*, *Órbita* y, recientemente, *Reactor* e *Interferencia*.¹ Todas ellas estaciones de radio especializadas en la difusión de rock. Cada una de las anteriores se ha conservado con añoranza en el recuerdo de quienes las escucharon, de quienes conocieron y se apasionaron por esta música en su juventud o en el transcurso de su edad adulta.

Sin embargo, ¿qué pasaría si se saca de ese contexto al rock y se le estudia como parte de la programación en estaciones de radio de las cuales no era protagonista? Dicho de otra forma: la programación de *Órbita* siempre iba a sonar roquera porque la estación estaba especializada en rock, pero esta expresión musical no ha sido contenido exclusiva de las estaciones de rock; emisoras calificadas como *poperas* también la han tocado. Desde *Radio Variedades* hasta *Los 40 Principales* son estaciones que no se centran en la difusión de rock, no obstante, le han abierto sus frecuencias en diferentes momentos de la historia de este género musical en México. ¿Qué tanta fue la popularidad que el rock mexicano alcanzó en ese tipo de estaciones entre 1956 y 2006? Tal es la incógnita que pretende despejar el escrito que ahora tienes frente a tus ojos.

¿Qué tanto ha sonado el rock mexicano en las estaciones de *pop*?, fue la pregunta seminal de este trabajo. Dicha cuestión tuvo que ser acotada y apegarse a ciertos conceptos teóricos. En primer lugar, resulta vago llamar estación de *pop* a una emisora radiofónica, pues podríamos partir de

¹ Estaciones actuales como *Universal Stereo* y *Mix* también transmiten clásicos de rock, sin embargo, ninguna se define a sí misma como estación de rock.

que todo contenido difundido por radio pretende ser popular, en el sentido de que aspira a ser conocido por el público. Por ello, se cambió el término pop por el de Top 40, un formato radiofónico reconocido por diversos autores y que encaja a la perfección con la línea teórico-argumental de esta investigación apoyada en la teoría de la *agenda-setting*.

Tanto la teoría de la *agenda-setting* como la radio de Top 40 trabajan con conceptos similares, lo que es más, el formato Top 40 es un caso ejemplar de cómo funciona la *agenda-setting* en la radio. Esto, por supuesto, es parte de lo que el lector encontrará en el primer capítulo de este documento. A lo largo del mismo se pretende demostrar que en dicho estilo de hacer radio es posible identificar cada uno de los puntos teorizados por Maxwell McCombs, uno de los padres de la teoría también llamada del *establecimiento de la agenda*.

Hubo otra fisura que reparar en la pregunta inicial: resulta imposible escuchar las cinco décadas de historia radiofónica que comprende este estudio (1956-2006). De igual modo no hay suficiente documentación escrita sobre la programación radiofónica de la capital. No existe fonoteca ni biblioteca dotada de tal acervo. Por lo tanto, en ese sentido, es difícil conocer lo que se tocaba. Afortunadamente, la radio de Top 40 ofrece una herramienta que contiene de manera fehaciente información sobre aquello que era programado: las listas de popularidad. En ellas es posible observar aquello que se programó en la radio de una época. Gracias a eso se decidió enfocar la presente investigación a dichos listados musicales, los cuales normalmente están basados en la programación de las emisoras de radio. Esto también será expuesto a lo largo del texto.

Las listas recogidas para este trabajo provienen, en su mayoría, de la tesis de maestría en comunicación de Fernando Mejía Barquera, *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.* (2006). Además, quien esto escribe realizó listados basados en información de la revista *Eres*. Por último, se recurrió a los *charts* anuales de *MTV Latinoamérica* mejor conocidos como “Los 100 + pedidos”. Gracias a la existencia de esas listas de popularidad fue posible conocer la música que fue difundida en radio durante el periodo limitado para esta investigación.

Vale la pena detenerse un momento para explicar de una forma somera el título de este trabajo: *Rock impop: el rock mexicano en la radio Top 40*. Quizá sea extraña la presencia del término

impop. Pues bien, esa palabra se usa gracias a que representa un juego de significados. Además fue tomada de la entrevista realizada con Jaime López para esta investigación. ¿Cuál es ese juego de significados? Lo *impop* no niega su popularidad, sin embargo, no es lo más popular. Mejor dicho, es lo menos popular de lo popular.

De nuevo sobre *El soundtrack de la vida cotidiana*, es obligado hacer hincapié en que *Rock impop* podría ser considerada hija académica del trabajo de Mejía Barquera. Mientras la tesis de Maestría en Comunicación del investigador indaga sobre las características de la programación musical en todo el dial radiofónico capitalino (AM y FM, con inclusión de todos los géneros musicales difundidos) y revisa un periodo mucho más largo que *Rock impop* (década de los cuarenta hasta 2005), esta última sólo se centra en la radio de formato Top 40 y la transmisión de rock mexicano, y abarca en un periodo un poco más corto: 1956-2006. Además, ambos trabajos se basan en teorías distintas. No obstante todo ello, para la elaboración de este documento, la lectura (y relectura) de *El soundtrack de la vida cotidiana* resultó ser una fuente invaluable de datos.

Volvamos al punto de las listas de popularidad, preocupación que, por cierto, también comparten los trabajos referidos arriba. Quizá a algún lector le resulte extraño encontrarse con que una lista de popularidad pueda ser útil para una investigación académica. No debería haber ninguna sorpresa. Como radioescuchas, solemos conocer los *tops* como un concurso para saber qué músico es el más conocido por el público o cuál es la canción que más gente canta, en fin, ideas que podrían parecer inútiles para una labor académica. Sin embargo, las listas de popularidad tienen una importancia significativa dentro de las industrias musical y radiofónica. Ningún listado se hace por ocio, todos tienen una intención. En la radio, dicha herramienta ofrece directrices al programador sobre aquello que debe ser más difundido y lo que mejor debería bajar o salir de rotación; en la industria discográfica, las listas de popularidad dan a conocer a disqueras, patrocinadores y promotores, los músicos o canciones que están siendo exitosos, aquellos que podrían representar un buen negocio. Estos son algunos aspectos de lo que el lector podrá encontrar en el segundo capítulo.

Hay dos fenómenos que *sazonan* y dan cierto punto de polémica a ese capítulo II: la payola, ejercicio en el que un programador recibe un pago por la transmisión de canciones, y la censura, en este trabajo vista como un filtro de contenidos. Ambos términos son casi tabú dentro de la

radio, son temas de los que es mejor no hablar cuando hay un micrófono prendido. Por un lado, la payola parecería ser el camino seguro al éxito de una canción (la llave mágica para entrar al *top* radiofónico); por el otro, la censura podría conducir al fracaso radiofónico de una pieza.

Censura y payola no son los únicos elementos con potencial polémico en este trabajo, hay uno más que posiblemente dejará atónito a todo aquel que se jacte de ser roquero. En ocasiones, a falta de una definición precisa de rock, los fanáticos de este estilo musical incluyen o excluyen del rock a los músicos de acuerdo a atributos que van más allá de lo estrictamente musical. Por ejemplo, la música de Los Rebeldes del Rock poco tiene que ver con la de Nobilis Factum o El Clan, o la de estos con la de Panteón Rococó o Cristal y Acero. No obstante, a todos ellos se les acepta como parte del rock mexicano. Lo mismo pasa con los que son excluidos de este grupo. Difícilmente alguien se atrevería a proclamar a Yuri o Timbiriche como roqueros. En suma, la aceptación o negación del rock, en muchas ocasiones, depende de quién ejecuta o interpreta la música y no, paradójicamente, de las composiciones.

Este texto se despega de dicha forma de definir al rock. Aquí no se generaliza de tal forma el quehacer del músico. Esto gracias a que el compositor (o intérprete), antes de ser roquero es músico y se dedica a hacer música que, en el mejor de los casos, está alejada de las ataduras que dan las etiquetas. Por ello, el músico X puede componer o ejecutar un día rock, al siguiente bolero y un mes después cumbia. Entonces, basado en ello, la concepción del rock en este libro no depende del músico (banda o solista), sino de la composición en sí misma. Con esto, ¿alguien puede asegurar que todo lo que hizo Caifanes fue rock y todo lo que interpreta Yuri no lo es? En el capítulo III se encuentra la respuesta adecuada a este problema.

A todo esto: ¿Cuál es el fin de *Rock impop*? En primer lugar, encontrar cuál ha sido la popularidad de ese estilo musical hecho por mexicanos en las emisoras de Top 40. No obstante, a lo largo del desarrollo del trabajo se revisará si dicho formato de radio es capaz de establecer una agenda musical para sus radioescuchas. No confundir con imponer, la radio no impone gustos musicales. Lo que sí hace, y es algo que también pretende demostrar este trabajo, es aprovechar las inclinaciones musicales del público para ofrecer composiciones adecuadas a esos gustos. Entonces, si la música que la radio difunde gusta, es posible que los discos que incluyen dicha música sean comprados. Es aquí cuando entra la variable rock mexicano para este documento.

No es común que cuando se escribe de rock mexicano la temática sea popularidad. Es más, hay quienes califican despectivamente a un grupo o canción de rock como *vendido* o *choteado* cuando se vuelve popular. Para este trabajo esa idea no vale. Aquí se parte de la idea de que el rock mexicano es popular y no hay nada de reprochable en ello, es por esa razón que busca escrutar el nivel de popularidad que esta música ha tenido a lo largo de su historia de acuerdo a la información arrojada por los *tops*. Una de las razones por las cuales en esta investigación no se estudia la programación del rock mexicano en las estaciones de radio de rock es porque se tiene el interés de observar el comportamiento de esta música en un universo llamado industria musical y no sólo dentro del mundo del que es dueño (las estaciones de rock mencionadas al inicio de esta introducción, es decir, el nicho de mercado *natural* de esta música). El rock mexicano, a pesar de todo, es parte de una industria y, como tal, ha tenido momentos de alta producción y otros en los que esta ha bajado. Las razones de esos cambios pueden ser demasiadas, algunas de ellas están en el cuerpo de este texto.

Una vez dados a conocer los objetivos de este documento vale la pena mencionar la hipótesis que servirá de guía: las listas de popularidad son una muestra de la realidad musical de un momento y espacio dado, por lo que el rock mexicano ha gozado de tres periodos de popularidad entre 1956 y 2006 a partir de su presencia o ausencia en los *tops*.

Se dividieron los 50 años estudiados en tres periodos.²

- 1) 16 años: 1956-1971.
- 2) 16 años: 1972-1987.
- 3) 19 años: 1988-2006.

Las bases para dividir los 50 años en tres periodos son dos:

- a) Festival de Rock y Ruedas de Avándaro de 1971.
- b) Inicio de la campaña Rock en Tu Idioma con grupos mexicanos en 1988.

² En realidad son 51 años ya que cada año, desde 1956 hasta 2006, fue estudiado.

Ambos fenómenos tuvieron importancia (como parteaguas o hito, o como se les quieran llamar) en la relación que el rock mexicano tuvo con las estaciones de Top 40 en distintos momentos. Es cierto, ni el Festival Avándaro ni Rock en Tu Idioma fueron campañas creadas desde la radio, no obstante, su realización repercutió en el nivel de programación que el rock tuvo en emisoras radiofónicas. Por su parte, la investigación se cierra en 2006 por ser el año en que el rock cumplió 50 años en México; es una simple labor de redondeo.

El rock mexicano se comprende de infinidad de estilos o ritmos. Quizá sería más apropiado abordar este término en plural (los *rocks* mexicanos). Pretender que sólo existe un rock sería un grave error. Por tanto, este trabajo corre el riesgo de generalizar algo que es imposible reducir a sólo una de sus partes. A final de cuentas, la presente investigación no planea encontrar sólo el nivel de programación que el rock mexicano ha tenido en emisoras de Top 40, sino que, como objetivos secundarios o adjuntos, también se interesa en saber cuáles son esos tipos de rock (e intérpretes) que han gozado de la popularidad radiofónica. Si bien hay quienes definen a esos géneros y grupos (o solistas) que han sido populares como *vendidos*, este trabajo los compra.

Ahora bien, *Rock impop* se centra sólo en el rock mexicano que ha sonado en la radio del Distrito Federal, pero de ninguna manera cree que ese sea el único rock existente. La radio es incapaz de incluir toda expresión emparentada con el rock. Además, aquí se entiende que hay música que jamás ha encontrado la difusión radiofónica ya sea por diversos obstáculos externos u otras razones. Sumado a ello, *Rock impop* no puede abarcar todo, al igual que la radio. Ya será motivo de otro trabajo indagar la importancia o aceptación popular de artistas que hasta son desconocidos para algunos roqueros (por ejemplo, Jaime Moreno Villarreal, Las Ventanas, Arturo Meza, Iconoclasta o Los Tepetatles, entre otros).

Finalmente, no queda más que invitar al lector a que continúe la revisión de todas y cada una de las páginas. *Rock impop* no está compuesto de afirmaciones absolutas, al contrario, pretende ser el punto de arranque de distintas reflexiones en torno al rock mexicano y la radio. Es momento de comenzar un *slam* teórico sobre el rock mexicano y su relación con la radio de Top 40, así que *aviéntense todos*.

Capítulo I: La *agenda-setting* en la radio de Top 40

Todos los medios de comunicación
van cantando y cantando la misma canción.
“Decadencia”: El Gran Silencio.

I.1. ¿Qué es la *agenda-setting*?

El presente capítulo tiene como objetivo explicar en qué consiste la teoría de la *agenda-setting*. Para ello describe cada uno de los elementos que la conforman, así como la aplicación de estos en el ejercicio de programación de la radio de formato Top 40.

Hay que subrayar que dicha teoría no acepta los supuestos súper poderes de los medios de comunicación, al contrario, gracias a que surgió en una época (década de los sesenta del siglo XX) en que los investigadores buscaban romper con esa idea, llegó a la siguiente conclusión: “los medios masivos podrán no ser eficaces la mayor parte del tiempo en decirle a la gente qué debe pensar, pero son sorprendentemente exitosos en decirle a sus audiencias acerca de qué pensar”.³

Los padres de esta teoría son Maxwell McCombs y Donald Shaw, quienes emprendieron en 1968 una investigación en Chapel Hill, Carolina del Norte, con el fin de encontrar qué tanta influencia tenían los mensajes de la televisión y la prensa en la percepción del público sobre los temas importantes o de trascendencia en el marco de las elecciones presidenciales. Los métodos utilizados para el estudio fueron el análisis sistemático de contenido dirigido a mensajes televisivos e impresos referentes a la justa electoral, así como una encuesta realizada a votantes indecisos por medio de la cual se buscaba conocer el tema de mayor preocupación para la gente. Posteriormente, se contrastaron los resultados de ambos métodos y se observó que existía correspondencia entre los temas de mayor importancia, es decir, los temas que para la televisión y la prensa eran relevantes, también lo eran para el público.

Los resultados del estudio no fueron publicados hasta 1971 en la revista llamada *Public Opinion Quarterly* con el artículo titulado como “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. En este

Esta cita ha sido aceptada por Maxwell McCombs, uno de los padres de esta teoría, como la que encierra perfectamente el sentido de la *agenda-setting*. Bernard Cohen citado en Abraham Nosnik, *El desarrollo de la comunicación social: un enfoque metodológico*, Trillas, México, 1991, 80.

texto, McCombs y Shaw concluyeron que los medios de comunicación tan sólo ofertan una lista de temas que son calificados como trascendentes o importantes y que el público expuesto a ese contenido tiende a aceptarlos como tales, aunque siempre depende de competencias personales del público como ideología política,⁴ conocimiento o cercanía con el tema, gustos e intereses, entre otros. A esta aceptación de temas por parte del público se le llama transportación de la agenda mediática y es uno de los puntos fundamentales de la teoría de la *agenda-setting*.

Esa conclusión no fue novedosa, los propios autores aceptaron que se relacionaba con lo que Walter Lippman⁵ y Bernard Cohen⁶ ya habían expuesto años antes en esa misma década: el público no está compuesto por autómatas al servicio de los medios; estos tan sólo presentan un contenido que está sujeto al debate, aceptación, refutación o duda del público. Sin embargo, McCombs y Shaw sí fueron los primeros en ponerle nombre a este proceso que hasta ese entonces no lo tenía, lo llamaron *agenda-setting*.

I.2. La *agenda-setting* en la radio musical. Un eslabón perdido

Las primeras investigaciones que usaron la *agenda-setting* como guía resultan muy rígidas pues consideraban que los únicos temas susceptibles de una transportación de agenda eran los político-económicos o político-sociales, es decir, daban por hecho que los únicos temas que interesaban al público eran los referentes al gobierno, finanzas públicas, leyes y demás asuntos de administración pública. Por ejemplo, Mauro Wolf destaca lo siguiente: “no todos los temas y problemas son susceptibles de tematización, sino tan sólo los que explicitan una importancia político-social”.⁷

No se puede perder de vista que la comunicación humana se desarrolla en cuatro subprocesos⁸ que se interrelacionan con todo tipo de actividades y no son puros; esos cuatro subprocesos son el

⁴ Por eso la encuesta se dirigió a votantes indecisos, pues los investigadores aseguraban que las personas que ya sabían por quién votar o que tenían cierta filiación partidista aceptaban o refutaban los mensajes mediatizados a partir de su posición política.

⁵ Walter Lippman, *Public Opinion*, Random, Estados Unidos, 1963.

⁶ Citado unas líneas antes. Bernard Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton University, Estados Unidos, 1965.

⁷ Mauro Wolf, *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*, Paidós, México, 1994, 186.

⁸ Alejandro Gallardo Cano, *Curso de teorías de la comunicación*, Serie Comunicación, 2ª edición, México, 1998, 36.

político, el cultural, el económico y el social. Gracias a ello no se puede descalificar a ninguno de ellos, si bien un noticiario puede incluir sólo notas sobre *política*, no sólo va a reflejar el lado político de la vida, invariablemente en toda la información habrá elementos o influencia de los subprocesos social, económico y cultural.

La rigidez a la que hace referencia Wolf (y que ha sido retomada por otros autores) impide todavía el estudio guiado por la *agenda-setting* de otros contenidos mediáticos ajenos a los noticiarios políticos. Se sigue creyendo que lo único importante para los ciudadanos es conocer lo que hacen sus gobernantes, el estado financiero de una nación, novedades empresariales, etcétera; claro que eso es relevante, pero no es lo único.

El entretenimiento (actividad en la que puede ser incluida la radio musical) ha sido ignorado olímpicamente por investigaciones relacionadas con la *agenda-setting* gracias, entre otras cosas, a posiciones similares a la de Wolf que no admiten que un *ranking* musical, como una lista de popularidad de canciones, pueda tener implicaciones políticas, culturales, sociales y económicas.

Además, el propio entretenimiento es por sí mismo importante para el ser humano. La teoría de usos y gratificaciones (contemporánea a la *agenda-setting*) lo establece como una parte fundamental de la relación público-medios de comunicación. Por un lado está la satisfacción que un individuo obtiene al relacionarse con contenidos de entretenimiento que lo relajan, le permiten una descarga emocional y/o sexual o le ofrecen una distracción de sus problemas; por otro lado están los objetivos de los medios, entre los que se puede destacar entretener o distraer para relajar la tensión social y hacer pasar un rato de diversión al público.⁹

Sería lamentable que el cien por ciento del contenido mediático estuviera relacionado con guerras, devaluaciones, elecciones, demandas y temas similares, debido a que ni el público, ni los medios se interesan sólo en eso. Afortunadamente no todos los investigadores piensan como Wolf, ya que hay ejemplos como el de McCombs, uno de los padres de la *agenda-setting*, que considera lo siguiente: “el fenómeno del establecimiento de agenda, que es un subproducto continuo y no buscado del proceso de comunicación de masas, se da tanto en escenarios electorales como en no electorales, a nivel nacional y local, en una vasta serie de escenarios

⁹ Denis McQuail, *Introducción a las teorías de la comunicación*, Paidós, España, 1983, 106.

geográficos de todo el mundo, e incluso en un amplio conjunto de agendas que van más allá de la comunicación política.”¹⁰

Y así como existe una hegemonía de los temas considerados importantes sobre los considerados ligeros, en el estudio relacionado con la *agenda-setting* también existe una inclinación mayor a estudiar los contenidos televisivos y los de la prensa sobre los de otros medios, por ejemplo, la radio. Desde la investigación de Chapel Hill se marcó eso y es difícil encontrar investigaciones de la *agenda-setting* focalizadas en la transmisión radiofónica, así sea noticiosa. Se puede deber a infinidad de razones o intereses de los investigadores, pero para este escrito es fundamental demostrar que en la radio, y en especial en el formato Top 40, existe una exposición de la agenda mediática (en este caso musical), y en el ejercicio de programación de una emisora también se manifiestan los mismos elementos de *agenda-setting* que influyen en la redacción de un periódico o en un canal de televisión.

La radio ha sido relacionada históricamente con la música. Esta relación comienza con el hecho de que ambas se dirigen al sentido del oído y crece con el asentamiento de la música como uno de los contenidos principales de la radio desde sus orígenes. Gracias a eso y a una industria musical que toma a este medio como principal difusor de sus productos, se puede afirmar que la radio lleva la batuta sobre los otros medios de comunicación en el aspecto musical, o dicho con palabras prestadas: “*la realidad musical es construida desde la radio.*”¹¹

A continuación se pretende demostrar que la programación radiofónica de Top 40 no sólo representa la realidad musical del momento, sino que en este proceso existen elementos de la *agenda-setting* que se creía sólo eran pertenecientes a temas político-sociales o de la televisión y prensa.

¹⁰ Maxwell McCombs, *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, Paidós, España, 2006, 39.

¹¹ Claudia Belén Venecia Romanillo Evaristo, *¡Venga la siguiente rola! La programación musical en la radio comercial de la banda FM de la ciudad de México: el top 40.*, Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación FCPyS-UNAM, México, 2008, 15.

I.2.1. Jerarquización

La jerarquización es un punto central de la *agenda-setting* ya que los temas, además de estar en la bitácora a tratar, se organizan según la importancia o intereses que le dan el público o el medio de comunicación. Un periódico es un ejemplo magnífico para describir visualmente cómo funciona la *agenda-setting*. En primer lugar, las noticias que fueron seleccionadas para ser impresas son las interesantes según la visión de los editores o directivos del periódico. Por ello, todas las páginas son en sí mismas la agenda. En segundo lugar, la extensión de las notas periodísticas no es equitativa, hay algunas que tienen más columnas (o líneas) que otras. Esto se debe a que hay temas más interesantes que otros.

Mauro Wolf habla de tematización en lugar de jerarquización; sin embargo, para fines de este escrito se usará el segundo término ya que resulta mucho más claro en cuanto a lo que se refiere, es decir, dar un orden de importancia a los temas. Una vez aclarado lo anterior cabe incluir una reflexión del propio Wolf dedicada a este tema:

“La tematización es un procedimiento informativo perteneciente a la hipótesis de la *agenda-setting*, del que representa una modalidad particular: tematizar un problema significa, efectivamente, colocarlo en el orden del día de la atención del público, concederle la importancia adecuada, subrayar su centralidad y su significatividad respecto al curso normal de la información no tematizada.”¹²

Ningún medio de comunicación está exento de esto, todos tienen una agenda y un orden en el que presentarán los temas de la misma. Hay algunos que exponen su agenda de manera más clara que otros. Los periódicos lo hacen, se ve en el orden que dan a sus noticias, pero hay casos como el de la radio de formato Top 40 que también se basan en el principio de jerarquización.

El propio nombre de Top 40 incita al *ranking* o competencia que se aprecia en las listas de popularidad, un elemento fundamental para la programación de las estaciones de radio y de los temas musicales que la integran. Las listas de popularidad son conteos, ¿qué cuentan?, las piezas musicales más gustadas, más pedidas, más vendidas y, por lo tanto, como su nombre lo dice, más

¹² Wolf, *Op. cit.*, 185.

populares; las canciones que están en la cabeza de los radioescuchas. Dichas listas pueden ser presentadas públicamente o no, eso es decisión de la emisora, no obstante, siempre se realizan.

Cuando la estación decide difundir su conteo lo hace por medio de un programa semanal, quincenal, mensual o anual titulado de alguna manera metafórica (El Elevador, El Termómetro, etcétera) que dé cuenta de los distintos niveles de popularidad. El número de canciones presentadas también varía pues puede ser desde cinco hasta más de cien, pero normalmente la lista se conforma con de múltiplos de cinco. Ahora bien, el conteo es descendente, de manera que el primer corte transmitido es el último lugar de la lista y el que finaliza el programa es el número uno de esta, es decir, el número uno siempre corresponde a la pieza más popular y es el que cierra el programa.

Las listas de popularidad no sólo sirven para llenar una hora al aire, tienen un motivo que será expuesto a profundidad en el segundo capítulo de este escrito, pero, a manera de adelanto, la posición que tiene una pieza musical dentro de la lista de popularidad de la estación determina el número de veces que será transmitida en la programación total de la emisora.

Así, una canción que ha demostrado ser exitosa en las listas de popularidad o que es pedida por la audiencia aumenta su nivel de programación. Con esto, los 10 primeros lugares suelen programarse más de una vez en menos de 4 horas. En tanto, canciones que descienden escaños en las listas se vuelven parte de la baja rotación o se les da la etiqueta de *música de catálogo*, la cual sirve como complemento de la programación. Es precisamente ese grupo el que contiene más melodías pues se trata de un archivo histórico. Gracias a esta característica, los temas que contiene se programan en periodos de tiempo más largos que pueden ser incluso de días.

La lista de popularidad en radio de Top 40 es un equivalente a las notas informativas en un periódico. Si una canción está mejor colocada quiere decir que el medio está priorizando ese sencillo¹³ sobre otros, de manera que la agenda de dichas estaciones de radio está representada en las listas de popularidad.

¹³ Sencillo es la pieza musical desprendida de un disco que sirve para comercializarlo y difundirlo ya sea a través de la radio o de medios audiovisuales por medio de un videoclip. El sencillo puede ser escogido por el director artístico de una disquera, el promotor, el *manager* del grupo, el grupo o solista o del conjunto de estos.

Los programas radiofónicos no son la única forma de conocer las canciones más populares, ya que las revistas especializadas en música también suelen presentar un *top* que se puede basar en las clasificaciones de las radiodifusoras. “Es posible afirmar que las listas de popularidad publicadas por las revistas especializadas en música guardan normalmente una relación directa con el número de ejecuciones reportadas por las empresas especializadas en monitoreo; es decir, que normalmente las canciones más tocadas en la radio encuentran un lugar dentro de las revistas de popularidad.”¹⁴

En Estados Unidos existe el modelo clásico de *Billboard*, revista creada en 1913,¹⁵ que se ha dedicado a lo largo del tiempo a publicar las listas de popularidad de ese país y las británicas. Aunque esa revista tiene una lista especializada en música *latina*, sólo muestra la visión estadounidense de la música que se hace al sur del Río Bravo. Además, *Billboard* nunca se ha publicado en México con una visión mexicana de la música. No obstante, aquí han existido diversas publicaciones musicales que han expuesto las listas de popularidad con una visión nacional, algunas de esas revistas han sido *Cancionero de América* (1965-1967), *Selecciones Musicales*, *Radio Cancionero*, *Revista Cancionero Mexicano* (1953-1963), *Figuras de la Canción* (1970-1972), *Radiolandia* (1942-1965), *Notitas Musicales* (1961-1991), *Notas para ti*, *Eres* (1988-actualidad), *Rolling Stone México* (2002-mayo 2009, noviembre 2009-hasta la actualidad), entre algunas otras.

Conocer las listas de popularidad desde 1956 hasta 2006 es necesario para esta investigación. Sin embargo, no se recurrió ni a programas radiofónicos,¹⁶ ni a las revistas mencionadas, sino a una tercera fuente: la tesis de maestría en ciencias de la comunicación de Fernando Mejía Barquera, la cual reunió en un mismo texto las listas de popularidad de la radio comercial capitalina desde la

¹⁴ Fernando Mejía Barquera, *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.*, Tesis de maestría en ciencias de la comunicación, FCPyS-UNAM, México, 2006, 189.

¹⁵ Para conocer un poco más sobre la historia de *Billboard* véase Shirley Biagi, *Impacto de los medios*, Thompson, 7ª edición, México, 2006, 142.

¹⁶ Para el carácter histórico del trabajo, es prácticamente imposible escuchar los programas que presentaban las listas de popularidad de años anteriores, esto gracias a que los grupos radiofónicos no permiten el acceso público a sus fonotecas. El caso de la Fonoteca Nacional es insuficiente, pues sólo tiene grabaciones (y no todas) del IMER, Radio UNAM, Radio Educación y Radiópolis (Televisa Radio).

década de 1940 hasta 2005. El autor de dicha investigación presenta como un objetivo secundario de esta, la recopilación de las listas de popularidad de la radio del Distrito Federal.¹⁷

I.2.2. Categorización

De la misma manera en que el medio presenta en primer lugar su agenda y posteriormente la jerarquización de los temas, también presenta categorizaciones sobre cada tema, esto es, el medio de comunicación clasifica su contenido dentro de un género de información. Siguiendo con el ejemplo del periódico, se pueden apreciar distintas secciones dentro de él, tales como Política, Ciudad o Metrópoli (referentes a la entidad donde se localiza el medio), Economía, Deportes, Cultura y Espectáculos, entre otras. También se pueden mencionar los distintos géneros periodísticos que se encuentran en los impresos como una forma de categorizar la información. De esta manera “los media proporcionan algo más que un cierto número de noticias. Proporcionan también categorías en las que los destinatarios pueden fácilmente colocarlas de forma significativa.”¹⁸

Esto da pie a los tres niveles de conocimiento expuestos por Mauro Wolf:

“a) el primero es el más superficial e incluye simplemente el ‘título’ del área temática (por ejemplo: economía, contaminación, burocracia, política, etcétera.); b) el segundo nivel analiza conocimientos más articulados, por ejemplo los distintos aspectos de un problema, sus causas, las soluciones propuestas (desempleo, inflación, elevado precio de las materias primas, reducción de las tasas de interés, etc.); c) el tercer nivel delimitado por los autores corresponde a informaciones todavía más específicas como las argumentaciones favorables o contrarias a las soluciones propuestas, los grupos que apoyan las distintas estrategias económicas, etcétera.”¹⁹

Así es que la agenda del medio no sólo es presentada y jerarquizada, sino que es clasificada y, en ocasiones, puede ser explicada. En el ejemplo de los periódicos encontramos distintos géneros periodísticos, en donde la nota informativa se encuentra en el primer nivel. El segundo corresponde a los artículos de opinión, las columnas, caricaturas y a la propia editorial del

¹⁷ Mejía Barquera, *op. cit.*, 11

¹⁸ Wolf, *op. cit.*, 165

¹⁹ Wolf, *op. cit.*, 177

periódico, y, finalmente, el tercer nivel se puede encontrar en los reportajes o en investigaciones científicas especializadas sobre un tema.

En lo que respecta a la radio de Top 40, se pueden encontrar categorías musicales que varían según las razones de la clasificación, por un lado, si la parte más significativa es la estrictamente musical, cada sencillo es etiquetado según su género en: pop, rock, electrónica, balada, etcétera; mientras que si se toma su importancia en la programación se le clasifica como: novedad, éxito, éxito medio o música de catálogo.²⁰

Sin embargo, es difícil encontrar en ese tipo de estaciones los tres niveles de conocimiento expuestos por Wolf. El nivel primer nivel está en la exposición y clasificación que se hace de los sencillos, pero los niveles segundo y tercero no se encuentran de ninguna manera, debido en gran medida a que las estaciones de Top 40 no se dedican a analizar ni a reflexionar sobre la música, la industria a la que pertenece y los agentes que intervienen en ese proceso, sino que, por lo general, sólo se limitan a transmitir canciones.

Se puede decir que el locutor se encuentra en el papel de presentar temas musicales y nada más, a esto se le conoce como “el llamado sistema California, esquema consistente en la sucesión de números musicales grabados seguidos por la emisión de anuncios comerciales y la presentación por parte de un locutor de otros números musicales, se convierte en la forma predominante de operar una estación de radio.”²¹

I.2.3. Atributos y encuadres

La *agenda-setting* se establece en dos niveles: el primero comprende a la presentación de la agenda (con los temas incluidos, la jerarquización y la categorización), y el segundo nivel se refiere a dos funciones presentes en cada tema interesante para el medio de comunicación: atributos y encuadres.

²⁰ Francisco de Anda y Ramos, *La radio: el despertar del gigante*, Trillas, 2ª edición, México, 2003, 429.

²¹ Fernando Mejía Barquera, “Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)”, *Revista de Comunicación y Cultura*, México, Año 1, Edición 1, marzo-mayo 2007, 11.

El atributo es un “término genérico que engloba toda la gama de propiedades y rasgos que caracterizan a un objeto”,²² las propiedades y rasgos son distintos y muy variables, pero pueden ir desde la nacionalidad, edad, religión, etcétera, del protagonista del hecho, o bien, contexto, consecuencias o causas del suceso. Otro tipo de rasgo que presenta cada hecho son los juicios de valor con los que van a ser conocidos, desde el *bueno* o *malo*, hasta *de gran importancia*; esos calificativos van a acompañar a cada tema y ayudan a que el público de cada medio se apropie de los temas o los deseché a causa de sus atributos.

La segunda función es el *encuadre*, también conocido por Kurt Lang y Gladys Engel Lang²³ como fase de enmarcado o *framing*. Tal como su nombre lo dice, este concepto se refiere a la delimitación de cada tema de la agenda, esto es, “seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un contexto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito.”²⁴

Obviamente, los medios no sólo presentan los temas como si fueran parte de un menú de restaurante, sino que hay conductores, locutores, periodistas e investigadores que se dedican a hablar sobre los hechos que están en la agenda y son los encargados de darles atributos y encuadres a la información que el medio difunde; son como los meseros o sumilleres que recomiendan los platillos o vinos de una carta.

En el caso específico de la radio de Top 40 es posible encontrar la presencia de atributos y encuadres en cada tema musical. En primer lugar, los encargados de dar a conocer dichas funciones son los conductores de los programas, quienes ofrecen información adicional sobre el grupo o solista, la canción o el disco al presentar cada sencillo, como, por ejemplo, brindar datos sobre el productor de la grabación, lugar de origen del artista, próximas presentaciones en vivo, videoclips o lugar que ocupa el sencillo en la lista de popularidad de la estación.

El lugar que ocupa cada sencillo dentro de la lista de popularidad es uno de los atributos más destacados que puede tener cada canción, esto gracias a que mientras esté mejor colocada se

²² McCombs, *op. cit.*, 139.

²³ Wolf, *op. cit.*, 199.

²⁴ McCombs *op. cit.*, 170.

vuelve un referente de la actualidad musical. Este punto es primordial ya que en las agendas mediáticas se tiende a privilegiar la información cronológicamente más reciente, en este caso, sencillos que se desprendan de discos nuevos y que además representen la corriente actual de gusto musical dictada por las estaciones de Top 40. Es por esa razón que en las listas de popularidad siempre se encuentran canciones nuevas, a pesar de que puedan existir canciones de catálogo que siguen siendo igual o más exitosas que las recientes. Sin embargo, como regla general, una vez que un sencillo sale de la lista de popularidad jamás volverá a entrar a ella, a menos que se haga una reinterpretación en la que la pieza sea actualizada o esté a cargo de un intérprete diferente.

La función de encuadre se encuentra cuando se privilegian ciertos fragmentos de cada sencillo. Sin intención de hacer un análisis estructural de los temas que entran en la programación radiofónica porque no es el caso de esta investigación, es necesario mencionar que una canción susceptible de entrar a rotación debe estar estructurada, de preferencia, de la siguiente forma:

- Introducción instrumental.
- Versos.
- Estribillo.
- Puentes instrumentales.
- Conclusión instrumental.

Otro dato imprescindible es que, por lo general, los sencillos no rebasan los cinco minutos de duración²⁵ y tienden a ser más largos de dos. Además, aunque parezca una obviedad, un sencillo en radio de Top 40 debe tener letra (para que se pueda cantar).²⁶ Otra característica importante de una canción susceptible de entrar a radio de Top 40 la expone Paul McCartney, bajista de The Beatles: “[Una canción] tiene que estar estéticamente estructurada, como una pieza de mueble, bien hecho, después tiene que tener significado, tiene que tener buena melodía, una melodía

²⁵ Cuando las canciones son más largas de cinco minutos se realiza una edición para radio con el fin de que la duración sea menor a cinco minutos y pueda ser programada en radiofusoras.

²⁶ Hay excepciones de esto. Un ejemplo es “Tijuana” de Los Persuaders. Primer lugar de popularidad de 1964. Véase *La popularidad del rock mexicano de 1956 a 1971* del Capítulo III de este trabajo.

memorable, que se pueda silbar mientras se está en la ducha, eso es importante.”²⁷ Mejía Barquera suma lo siguiente: “las canciones deben tener, como los *spots*, características de fácil memorización, ser pegajosas, letras que tengan que ver con la vida cotidiana de las personas, algún estribillo que sea fácil de memorizar y repetir, y tener una duración corta.”²⁸

Ahora bien, hay instantes en que la radio no transmite de manera íntegra los sencillos (ya sea porque se usan como cortinilla o puente musical, porque sirven como fondo de una intervención de locutor o porque se usan como rompecortes²⁹), en su lugar, se tocan algunos fragmentos de ellos que no son escogidos al azar, pues se tiende a escoger el estribillo como la muestra más relevante de una canción, o en otras ocasiones, una parte instrumental (por ejemplo, la introducción de mandolina de “Losing my religion” de R.E.M.) o aspectos significativos de la canción, esto puede ser desde un *riff* de guitarra (por ejemplo, el inicio de “Muriendo lento” de Timbiriche), unos silbidos (por ejemplo, “Yofo” de Molotov), aplausos o golpes (por ejemplo, “We will rock you” de Queen), un verso de la letra (por ejemplo, el *¿me estás oyendo inútil?*, de “Cheque en blanco” de Paquita la del Barrio), etcétera.

Esta labor de encuadre tiene como objetivo que aunque no se conozca la totalidad del sencillo, sea identificado por alguno de sus aspectos más significativos. Esto debido a que “los encuadres reclaman nuestra atención hacia los puntos de vista dominantes en esas imágenes, que no sólo sugieren qué es relevante y qué es irrelevante, sino que, de manera activa, ‘promueven una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito.’”³⁰

La formación de una agenda mediática es en sí misma un gran proceso de atributos y encuadres, en la que se focalizan ciertos hechos, se les trata de una manera conveniente para quien expone la agenda y se busca que el público forme su propia agenda a partir de la que recibe.

²⁷ EFE reproducido en *El Universal*, “Paul McCartney vuelve a sus raíces con disco”, 19 de enero de 2012, Espectáculos, <http://www.eluniversal.com.mx/notas/823747.html> Subrayado del autor.

²⁸ Fernando Mejía Barquera, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 4, véase completa en Anexo.

²⁹ En el lenguaje radiofónico, rompecortes es una inserción musical que sirve para detener el programa y anunciar el inicio de comerciales, o bien, prevenir el fin de los comerciales y el reinicio del programa.

³⁰ Entman, *Framing*, citado por McCombs, *op. cit.*, 174.

I.2.4. Realidad

Walter Lippman expone la incapacidad que los individuos tienen de poseer la información completa de un hecho, lo que da por resultado una visión incompleta del mundo, a eso le llama pseudo-entorno.³¹ De la misma forma, los medios de comunicación son incapaces de contener la información total de cada hecho por diversos motivos (tiempo, línea editorial, falta de información, posición geográfica, objetivos, etcétera). Sin embargo, hay ocasiones en las que el individuo no puede acceder a la información de primera mano y depende de la que los medios de comunicación proporcionen.

Las novedades sobre la industria discográfica (desde lanzamiento de discos hasta conciertos) son parte de un mundo que ejemplifica la dependencia del individuo al contenido mediático. A menos que una persona trabaje en una disquera o medio de comunicación, o bien, que sea parte de una banda musical o familiar-amigo-conocido de alguien que está dentro de esa industria, la información musical no se obtiene de primera mano. El público, por lo general, depende de los medios, sobre todo de la radio, para enterarse de las novedades musicales.

Por supuesto que gracias a la presencia reciente y cada vez más fuerte de redes sociales virtuales, como *Facebook* y *Twitter*, este proceso de difusión se hace mucho más horizontal, directo y omite la necesidad de mediadores convencionales; mientras en radio y televisión quien informa de las noticias es un periodista o conductor, en redes sociales, el grupo musical tiene la posibilidad de informar directamente a su público su acontecer. Esto no significa el fin de radiodifusoras y televisoras, sino que el público tiene una opción más para estar informado. Tiene la posibilidad de seguir el perfil de *Twitter* de una estación de radio o periodista y además el de su músico favorito.

Al situarse específicamente en el punto de vista de la realidad difundida por un medio de comunicación, o por medio de un periodista o conductor, Jorge Lumbreras expone:

“La capacidad de los medios para generar una mirada sobre el mundo se convierte paulatinamente en la capacidad de establecer cuáles son los temas relevantes sobre el mundo; si los medios focalizan un acontecimiento y lo publicitan constantemente, de manera inevitable provocan por lo menos dos situaciones: 1), incidirán en la discusión

³¹ McCombs, *op. cit.*, 97.

pública orientándola hacia ese tema o conjunto de temas, y 2), otros acontecimientos serán desplazados, los cuales pueden ser tanto o más importantes para la vida pública de un país o bien para el público mundial.”³²

¿De qué aspectos echan mano los medios de comunicación para posicionar su visión de la realidad entre quienes acuden a sus contenidos? Mauro Wolf manifiesta las siguientes:

Acumulación: “se refiere a la capacidad que los media tienen de crear y sostener la importancia de un tema como resultado global (obtenido después de cierto tiempo) de la forma en que funciona la cobertura informativa en el *sistema* de comunicación de masas. Es decir, no efectos puntuales, sino consecuencias vinculadas a la repetitividad de la producción de comunicación de masas.”³³

En el caso de la radio Top 40 sería inútil caer en el debate de *mientras más veces sea repetido algo se convierte en un hecho real* porque hay una idea general que dice que las radiodifusoras repiten obsesivamente algunas canciones con el fin de que gusten a la gente, eso no pasa. Indudablemente, el número de veces que suena una composición musical en la radio no determina el gusto que la gente tendrá de ella. Lo que la redundancia musical sí provoca es darle importancia a ciertas composiciones para que estén presentes en las actividades del radioescucha. Así, los temas musicales que se tocan en radio tienen más posibilidades de ser públicamente conocidos (y juzgados) que aquellos que no encuentran cabida en la programación.

Consonancia: “va unida al hecho de que en los procesos productivos de la información, los rasgos comunes y los parecidos tienden a ser más significativos y numerosos que las diferencias, lo que lleva a mensajes sustancialmente más parecidos que diferentes.”³⁴

Por ejemplo, al hablar de un formato radiofónico de Top 40 se entiende que todas las estaciones que sean consideradas como tal presentan características muy específicas que van desde el estilo de locución, el público meta al que se dirigen, publicidad, tipo de dinámicas de promoción, pero sobre todo, el tipo de música que programan. Estaciones actuales como *Los 40 Principales*, *Exa*, *Alfa* y *97.7* presentan dicha consonancia, por lo que, en el caso de los sencillos, si un radioescucha

³² Jorge Lumbreras, *Posturas de conocimiento de la comunicación*, CD SUA-FCPyS-UNAM, México, 2001, 199.

³³ Wolf, *op. cit.*, 162.

³⁴ *Ibid.*

no encuentra la canción de su gusto en *Los 40 Principales*, es probable que la encuentre en *Exa*, *Alfa* o *97.7*.

Omnipresencia: “concierno no sólo a la difusión cuantitativa de los media, sino también al hecho de que el saber público –el conjunto de conocimientos, opiniones, actitudes, difundido por la comunicación de masas- tiene una cualidad particular: es públicamente conocido que el mismo es públicamente conocido.”³⁵

En la industria musical existen promotores de disqueras o en algunos casos de grupos o solistas, que son quienes se encargan de hacer que los sencillos entren en la programación de una emisora. Cuando el promotor hace bien su trabajo logra cuadrar canciones,³⁶ es decir, hace que el mismo sencillo sea programado en las estaciones de radio del mismo formato. Es por esta razón que en las estaciones de radio de Top 40 se programa la misma música.

El auditorio nunca es el que arma la programación, tan sólo es puesto en el papel de pedir canciones que anteriormente fueron escogidas por un promotor y aceptadas por un programador de radio. La omnipresencia, como la describe Wolf, se logra gracias a que el medio sabe que la música que difunde es conocida porque el auditorio pide más las canciones que la estación difunde y no otras.

Además, aquí entra uno de los objetivos de las listas de popularidad, cuya utilidad es ser el *termómetro* que sirve para identificar qué tanto se piden, y por lo tanto, funcionan los temas musicales que se programan, o como lo afirma Ramiro Garza, ex director de *Radio Variedades* y *Televisa Radio*: “[las listas de popularidad] nada más [sirven para] llamar la atención de la gente y promover a que vote por su canción favorita.”³⁷

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Jorge García Negrete, “Verosímil de la radio comercial”, *Radiodifusión regional en México: Historias, programas y audiencias*, Universidad de Guadalajara, México, 1991, 176.

³⁷ Ramiro Garza, ex director de Radio Variedades, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 7, véase completa en Anexo.

I.2.5. Efectos a largo plazo

Uno de los primeros rompimientos teóricos que la *agenda-setting* tuvo con respecto a los supuestos súper poderes de los medios es que el público no aprehende de inmediato los contenidos a los que se expone, sino que la transportación de la agenda mediática al individuo depende de un proceso temporal que se puede medir en un mediano o largo plazo. Tan sólo los temas de absoluta importancia como guerras, devaluaciones, elecciones gubernamentales, muertes, etcétera, pasan inmediatamente al interés del público.

Se pueden identificar algunas características que tienen injerencia para la buena aceptación por parte del público de la agenda mediática y, sobre todo, de su transportación. En primer lugar, depende del nivel de exposición que el público tiene al contenido mediatizado; en segundo lugar, la credibilidad al medio y el expositor (periodista, locutor, etcétera) del mensaje; y en tercer lugar, siempre se tenderá a privilegiar la información cronológicamente más reciente.³⁸

Nuevamente, las listas de popularidad son el elemento de las estaciones de Top 40 que más sirve para ejemplificar un rasgo de la *agenda-setting*. En ellas se observa con claridad el ciclo de vida que tiene un sencillo novedoso. Aunque no hay un intervalo reglamentario para que las composiciones entren a la lista de popularidad después de haber sido estrenadas en la programación, se puede verificar que generalmente cumplen con un ciclo de rotación continua de entre dos y tres meses,³⁹ periodo en el que son estreno, luego pasan a ser éxito, posteriormente son éxito en descenso o éxito en salida, y, por fin, se convierten en música de catálogo.

Durante los dos o tres meses en que la canción cumple con su ciclo de rotación continua estará siendo programada diario con el fin de exponerla al conocimiento de la gente. Este será el caso de alrededor 40 sencillos que buscan el asediado primer lugar de la lista de popularidad. Pero no serán los únicos presentes en la rotación musical, sino que la emisora echa mano de las canciones que en algún momento fueron éxito: la música de catálogo, para variar la programación. Todas estas piezas musicales que se transmiten a lo largo del día representan un proceso acumulativo de información a la que el radioescucha se expone.

³⁸ Mauro Wolf, *op. cit.*, 192.

³⁹ Para más información sobre los tiempos de programación véase la investigación sobre la programación de radio Top 40, focalizada en el caso de *Los 40 Principales* de Romanillo Evaristo, *op. cit.*, 82.

El encuadramiento o focalización que hacen las estaciones de radio de Top 40 de la producción musical se vuelve un universo hasta cierto punto desechable, pues cada bimestre o trimestre será cambiado por otro universo. Aunque cabe destacar que la labor del programador es entrelazar los tiempos de vida de las canciones, de manera que el público no sienta que se están estrenando demasiadas, o al contrario, que desaparecen, sino que el ciclo de vida de los sencillos debe responder a una manera sutil, escalonada y equitativa de programar, en la que parece haber justicia entre melodías recientes y las que ya no lo son.

No se debe omitir el hecho de que las estaciones de radio de Top 40 funcionan de una manera muy parecida a los periódicos, ambos deben resaltar la información cronológicamente más reciente. Una metáfora de este proceso es la letra de “Periódico viejo” de Héctor Lavoe:

“Tu amor es un periódico de ayer
que nadie más procura leer,
sensacional cuando salió en la madrugada,
a mediodía noticia confirmada,
y en la tarde materia olvidada.

Tu amor es un periódico de ayer,
fue el titular que alcanzó página entera;
por eso ya te conocen donde quiera.
Tu nombre ha sido un recorte que guardé
y en el álbum del olvido lo pegué.”

I.2.5.1. Parámetros temporales

¿Cuánto tiempo significa mediano y largo plazo? No hay un conceso general en este aspecto y esto se debe a que no todo el público tiene los mismos niveles de atención ante los mismos temas, además de que el interés del público respecto de la información varía según cada individuo.

Maxwell McCombs ha reflexionado sobre este tema y estima, en el caso estadounidense, que “la gama de lapsos temporales que presenta la concordancia óptima entre las agendas mediática y pública es de ocho semanas, con un lapso medio de tres semanas. En cada uno de estos casos, los

efectos de establecimiento de la agenda son considerables.”⁴⁰ También se pueden presentar los parámetros temporales de los temas de la agenda mediática con el siguiente cuadro, también para el caso estadounidense, realizado por Wanta, Wayne y Y. Hu:

LAPSOS DE TIEMPO PARA LA APLICACIÓN Y DESAPARICIÓN DE LOS EFECTOS DE ESTABLECIMIENTO DE AGENDA

Medio Informativo	Lapso de tiempo (en semanas)*	Máxima correlación	Disminución del efecto (en semanas)**
Telediarios nacionales	1	+0.92	9
Telediarios locales	2	+0.91	12
Periódicos regionales	3	+0.88	26
Periódicos locales	4	+0.60	26
Semanarios informativos	8	+0.58	26

* Número de semanas acumuladas que presentan la máxima correlación entre la agenda mediática y la agenda del público.

** Número de semanas que transcurren antes de la desaparición de una correlación significativa entre la agenda mediática y la agenda del público.

Fuente: Wanta, Wayne y Y. Hu. “Time-lag differences in the agenda-setting process: an examination of five news media”, *International journal of Public Opinion Research*, 6, 1994. Pp. 225-240⁴¹

En cuanto a la duración temporal que tiene un tema en un medio existen dos fases, la primera es el tiempo que tarda en incorporarse a la agenda del público (transportación de la agenda mediática), la cual se puede obtener por medio de encuestas, y la segunda es el tiempo que dura en ambas agendas (medio y público). Por esa razón en la tabla anterior se encuentra la columna “Lapso de tiempo” que se refiere a la primera fase y la columna “Disminución del efecto” que se relaciona con la segunda.

En la tabla se observa que los temas tienen diferente duración en los medios dependiendo del medio mismo y de la cobertura (nacional, regional o local) que tengan. Lamentablemente no incluye la relación de los temas con la radio. Sin embargo, Claudia Romanillo escribe lo siguiente sobre la duración de temas musicales en la radio de Top 40 para el caso mexicano, específicamente el del Distrito Federal: “El ciclo que recorren los éxitos musicales, esto es, entre

⁴⁰ McCombs, *op. cit.*, 97

⁴¹ *Ibid.*

dos o tres meses, es el tiempo en el cual quedan fuera del circuito de las listas de popularidad. Sólo éxitos muy notables permanecen más de tres meses en los primeros sitios.”⁴² Tanto McCombs como Evaristo hablan de un lapso de ocho semanas (dos meses) en los que medios y público llegan a compartir la misma agenda, esto a pesar de que sus investigaciones fueron realizadas en países y años diferentes.

En la cuestión sobre cuánto tiempo tarda un sencillo nuevo en integrarse a la lista de popularidad, el tiempo es variable pues hay ocasiones en que gracias a la importancia del artista o del disco, el sencillo entra a la lista de inmediato,⁴³ o en caso contrario, tarda los lapsos de tiempo referidos antes para incluirse en el *ranking* musical.

I.3. ¿Quién establece la agenda del medio?

La pregunta podría parecer ociosa y fuera de lugar porque la respuesta al parecer es obvia: los propios medios de comunicación; pero es necesario hacerla ya que la gente que trabaja en estos no está exenta de intereses económicos, políticos, sociales y culturales. Los medios, al ser expositores de diversas realidades temáticas, están sujetos a críticas y elogios, muchos de los cuales tendrán efecto en función de las relaciones que el medio tenga con otros actores sociales o, dicho con otras palabras, “después de todo, el establecimiento de la agenda es una parte importante del trabajo de relaciones públicas.”⁴⁴

Es cierto que la responsabilidad de elegir qué estará dentro y fuera del contenido del medio recae en editores, directores, productores, gerentes, programadores o hasta los mismos dueños de los medios de comunicación, pero no se puede negar que cada uno de ellos tiene nexos empresariales o personales con gente que no está dentro del medio de comunicación. Más allá del puesto que tenga quien elige los temas de la agenda mediática, para fines de la *agenda-setting* se llama *gatekeeper* a la persona que mete o deja fuera un tema de la agenda.

⁴² Romanillo Evaristo, *op. cit.*, 82.

⁴³ Con la ayuda de factores que serán expuestos en el Capítulo II de este trabajo, tales como las llamadas de clubes de fans o la payola.

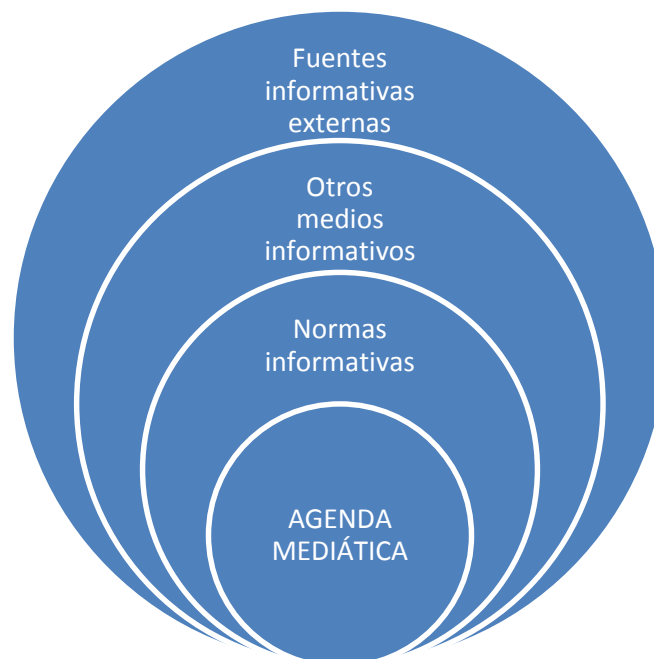
⁴⁴ McCombs, *op. cit.*, 199.

Raquel Rodríguez Díaz resume de la siguiente forma las relaciones del *gatekeeper* con su entorno social y la influencia que esto tiene en la agenda del medio (ella pone de ejemplo un periódico):

- Relaciones de factor humano (subjetividad). La persona selecciona noticias de acuerdo a sus gustos, preferencias, manuales de estilo o escuelas aprendidas.
- Relación espacio-tiempo. Son muchas las noticias que llegan a las redacciones y muy pocas las que, después de un proceso rápido de selección, tienen espacio para salir a la luz.
- Factores circunstanciales. Por su naturaleza pueden resultar ajenos al *gatekeeper* pero terminan convirtiéndose en los temas destacados como es el caso de acontecimientos (*events*) que ocurren a última hora y no están previstos en la agenda.
- Factores psicológicos o de percepción. Favorecen que unos temas luzcan más que otros y por consiguiente llamen más la atención del *gatekeeper* o de cualquier otra persona.⁴⁵

Para visualizar las distintas relaciones que intervienen en la formación de la agenda de un medio, McCombs realizó el siguiente diagrama:

LA METAFÓRICA CEBOLLA DEL ESTABLECIMIENTO DE LA AGENDA MEDIÁTICA⁴⁶



⁴⁵ Raquel Rodríguez Díaz, *Teoría de la agenda-setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*, 40. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/2297> Visitado el 22 de junio 2011.

⁴⁶ McCombs, *op. cit.*, 191.

En este diagrama, McCombs tiene a la agenda mediática como el corazón de la cebolla, la cual tiene tres capas que la cubren. La más superficial está compuesta por las fuentes informativas externas, tales como personas, instituciones susceptibles de convertirse en noticia o agencias de noticias. Posteriormente viene la capa de otros medios informativos, esto es, que el medio monitorea los contenidos de los competidores para conformar la agenda propia. Por último, la capa más cercana al corazón está hecha por el tratamiento de los temas que se integran a la agenda, es decir, el enfoque, línea editorial o manual de estilo que se le da a la información en cada medio.

Pasando al terreno de la radio de Top 40, Jorge García Negrete expone algunas de las fuentes con las que una emisora arma su programación musical.

- Las llamadas del público que solicitan la emisión de determinadas canciones, en donde tienen una participación los clubes de admiradores de los artistas que son apoyados por las propias disqueras.
- Los promotores de las compañías grabadoras que tienen como finalidad que sus discos se toquen más para venderse más; buscan cuadrar canciones.
- Las revistas especializadas que publican listas de popularidad.
- Los informes de investigación de audiencia.
- La observación de las estaciones de la competencia.
- Los informes de ventas de las tiendas de discos.⁴⁷

Javier Trejo Garay expone el mismo tópico de la siguiente forma:

“[...] cada director artístico tiene un formato, tiene una idea, un plan, y dentro de ese plan va ubicando; interviene mucho el gusto del programador, pero también se basa en muchas otras informaciones: desde el *hit parade*, las canciones más tocadas en la radio, incluso en la competencia, y cuáles son los discos más vendidos, también de revistas como el *Billboard* que

⁴⁷ Jorge García Negrete, ex programador de *Rock 101*, *Elementos para una lectura posible de la radio (aproximaciones al verosímil de la programación musical de la radio comercial)*. Citado por Cristina Romo, *Ondas, canales y mensajes*, ITESO, México, 1991, 47.

también presentan listas en español, los éxitos, valga la redundancia, las canciones más exitosas.”⁴⁸

Hasta este punto podría parecer que la programación musical se arma de una manera objetiva, sin embargo, tal como lo afirma Ramiro Garza en la entrevista realizada para esta investigación, hay apoyo en “un instrumento netamente nacional: el orejómetro. Había el radiómetro y yo inventé el orejómetro porque no hay universidad que te diga qué canción va a pegar, es lo que tú oyes, lo que tú sientes, lo que puede prender la mecha. Claro, de diez intentos pegaban tres, pero los tres que pegaban eran sensacionales.”⁴⁹

El armado de la programación musical en una radio Top 40 tiene un ciclo muy claro. En primer lugar, la disquera manda a la estación un sencillo para que lo programe, la estación lo puede aceptar o rechazar. En caso de que el sencillo sea aceptado se comienza a programar, los clubes de admiradores del grupo o solista comienzan a pedirlo a la estación para que ascienda en el número de tocaditas a lo largo del día y en lugares en la lista de popularidad. Dicha lista será publicada en revistas especializadas en música. El sencillo se sigue haciendo exitoso (el videoclip puede ocupar algún lugar en canales de televisión musicales, así como también puede ser usado en alguna serie televisiva o campaña publicitaria, o también comenzarse a tocar en centros nocturnos) y más gente (no sólo fanáticos) lo piden. Poco antes de llegar a los dos meses de éxito, el sencillo comienza a decaer en la lista de popularidad y, por lo tanto, en el número de tocaditas en la estación; sin embargo, otro sencillo tomará su lugar gracias a que se ha usado el mismo proceso con este y todos.

Dicho proceso podría seguir pareciendo objetivo, pero hay que recordar que el medio y la gente que labora en él tienen intereses y están sujetos a relaciones públicas con las que deben cumplir. Es en este momento en que entran dos conceptos claves en la programación de una emisora: el primero de ellos es la censura y el segundo la payola, ambos conceptos serán abordados a lo largo del capítulo II de esta investigación, pero a continuación se dará una introducción con el fin de conocer de qué manera ambas acciones intervienen directamente en la toma de decisiones de la agenda musical.

⁴⁸ Javier Trejo Garay, ex voz institucional de *FM Globo*, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 2, véase completa en Anexo.

⁴⁹ Ramiro Garza, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 5, véase completa en Anexo.

La práctica de la censura y la payola resulta opuesta debido a que la primera obstaculiza la entrada de un grupo, solista o sencillo a la emisora, mientras que la segunda la facilita. La censura se puede deber a diversos factores que van desde líneas editoriales, ideologías políticas o a la simple subjetividad del *gatekeeper* que no desea incluir algún sencillo a la programación con base en sus gustos o relaciones personales. Por el otro lado, la payola es el acto de *gatekeepers* de aceptar *regalos* por parte de un promotor, una disquera o del grupo mismo, con fines de que su música sea aceptada en una emisora, o bien, que tenga mayor rotación e importancia dentro de la programación.

Con lo anterior se puede deducir que los *gatekeepers*, en el caso de las estaciones de radio de Top 40, no sólo son los programadores de las emisoras a pesar de que ellos son a final de cuentas los que tienen la última palabra sobre qué entra a la estación y qué no; sin embargo, tienen fuentes de información o tratos con *gatekeepers* externos⁵⁰ que son quienes recomiendan o compran el acceso (en el caso de la payola) de sonar en una estación de radio musical. De la misma forma, los *gatekeepers* eligen lo que no sonará en una estación de radio. En primer lugar, el programador puede no aceptar un sencillo y, por otro lado, la gente de las disqueras puede eliminar grabaciones, palabras, sonidos o frases de discos que ya han sido grabados. Otra forma de censura que resulta ser muy sutil es que en las estaciones de radio de Top 40 el acceso para grupos y solistas que no están firmados por una disquera resulta ser complicado mas no imposible, ya que, como menciona Raquel Rodríguez Díaz, pueden existir factores circunstanciales que se incluyen en la programación sin plan previo.⁵¹

De cualquier modo, es posible afirmar que “en la radio no tienen cabida los intereses e inquietudes de los distintos sectores que componen su auditorio; es decir, no hay presencia del interés popular. Por el contrario, el funcionamiento del medio corresponde al interés de los grupos

⁵⁰ Por ejemplo, el promotor lleva al programador un sencillo seleccionado de un disco, en ese caso, quien escoge la música que entra a la estación no es directamente el programador, sino quien eligió el sencillo del disco.

⁵¹ Como el caso de “Mesa que más aplauda” de Clímax, el cual, de ser una forma de animar a los asistentes a un *table dance* veracruzano llamado Clímax, pasó a ser una de los temas musicales más escuchados en la radio mexicana durante 2004.

dominantes.”⁵² Por eso, aunque existan programas y dinámicas bajo la premisa “tú eres quien arma la programación”, lo que en realidad hace el público es solicitar lo que previamente fue seleccionado por alguien más; aquí cabe recordar que es precisamente ese un ejemplo de la omnipresencia expuesta por Wolf y citada en el apartado “Realidad” de este mismo capítulo.

Hasta este punto ha quedado expuesta la importancia de la teoría de la *agenda-setting* y su pertinencia en la radio musical, especialmente la de formato Top 40, la cual, sin duda alguna, suele estar presente en la cotidianidad de las personas. Además, contrario a lo que algunos teóricos piensan, se pudo transportar dicha teoría a un ámbito no político-social, especialmente de entretenimiento (sin olvidar que la radio musical también puede tener implicaciones políticas, por ejemplo) como lo es la radio musical. Finalmente, en este capítulo se dejaron algunos cabos sueltos relacionados con el quehacer radiofónico, los cuales serán amarrados en el siguiente capítulo con el fin de exponer cómo es que funciona una estación de radio de Top 40.

⁵² Víctor Roura. “La música moderna es justamente esa que está usted escuchando en la radio”, en Alma Rosa Alva de la Selva, *et. al.*, *Perfiles del cuadrante: experiencias de la radio*. Trillas, México, 1989, 123.

Capítulo II: La radio de formato Top 40 en México

Te quieres encontrar en una estación,
no entiendes que tú sólo estás aquí por una canción.
"Rockstar": Jumbo.

El segundo capítulo de la presente investigación pretende acercar al lector al ejercicio de programación de las estaciones de radio de Top 40; además, describirá las características de dichas emisoras. De igual manera se realizará una lista de las estaciones que surgieron en el cuadrante de la Ciudad de México con ese formato entre 1956-2006, así como también la exposición de la dinámica de programación que incluirá factores como la censura y la payola.

II.1. La simbiosis de la radio y la música

Cuando la radio comenzó a verse como un instrumento que podría formar una nueva industria mediática, la música fue el producto ideal para llenar de contenido ese nuevo medio de comunicación. David Sarnoff¹ fue una de las primeras personas en vislumbrar el potencial comercial e industrial de la radio y el papel fundamental que tendría la música en ella.

Es innegable que la música es el elemento (junto a la voz) más importante de la comunicación radiofónica. El lenguaje radiofónico está integrado por diferentes elementos: voz, efectos de sonido, ruidos, silencio y, por supuesto, música. Esta última cumple diferentes funciones dentro del discurso sonoro, ya que no sólo se manifiesta por medio de melodías completas. Las siguientes son las funciones que la música tiene dentro del lenguaje radiofónico:

- **Gramatical o de signo de puntuación.** La música sirve para dividir el programa en fragmentos.
- **Expresiva.** Da intensidad a una situación o al estado de ánimo de un personaje (en caso de radiodramas).
- **Descriptiva.** La música da a conocer cómo es un paisaje y tamaños de lugares o distancias.
- **Reflexiva.** Momentos en que la música sirve para dar pie al análisis de una situación.

¹Considerado uno de los pioneros de la radio comercial. Fundador de la National Broadcasting Company (NBC) de Estados Unidos. Véase Melvin Lawrence De Fleur, *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós, México, 1989, 136.

- **Ambiental.** La música sirve de fondo para una situación.²

De igual forma, existen diversos tipos de inserciones musicales que se utilizan en los distintos tipos de programas (musicales, deportivos, de concursos, radiodramas, de debate, etcétera).

- Rúbrica.
- Introducción o apertura.
- Cierre musical.
- Cortina musical.
- Puente musical.
- Ráfaga.
- Golpe musical.
- Transición.
- Fundido o mezcla.
- Tema musical.
- Fondo musical.³

Por ello, aunque una estación de radio no sea estrictamente musical, siempre habrá música en alguna de sus modalidades, ya sea en la rúbrica de un programa, en la publicidad o de fondo durante las intervenciones de locutor. Además no se puede dejar de lado la importancia que la música tiene en la programación, esto es, como producto íntegro de comercialización. La música que se transmite como contenido sin modificaciones, es decir, la melodía completa, sin alteraciones y como producto comercial, es uno de los apartados más relevantes en la programación de la radio, ya que a lo largo de la historia de este medio ha sido el contenido que más atrae al público. A continuación hay algunos datos que lo demuestran, al menos en el caso del Distrito Federal.

En un estudio realizado en la década de 1980 por Serafina Llano y Óscar Morales a manera de censo de la radiodifusión AM en México, estos autores encontraron que en total se transmitían 2 mil 193 horas diarias de música.⁴ En promedio, cada estación transmitía 10 horas con 48 minutos

² Fernando Curiel, *La escritura radiofónica. Manual para guionistas*, UNAM, México, 1988, 32.

³ *Ibid.*

⁴ Serafina Llano; Óscar Morales, *La radiodifusión en México*, Comunicación, Tecnología e Investigación, México, 1984, 155.

diarios. También encontraron que la media de transmisión de cada estación musical era de 181 melodías al día, con un mínimo de 14 y un máximo de 334.⁵

De igual forma, Jorge García Negrete hace mención de una encuesta en la que la programación radiofónica ideal para el público de cualquier estrato social está integrada casi en su totalidad por música.⁶

Ahora bien, ¿qué tipo de música se ha transmitido en la Ciudad de México? Son distintas y muy variadas las investigaciones que han decidido responder a esta pregunta. En primer lugar, Regina Jiménez de Ottalengo registró en 1976 que en las estaciones de radio del Distrito Federal existía un 53% de música nacional mientras que el 46% restante era de música extranjera.⁷ Alma Rosa Alva de la Selva encontró los siguientes datos relacionados con los géneros musicales y su presencia en radio comercial de 1985:⁸

Porcentaje de música transmitida por géneros en 1985 AM	
Música moderna en español	32.2%
Música de varios géneros	16.1%
Música romántica	12.9%
Música moderna en inglés	12.9%
Música mexicana o ranchera	09.6%
Música tropical	09.6%
Música selecta	06.4%

⁵ Serafina Llano Prieto y Óscar Morales, *Las características de la programación de las radiodifusoras comerciales de AM en la República Mexicana*, Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación - Universidad Iberoamericana, México, 1980, 179.

⁶ Francisco de Jesús Aceves, *et. al.*, *Radiodifusión regional en México: Historias, programas y audiencias*, Universidad de Guadalajara, México, 1991, 171.

⁷ Regina Jiménez De Ottalengo, "El perfil de los medios de difusión masiva en México", *Revista Mexicana de Sociología*, México, Vol. 38, Núm. 3, julio-septiembre, 1976, 623.

⁸ Alma Rosa Alva de la Selva, *Radio e ideología*, Caballito, México, 74 y 75.

Porcentaje de música transmitida por géneros en 1985 FM

Música internacional	31.8%
Moderna en español	27.2%
Moderna en inglés	22.7%
Música clásica o selecta	09%
Música tropical	04.5%
Jazz	04.5%

Volviendo al estudio de Llano y Morales, los autores encontraron los siguientes datos referentes también a los distintos géneros musicales y su presencia en la programación radiofónica.

CUADRO I
PROPORCIÓN DE LOS DIFERENTES GÉNEROS MUSICALES EN LA PROGRAMACIÓN DIARIA
(1984)⁹

Tipo de música	Porcentaje de programación Musical total diaria (muestra)	Horas diarias dedicadas A cada género (muestra)	Número de melodías diarias correspondientes a cada género (muestra)
Moderna pop. Español	24.4	535.05'	9 240.3
Ranchera	15.3	335.31'	5 794.1
Tropical	12.0	263.09'	4 544.4
Moderna pop. Inglés	9.9	217.06'	3 749.1
Romántica actual			
Mexicana	9.1	199.33'	3 446.2
Norteña	7.1	144.42'	2 688.8
Moderna instrumental	5.8	127.11'	2 196.5
Antigua mexicana	5.5	120.36'	2 082.8
Romántica actual Ext.	4.1	89.53'	1 552.7
Clásica o semiclásica	1.3	28.30'	492.3
Antigua extranjera	1.2	26.18'	454.4
Folclórica latina	0.9	19.44'	340.8
Jazz, blues	0.8	17.32'	303.0
Otra	2.6	57.01'	984.6
TOTAL	100.0	2.193.00'	37 870.5

La razón por la cual fueron transcritos los cuadros anteriores es para que el lector observe no sólo la importancia de la música en la radio comercial, sino el lugar predominante que tiene la llamada música popular (o moderna) en español, rubro en la que se suele incluir al rock mexicano.¹⁰ Tanto en los cuadros relacionados con las estaciones AM de Alva de la Selva, como en el de Llano y

⁹ Serafina Llano; Óscar Morales, *La radiodifusión en México*, 158.

¹⁰ Aunque cabe aclarar que no todo el rock mexicano tiene letras en español.

Morales, dicho tipo de música se encuentra en primer lugar, o en el caso del cuadro referido a la radio FM de Alva de la Selva, se encuentra en segundo lugar. Con ello, es posible darse cuenta de que dentro de la oferta musical que las estaciones de radio exponen a su público, la música moderna en español ocupa un lugar privilegiado.

Cabe subrayar que los cuadros anteriores son de los años ochenta y de ninguna manera reflejan la totalidad lo que se ha escuchado en la radio a lo largo de las cinco décadas que comprenden esta investigación. Sin embargo, son una muestra significativa, ya que la música moderna en español se ha mantenido entre las preferidas del público para escucharlo y de las emisoras para transmitirlo a través de los años. Así lo muestran los siguientes cuadros publicados en *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México* basados en encuestas realizadas por el periódico *Reforma* en 1998, 2003 y 2004.¹¹

GÉNEROS MUSICALES PREFERIDOS POR LA POBLACIÓN DEL DISTRITO FEDERAL (1998)

GÉNERO	PREFERENCIA (%)
Balada en español	23
Rock y rock-pop	12
Rancharo	12
Tropical (salsa y cumbia)	7
Grupero	7
Bolero	6
Música clásica	6

GÉNEROS MUSICALES PREFERIDOS POR LA POBLACIÓN DEL DISTRITO FEDERAL (2003-2004)

GÉNERO	2003 (%)	2004 (%)
Balada en español	55	47
Rock en español	36	33
Boleros	31	19
Rock en inglés	30	27
Ranchera	30	26
Pop	30	21
Clásica	21	17

¹¹ Fernando Mejía Barquera, *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.* México 2006, Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación FCPyS-UNAM, 366.

En 2005, fueron publicados los resultados de la *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*, en los que se dejó claro que la música continúa siendo uno de los atractivos principales del auditorio, pues 59.5% de la gente encuestada aceptó encender el radio para sintonizar la música que le gusta y otro 87% aseveró que la programación musical es lo que más le gusta de este medio.¹²

II.2. ¿Qué es una estación de Top 40?

Se ha hecho mención en páginas anteriores del formato radiofónico Top 40, pero ¿en qué consiste?, ¿cuáles son sus características?, y ¿cómo trabaja?

Es preciso aclarar que en México existen dos tipos de estaciones radiofónicas según la *Ley Federal de Radio y Televisión*. El primer tipo son las estaciones concesionadas y el segundo las estaciones permisionadas;¹³ “las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso.”¹⁴ Por lo general, las estaciones de formato Top 40 tienen concesión debido a que su principal financiamiento proviene de la publicidad, es decir, son estaciones con fines lucrativos.

Antes de pasar a la descripción de las emisoras de formato Top 40 hay que recordar que la radio no siempre ha estado dividida en formatos. No fue sino hasta la década de los cincuenta del siglo XX cuando la radio *viva* dio paso a la radio *tocadiscos*.¹⁵ Así fue que las estaciones se dividieron según el público al que se dirigían, las temáticas que abordaban dentro de su programación y las dinámicas de promoción y publicidad que tenían. Los formatos son innumerables y dependen del lugar, tiempo y autor que realice la clasificación; por ello, existen desde emisoras con formato de

¹² Virginia Morales Ávila, *Nuestra es la voz, de todos la palabra. Historia de la radiodifusión mexicana*, UNAM, México, 2011, 541.

¹³ Existen clasificaciones que hablan de emisoras *piratas* y comunitarias, sin embargo, en la *Ley Federal de Radio y Televisión* no se contemplan dichos tipos de estaciones, al menos no en el marco legal.

¹⁴ Art. 13 de la *Ley Federal de Radio y Televisión*, México, 1969 (reformada en 2009), 5.

¹⁵ Para más información sobre el proceso de cambio en la radio mexicana véase Fernando Mejía Barquera. *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.*

música country hasta religiosas, pasando por el formato infantil, de debate, jazz, deportivo y un larguísimo etcétera.¹⁶

II.2.1. El formato Top 40

A este formato también se le suele conocer con otros nombres como *Hits*, Éxitos, Moderna en español (o en inglés) o Juvenil. Sin embargo, a lo largo de este escrito se usará el término Top 40 debido a que es ese concepto el que ofrece una visión más clara de lo que busca analizar esta investigación, es decir, las listas de popularidad o *tops*.

El nombre de Top 40 proviene del límite de canciones que tenían las rockolas de la década de los cincuenta. Todd Storz, Bill Stewart y Gordon McLendon se dieron cuenta de que esas 40 canciones que estaban a disposición del público había unas que eran repetidas más que otras. Llevaron este tipo de *programación* a la radio, le agregaron la figura del conductor que presenta los temas y lo de que vino después es historia.¹⁷

Francisco de Anda expone en *La radio. El despertar del gigante* la siguiente descripción del formato *Hits* (éxitos):

“Género semejante al TOP 40, copiado también del estadounidense. Tiene aceptación entre jóvenes de las clases altas del país y está considerado como un género muy urbano, como 97.7, Best y EXA. Hay que tener en cuenta que en muchas ocasiones las estaciones realizan mezclas un tanto extrañas, pero que son aceptadas por el auditorio de esa región (por ejemplo, en Zamora, Michoacán, una estación que tiene complacencias de balada e inmediatamente después hay música clásica) o mezclas de éxitos en inglés y español.”¹⁸

El formato estadounidense al que se refiere de Anda lleva por nombre *Contemporary Hit Radio*, estaciones “conocidas como Top 40 o Top 20, se transmiten sólo aquellas grabaciones musicales

¹⁶ Para más información sobre los formatos radiofónicos véase Francisco de Anda y Ramos. *La radio: el despertar del gigante*. 2ª edición. México 2003. Ed. Trillas. Así como la división que plantea la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM) para las emisoras del Distrito Federal. <http://laradioenmexico.mx/>

¹⁷ Bill Lamb, “What does Top 40 mean?”, <http://top40.about.com/od/popmusic101/a/top40.htm> Visitado el 16 de abril de 2012.

¹⁸ Francisco de Anda y Ramos, *op. cit.*, 440.

que se venden de manera rápida y amplia. El auditorio que gusta de este género está conformado principalmente por adolescentes y jóvenes cuya edad fluctúa entre los 12 y los 20 años.”¹⁹

Por otro lado, la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM) muestra en su sitio de internet otra forma de clasificar las estaciones. Para dicha organización, el formato radiofónico de emisoras como *Los 40 Principales*, *Exa*, *Oye* o *97.7* es “Español, Moderna”.²⁰ No obstante, la ARVM no tiene publicadas las características en las que se basa para clasificar así a las estaciones.

Ramiro Garza, programador y fundador de *Radio Variedades*, relata el concepto en el que se basó para la conformación de dicha emisora, la cual puede ser considerada como una de las pioneras y más importantes del formato Top 40 en el cuadrante capitalino:

“Empezamos lo que yo llamo, muy a mi manera, la cultura musical diapasonica, o sea, la cultura que se da cuando tú tocas algo que te gusta y crees que los demás más van a vibrar con ello; como el diapason, afinas en Si o en Do, y todas las cuerdas de una comunidad de instrumentos empiezan a vibrar. El auditorio es lo mismo, cuando tú como programador descubres que hay cosas valiosas, popularmente hablando, pero que la gente puede repetir y disfrutar, insistes en ello y les presentas el formato original te hace un cultivo, porque la cultura no es más que un cultivo... un cultivo de gusto nuevo [...] Mi gusto nuevo fue ese, descubrir en lo popular lo valioso, lo que podía tener talento. Y ese cambio se dio, porque cuando *Radio Variedades* se montó en el *rating* arriba de *W* todo el mundo se preocupó y ‘a copiar a *Radio Variedades*, a acabarla’, a mí no me preocupaba porque yo sabía muy bien que haciendo un buen trabajo siempre tendrás público.”²¹

Radio Variedades llegó a tocar baladas, rock and roll, música tropical, bossa nova y otros géneros musicales y, tal como lo menciona Garza, el objetivo de ello era difundir “cosas valiosas, popularmente hablando”. Lo expresado por Garza ayuda a conocer las características principales del formato Top 40, es decir:

- Música que pueda ser popular sin importar el estilo musical en sí mismo. Por popularidad se entiende que guste al público y este se lo haga saber a la estación de radio.

¹⁹ *Ibid*, 438.

²⁰ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, <http://laradioenmexico.mx/radioguia2> Visitado el 12 de marzo de 2011.

²¹ Ramiro Garza, ex director de *Radio Variedades*, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 1, véase completa en Anexo.

- La música difundida provoca “un cultivo de gusto nuevo”, Ramiro Garza subraya que su gusto nuevo fue “descubrir en lo popular lo valioso”, sin embargo, este “gusto nuevo” puede entenderse también como música actual, la música más reciente dentro de la industria discográfica. “Grabaciones musicales que se venden de manera rápida y amplia” como lo enunciaba de Anda en su última cita.

- Por lo general, las estaciones de Top 40 son concesionadas,²² por ello, su principal financiamiento proviene de patrocinios, razón por la cual tener un nivel de audiencia (*rating*) alto es fundamental para que la estación siga al aire. ¿Cómo lograr un nivel de audiencia alto? Complaciéndolo con el contenido radiofónico que le gusta: música, tal como lo exponen las encuestas referidas antes.

Más allá de las características publicitarias, mercadológicas, de audiencia y de locución que puedan llegar a tener las estaciones de Top 40, la clave para identificar una de estas estaciones está en su programación musical: aquellas canciones que están en lo más alto de la popularidad radiofónica.

II.2.2. La programación en las estaciones de Top 40

En este apartado se describen las dinámicas de programación que por lo general tienen las estaciones de Top 40. Por supuesto, cada estación maneja códigos o lineamientos diferentes entre sí, pero todas ellas tienen similitudes. También se describirán dos conceptos que en algunas ocasiones están presentes en la programación: la censura y la payola.

II.2.2.1. ¿Cómo se arma la programación?

Todas las estaciones de radio cuentan con la figura del programador en su organigrama. Esa persona tiene como principal función organizar la música y programas que se transmiten en la emisora. En la práctica pueden existir ocasiones en que los locutores y gerentes de estación también propongan música para tocar, pero, a final de cuentas, todas las propuestas deben de

²² *Radio Cosmos* y *Estéreo Joven* son excepciones de esto. En el punto “Principales estaciones de Top 40 en la Ciudad de México desde 1956” del final de este capítulo se pueden leer sus casos.

pasar por manos del programador, o conocido en algunas otras ocasiones como director artístico de la estación.

Como ya se mencionó en el punto 1.2.2. de este trabajo, la música se puede clasificar según el tiempo y éxito que tiene en la programación, por ello existen las siguientes categorías expuestas por Cristina Romo:²³

-Novedad (estreno): Son sencillos nuevos que llegan a la estación. A pesar de que no hay una regla cronológica que dicte cuántos días o tocaditas deben pasar para que deje de ser estreno, se podría considerar que se eleva a nivel de éxito cuando entra a las listas de popularidad.

-Éxito: Un éxito siempre se verá reflejado en las listas de popularidad. Las llamadas telefónicas de radioescuchas para pedir canciones es otra de las formas para identificar éxitos musicales, sin embargo, esto no puede ser tajantemente cierto ya que hay clubes de fanáticos que se dedican a dicha actividad en cuanto un sencillo es estrenado. El éxito también puede variar de popularidad, es decir, puede ser un **éxito en ascenso**, cuando se trata de una canción que escala posiciones en las listas de popularidad, o bien, **éxito en descenso** cuando sucede lo contrario.

- Catálogo: Cuando una canción sale de la lista de popularidad ya no tiene la posibilidad de volver a entrar a ella a menos que se le haga un remix o un *cover*.²⁴ Las canciones que salen de las listas de popularidad no tienen rotación diaria y son etiquetadas como de “catálogo”, categoría para definir a los temas que en algún momento fueron éxito pero actualmente ya no lo son.

Cabe recordar que en el apartado “Parámetros temporales” del capítulo I de este trabajo se expuso que el lapso entre la entrada de una canción a la programación hasta su salida de la lista de popularidad tiene un tiempo de dos meses. Así que, basado en la investigación *¡Venga la siguiente*

²³ Cristina Romo, *Ondas, canales y mensajes*, ITESO, México, 1991, 47.

²⁴ *Cover*: “se refiere a la segunda versión, y a todas las subsecuentes, de una canción, interpretadas ya sea por un artista distinto al que originalmente la grabó o por cualquiera, excepto su autor”, Pareles y Romanowsky, *The Rolling Stone Encyclopedia of Rock and Roll*, citado por Octavio Ortiz Gómez, *El surgimiento del rock y su asentamiento internacional como producto cultural de masas, 1950-1973: tradición e innovación en el desarrollo de una música popular juvenil transnacional y sus nexos consolidación cultural de masas y la industria cultural en el mundo*, Tesis de Maestría en Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 2007, 180.

rola! La programación musical en la radio comercial de la banda FM de la Ciudad de México, el proceso de novedad-éxito-catálogo de una canción se cumple en ese tiempo como promedio.²⁵

Toda la programación musical se basa en esos tres tipos de canciones. Una vez que cada tema tiene su etiqueta, el programador puede comenzar a ordenar la programación según diversos modelos, uno de ellos es el de las cuadretas:

“Como su nombre lo indica, la cuadreta está integrada por cuatro melodías, y podemos decir que se torna en la célula base de la estructura programática. Cada ciclo, cada cuadreta, se integra de la siguiente forma:

1. **Éxito:** está integrada por los 10 primeros lugares en la lista de popularidad.
2. **Catálogo:** incluye las piezas que darán perfil a la programación de la emisora; el catálogo incluye todas aquellas melodías del género que en años pasados gustaron al público.
3. **Novedades-éxito medio:** está integrada por tres piezas nuevas que deseamos promover, junto con las melodías que se encuentran del lugar 11 al 50 o 60 de la lista de popularidad.
4. **Catálogo.**²⁶

Javier Trejo Garay²⁷ expone esta misma organización de programación con algunas variables mínimas:

“[...] [teníamos] cuatro o cinco grupos de canciones. En un grupo se ponían los éxitos más pedidos, ese grupo que a lo mejor el programador lo identificaba (cada programador lo identificaba como quiere, pero por ejemplo) como E de éxitos. Ese grupo E tenía cabida para 15 temas, era el que tenía menos canciones pero era el que tenía más repeticiones; una canción del grupo E podía escucharse tres, cuatro o hasta cinco veces a lo largo del día. Después vendría un segundo grupo con las canciones que van de salida con 20 o 30 canciones y tenía de una a dos repeticiones. Y después un tercer grupo que podía ser identificado como catálogo reciente, se me ocurre por ejemplo, nombrarlo como el grupo C y en este catálogo podrían aparecer 40 o 50 temas. Y luego un grupo de catálogo mucho más amplio. Básicamente así era, no recuerdo si *FM Globo* tenía 4 o 5 grupos pero así era como se manejaba [...] [la información de los grupos de programación] se barajaba para

²⁵ Véase Claudia Belén Venecia Romanillo Evaristo, *¡Venga la siguiente rola! La programación musical en la radio comercial de la banda FM de la ciudad de México: el top 40*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 2008. En este texto, la autora estudia la duración de las canciones en programación y el proceso de entrada-salida de éxitos en la rotación.

²⁶ De Anda y Ramos, *op. cit.*, 429.

²⁷ Voz institucional de *FM Globo* 104.9.

que hubiera cierta armonía, que una canción no se repitiera en menos de dos horas, sino que tuviera por lo menos tres o cuatro horas de diferencia, porque también existe la idea de que, seguramente ha cambiado, la gente escuchaba la radio por periodos de dos horas, entonces la idea no era repetir antes de ese tiempo una misma canción.”²⁸

Existen también las quintetas o sextetas, las cuales se programan principalmente en los horarios nocturnos en que la rotación musical aumenta y las intervenciones de locutor y comerciales disminuyen:

1. “Éxito.
2. Catálogo.
3. Catálogo.
4. Novedad-éxito medio.
5. Catálogo.
6. Catálogo.”²⁹

Las listas de popularidad sirven para saber cuáles son los éxitos y, con base en el lugar que ocupan, saber qué regularidad tendrán en la programación, así lo explica Jorge García Negrete (quien fue locutor y programador de *Rock 101*): “Los diez primeros lugares se repiten con una frecuencia de dos horas. Las canciones del número 11 al 20 se repiten cada tres horas. De la 21 a la 30 se repiten cada cuatro horas. A las canciones más nuevas se les da un ciclo de repetición aún más cerrado y llegan a repetirse hasta en periodos de una hora.”³⁰

Para Trejo Garay, las listas de popularidad propias no sólo son un contenido más de la emisora, sino que “obviamente una canción que es más solicitada tendrá más repeticiones, por eso era importante tener esta lista del *hit parade* de cada estación.”³¹

Ramiro Garza habla de la importancia de la exageración en los medios; pone como ejemplo la figura retórica de las hipérbolas de las caricaturas que ayudan a que los niños mantengan la

²⁸ Javier Trejo Garay, ex voz institucional de *FM Globo*, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 8, véase completa en Anexo.

²⁹ De Anda y Ramos, *op. cit.*, 430.

³⁰ Jorge García Negrete, *Elementos para una lectura posible de la radio (aproximaciones al verosímil de la programación musical de la radio comercial)*, citado por Romo, *op. cit.*, 48.

³¹ Javier Trejo Garay, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 9, véase completa en Anexo.

atención. A juzgar por el programador, dichas hipérboles también deben existir en la programación radiofónica para cumplir el mismo fin que tienen en las caricaturas.

“Si se tiene a la mano un buen disco que se programa a las 7 am., la audiencia de las 8, las 9 y otras horas se quedan sin oírlo. Para que esto no suceda se debe establecer una secuencia repetitiva de lo que a la gente le gusta y entonces ese disco en particular será objeto de una acentuación, de una repetición estratégica a lo largo de las horas del día. Es una exageración efectiva por el impacto repetitivo de algo que definitivamente gusta.”³²

Asimismo, Garza también presenta un cuestionario que sirve como apoyo para la elección de discos o temas musicales que serán incluidos a la programación.

“TEST PARA ENTRAR A LA PROGRAMACIÓN

1. ¿Se identifica la canción desde el principio?
2. ¿El sonido del disco es aceptable?
3. ¿Existen referencias de la letra o la melodía?
4. ¿Es artista muy conocido el que interpreta?
5. ¿Se entiende perfectamente lo que está cantando?
6. ¿La idea de la canción es para las mayorías?
7. ¿Es demasiado lenta, triste, de ritmo irregular?
8. ¿Es de artista reconocido pero de impacto fácil?
9. ¿La está tocando la competencia notablemente?
10. ¿La han pedido por teléfono o en la discoteca?
11. ¿Es el intérprete quien lo pide a sus amigos o promotores?”³³

Las respuestas posibles para este cuestionario son *Sí*, *No* y *Duda*. Seis o más *No* provocan que la canción no se incluya a la programación. Con seis o más *Duda* se recomienda la aplicación del cuestionario a otra persona del medio. Con seis o más *Sí*, la canción entra a rotación.

A continuación serán expuestos dos factores que, de presentarse, intervienen directamente en la programación radiofónica. El primero de ellos es la censura, vista en este trabajo como un agente de control y filtro de lo que se programa; el segundo es la payola, una llave de acceso fácil a la programación.

³² Ramiro Garza, *La radio actual: Qué es y cómo se hace*, Edamex, México, 1992, 128.

³³ *Ibid*, 150.

II.3. El candado de la programación: la censura

“Uno de los principales códigos de los radiodifusores son la veracidad, la credibilidad y la libertad de expresión; cualidades que hacen de la Radio un medio abierto, plural y sin censuras, en el cual tienen entrada todas las voces.”³⁴

Vale la pena detenerse a reflexionar sobre esto que afirma el actual presidente y director general de *Radio Trece*. El siguiente apartado servirá de refutación a lo que él afirma. La censura no puede ser erradicada de la radio porque es un filtro de contenidos. Sirve para evitar que suenen groserías, insultos, falta de respeto a símbolos patrios y demás actos considerados censurables. Esto está protegido en México mediante la *Ley Federal de Radio y Televisión*, como se verá en próximos párrafos.

La censura es un ejercicio que no sólo se realiza en radio, también en televisión, periódicos, revistas, internet, en fin, en cada medio de comunicación. Aplicar la censura le asegura a los dueños de los medios y a instituciones, como la Secretaría de Gobernación, la supervisión sobre los contenidos, por eso mismo es “el medio de control que ejercen las autoridades públicas y privadas sobre una determinada información, la cual puede ser total, parcial o modificada a favor de quien emite la censura.”³⁵

La música que se transmite en radio puede ser censurada parcial o totalmente. Un ejemplo de la primera es la versión de “Chilanga banda” de Café Tacvba, sencillo promocional del disco *Avalancha de éxitos* en el que se colocaba ruido rosa sobre palabras y oraciones como: chela, bacha, enchufo una chafa, chochos, chemo y chupe. Pero la censura no era ejercida directamente por las radiodifusoras, sino que el disco sencillo de Warner Music contenía la versión censurada, además de una sin censura. Es posible asegurar que Warner Music, con tal de que el sencillo tuviera acceso a radio, autocensuraba el contenido que más adelante hubiera sido censurado de todas formas por la radiodifusora o por la SEGOB. Por otro lado, la situación del rock mexicano

³⁴ Carlos Quiñones, “La radio es una fiel compañera”, *Hechos y oportunidades de la radio*. Industria de la Radio del Valle de México, México, 2010, 66.

³⁵ Jorge Bazan citado por Pedro Portillo Vera, *Censura en radio y televisión, casos. México y Paraguay*, tesis de Maestría en Derecho, UNAM, México, 2008, 3.

después del Festival Avándaro es un ejemplo de la censura total, este caso se expondrá más adelante.

En general, cualquier tipo de censura se escuda en el artículo 63 de la *Ley Federal de Radio y Televisión* que dice:

“Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de los recursos de la baja comicidad y sonidos ofensivos.”³⁶

Antes de la ley de 1969, a la cual pertenece el artículo anterior, la radiodifusión estaba regida por un *Reglamento de ética radiofónica* difundido en 1951, cuya elaboración corrió a cargo de la Asociación de Interamericana de Radiodifusores (AIR), la Asociación Nacional de Publicidad (ANP), Valerio Muñoz Ayarza, Fernando Pérez Salazar, Rafael Cutberto Navarro (presidente de Radio Cadena Nacional), Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP), Óscar Azcué, Ignacio Díaz Raigosa y Guillermo Morales Blumenkon de la Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM).³⁷ En dicho reglamento figuraban los siguientes puntos a resguardar y supervisar: I. Lenguaje, II. Matrimonio, Familia y Hogar, III. Niños, IV. Religión, V. Razas, Nacionalidad, VI. Delitos, VII. Sensualidad, Tópicos Sexuales, VIII. Defectos físicos, IX. Improvisaciones, concursos y respuestas, X. Noticias, XI. Canciones, Lemas musicales y XII. Publicidad inaceptable. En donde el punto XI dictaba: “Se evitará cuidadosamente cualquier contraversión a estas normas [de la I a la XII] en todo título o letra de canción, lema musical o comercial cantado.”³⁸

Sin embargo, los criterios para censurar se han modificado con el paso del tiempo, en primer lugar por los reglamentos o leyes, y en segundo, por la apertura de la sociedad hacia ciertas frases o palabras, además de tópicos.

³⁶ Art. 63. *Ley Federal de Radio y Televisión*. México 1969 (reformada en 2009). Pp. 16

³⁷ Morales Ávila, *op. cit.*, 293.

³⁸ *Ibid*, 293 y 296.

Antes de la década de los sesenta,³⁹ las siguientes eran las canciones que no estaban permitidas en radio:

“Se hacía eco a una alarma general por la procacidad creciente de las letras de canciones. La estación XEX que se preciaba de entrar en los hogares con un acento de dignidad y decencia, desterrando todo lo innoble que pudiera manchar la pureza de nuestros hijos o el recato de nuestras esposas, expidió a los pocos días de inaugurada una lista negra de canciones que no podrían escucharse a través de micrófonos. He aquí la inofensiva lista: ‘La última noche’, ‘Diez minutos más’, ‘Tú ya no soplas’, ‘Juan Charrasqueado’, ‘Aventurera’, ‘El hijo desobediente’, ‘Pecadora’, ‘Toda una vida’, ‘Frió en el alma’ y ‘Traigo mi 45’.”⁴⁰

También se censuró “Palabras de mujer” de Agustín Lara.⁴¹

En 1959, se dio uno de los casos más curiosos de censura dentro del rock and roll mexicano. El grupo Spitfires, comandado por los hermanos De Llano Macedo (Julissa y Luis), grabó “Ven cerca”, cover de “Come closer”. Julissa tenía entonces 14 años y la grabación exigía que suspirara y susurrara, intensidades vocales que fueron tomadas como atrevidas para su radiodifusión. La canción fue censurada.⁴²

En la década de los sesenta, agrupaciones como Los Rebeldes del Rock ya eran programadas en las estaciones de radio y según lo declarado por el teclista Diego Domínguez, en aquella época la censura no existió: “Si es de que, censura, no, ahí enfáticamente te digo que no, y si alguien de los compañeros te dicen que sí, miente, y si alguien te dice que pedían dinero, miente porque no hubo ninguno de esos dos factores [censura y payola].”⁴³

³⁹ Obviamente, aún no existía la Ley Federal de Radio y Televisión de 1969.

⁴⁰ Yolanda Moreno Rivas, *Historia ilustrada de la música popular mexicana*, citada por Víctor Roura, “La música moderna es justamente esa que está usted escuchando en la radio”, en Alva de la Selva; *et. al., Perfiles del cuadrante*, 120.

⁴¹ Medina Morales, *op. cit.*, 229.

⁴² *La historia detrás del mito: Ídolos del rock and roll*. 5ta temporada. Transmitido por Azteca 13 el 3 de marzo de 2012. También en <http://serlesa.com.mx/?tag=los-spitfires>

⁴³ Francisco Domínguez *El Abuelo*, teclista de Los Rebeldes del Rock, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 8, véase completa en Anexo.

Al iniciar la década de los setenta ya era impensable censurar “Juan charrasqueado” o “Aventurera”,⁴⁴ no obstante, la censura presentó uno de los casos más conocidos dentro el rock nacional con una pieza incluida en el disco sencillo de Love Army de 1971 editado por Cisne/Raff: “Caminata cerebral”.⁴⁵ Lo curioso de este caso es que existen dos versiones de la canción, una en español y otra en inglés. La versión censurada fue la hispana mientras que la anglófona tuvo rotación en radiodifusoras, esto a pesar de que ambas decían lo mismo:

“Caminata cerebral”: *Oye Cristo no regreses/no te vayan a rapar/es la era del Acuario, nadie te entenderá/sí, porque si regresas/no vas a predicar/nomás de ver tus pelos la gente se va a asustar/y te van a hacer llorar.*

“Walk within my brain”: *Hey Christ don't return/they will shave your head/nobody will understand your age of Aquarius/yes, because I know if you don't return/you won't preach/people will see your long hair and get scared/and they will make you cry.*

II.3.1. El efecto Avándaro

También en 1971, sucedió el Festival de Rock y Ruedas de Avándaro, evento que puede ser considerado un hito en la historia del rock mexicano. La siguiente es la respuesta de Ramiro Garza, en aquel entonces director de *Radio Variedades*, a la pregunta sobre si existió censura del rock posterior a Avándaro: “Sí, cómo no. No le llamaban censura, le llamaban limitación, porque te meten un argumento legal.”⁴⁶

El Festival de Rock y Ruedas de Avándaro fue un concierto de rock en el que participaron 11 agrupaciones mexicanas⁴⁷ entre la noche y la madrugada del 11 y 12 de septiembre de 1971. Las notas periodísticas de diarios como *Excelsior*, *El Día* y *El Universal* estimaron la presencia de *más* de 150 mil jóvenes, mientras que José Agustín eleva la cifra en *Tragicomedia mexicana II* a 250 mil.

⁴⁴ Entonces ya funcionaba la *Ley Federal de Radio y Televisión* de 1969, la cual contiene el artículo 63 citado anteriormente.

⁴⁵ Merced Valdez Cruz, *Ahí la llevamos cantinflando... Rock mexicano*, editado por Encuadernaciones López, México, 2002, 70.

⁴⁶ Ramiro Garza, entrevista realizada para la investigación, pregunta 11, véase completa en Anexo.

⁴⁷ 11 agrupaciones anunciadas de manera oficial, pero antes del festival hubo diversos *palomazos* y grupos no anunciados.

Medios de comunicación y la opinión pública se escandalizaron, basta revisar las primeras planas del periódico *Excelsior* de la quincena siguiente al festival para ver que todos los días salía, al menos, una nota relacionada a este.

La organización de Avándaro corrió a cargo de personas que laboraban en *La onda de Woodstock*, programa dominical matutino del canal 2 de *Telesistema Mexicano* conducido por Jacobo Zabludovsky.⁴⁸ Luis de Llano Macedo fue la cabeza del proyecto que se planeaba como un contenido especial para el programa dominical. La expectativa fue alta, pues los jóvenes comenzaron a llegar a Valle de Bravo, municipio en el que se encuentra Avándaro, desde el 10 de septiembre. Además, diarios como *El Universal*, *El Día*, *La Prensa* y *Excelsior* enviaron corresponsales para cubrir la nota, de hecho, *Excelsior* envió a Parménides García Saldaña, exponente de la “literatura de la onda”.

La cobertura mediática no terminó ahí, *Radio Juventud 660 AM* se encargó de transmitir en vivo el festival. Se pueden encontrar desplegados en *La Prensa* y *Excelsior* del 11 de septiembre de 1971. La emisora envió a Agustín Meza de la Peña y a su director artístico, Félix Ruano Méndez, como locutores, en la producción desde la Ciudad de México el encargado fue Ramiro Garza.⁴⁹ La transmisión fue cortada alrededor de las tres de la mañana durante la actuación de Peace and Love a causa de la interpretación de “Marihuana” y unas mentadas de madre dichas por Ricardo Ochoa, vocalista de la agrupación.

⁴⁸ Luis de Llano Macedo, entrevista realizada por el autor para el documental *Rock sin ruedas* (sin publicar), pregunta 8, véase completa en Anexo.

⁴⁹ Javier Hernández Chelico, “Avándaro y la mentada que detuvo el tiempo”, en <http://www.jornada.unam.mx/2008/09/13/index.php?section=espectaculos&article=a10o1esp> Consultada el 27 de abril de 2011.

RADIO JUVENTUD
CANAL 66

**¡LA ONDA DE
AVANDARO...!**

¡HOY SABADO...!

A partir de las 8 p. m. y toda la Noche

FESTIVAL DE ROCK

No te lo pierdas

¡RADIO JUVENTUD!
En la Onda Pesada la Primera y la Mejor
CANAL 66

Fotografía tomada del periódico *Excélsior* del 11 de septiembre de 1971.

Agustín Meza de la Peña, uno de los locutores en Avándaro, recuerda el momento del corte: “Nosotros fuimos los que cortamos, nadie nos cortó la transmisión, el gerente de la estación nos ordenó que ya eran muchas horas de transmisión y que ya podíamos descansar, pero nosotros mismos fuimos los que dimos el final de la transmisión.”⁵⁰ Esto contrasta con la idea generalizada de que la transmisión fue cortada por la SEGOB, sin embargo, no hay pruebas de que así haya sido.

La censura radiofónica posterior a Avándaro no tardó en llegar, a tan sólo 11 días del festival, en el periódico *Excelsior* se podía leer una nota informativa con la siguiente información: “Las autoridades prohibieron la transmisión por radio de una canción titulada ‘Avándaro’ y la grabación de las canciones que se interpretaron en el festival ‘Rock y ruedas’, que se efectuó en el Estado de México [...] la mencionada dependencia envió sendos telegramas a las radiodifusoras para pedir que se retirara la canción, sin dar razón alguna para ello.”⁵¹

En la misma nota se asegura que el exhorto para evitar que la música de Avándaro llegara a los radioescuchas no sólo se entregó a radiodifusoras, sino también a empresas discográficas: “la Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión que preside Joaquín Vargas envió una circular a todas las compañías grabadoras, en la que pide a las mismas se abstengan de realizar discos con la música que se interpretó en Avándaro, a sugerencia de las autoridades de gobernación.”⁵²

En el capítulo dedicado al Festival Avándaro de *Rebeldes con causa* de Eric Zolov,⁵³ el autor hace una descripción más detallada de cómo las limitantes anteriores afectaron a agrupaciones como La Revolución de Emiliano Zapata y a su disquera, Polygram, además de otros grupos y discográficas que planeaban impulsar comercialmente al rock mexicano, en especial al denominado *onda chicana*, que fue precisamente el que se tocó en Avándaro.

Tan sólo dos días después de publicada la nota de *Excelsior*, la industria radiofónica se encontró con otra limitación: “Las empresas grabadoras tendrán que incluir en breve una descripción de las grabaciones (tanto al centro del disco como en la portada de los mismos) que diga: ‘Este disco no

⁵⁰ Agustín Meza de la Peña, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 6, véase completa en Anexo.

⁵¹ Agustín Salmón, “Prohibieron la grabación de música que se tocó en Avándaro”, *Excelsior*, 23 de septiembre de 1971, Sección B, 10.

⁵² *Ibid.*

⁵³ Eric Zolov, *Rebeldes con causa: la contracultura mexicana y la crisis del estado patrarcal*, Norma, México, 2002, 303.

es para radiodifusión', cuando se trate de canciones con letras impropias, es decir, que ofendan la moral y las buenas costumbres del público."⁵⁴ La disposición se basó en el artículo 63 de la *Ley Federal de Radio y Televisión*, además, en la nota se mencionan algunas canciones que figuran en la lista de censura: "A que no te vas conmigo", "Taquito callejero", "La mesera", "Las dos nachas" y "Yo te amo, yo tampoco".⁵⁵ Es curioso que, al menos en la nota, no se hace mención de ninguna canción de rock.

No se debe dejar de lado el cese que Grupo Oro, poseedor de *Radio Juventud*, emisora que transmitió en vivo el festival, dio a Ramiro Garza, Adrián Ojeda y Félix Ruano Méndez 12 días después del festival. Félix Ruano, Agustín Meza de la Peña y Ramiro Garza fueron multados por la Secretaría de Gobernación por haber permitido que la canción "Marihuana" y las mentadas de madre dichas por Ricardo Ochoa salieran al aire (en un inicio la multa iba a ser quitarles de por vida la licencia de locución, pero el castigo sólo quedó en 15 días de inactividad). Sin embargo, a la par de la multa, el 24 de septiembre de 1971 se anunció la salida de Garza, Ojeda y Ruano de Grupo Oro: "los tres directores artísticos de las seis estaciones de radio que controla la empresa Grupo Oro recibieron ayer el intempestivo anuncio de su cese. Se informó que es una medida como consecuencia del reajuste de personal que realiza esa negociación radiofónica [...] se afirma que su cese en el Grupo Oro no tiene nada que ver con esa situación [Avándaro]."⁵⁶

A propósito de la transmisión de la canción "Marihuana" (que fue calificada como un acto de apología al consumo de drogas) y de la frase: *chingue a su madre el que no cante* dicha por Ricardo Ochoa de Peace and Love durante el Festival Avándaro, la Dirección General de Educación Audiovisual giró una recomendación a las radiodifusoras para recordar el uso del buen lenguaje que debían hacer: "Esta disposición se dicta en virtud que nos hemos percatado de que, fundamentalmente en las estaciones llamadas 'de complacencias' y en las 'juveniles', los locutores, cronistas y comentaristas, además de los entrevistados y el público que hace llamadas

⁵⁴ Roberto Ramírez, "Sólo discos autorizados podrán ser difundidos por estaciones de radio", *Excélsior*, 25 de septiembre de 1971, Sección B, 11.

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ "Cesaron a Félix Ruano, Ojeda y Ramiro Garza", *Excélsior*, 24 de septiembre de 1971, Sección B, 14.

telefónicas abusan del uso del lenguaje inapropiado, contribuyendo así a la corrupción del idioma, de las buenas costumbres, las tradiciones y las características nacionales.”⁵⁷

II.3.2. Coqueteos con la difusión mediática⁵⁸

Una década después de Avándaro, la situación para el rock mexicano comenzó a modificarse poco a poco. Los medios de comunicación (radio y TV) comenzaron a abrir nuevamente sus transmisiones a algunos grupos, aunque con algunas condiciones sobre su música o su aspecto visual.

El grupo Chac Mool representa el paso del *underground* a la difusión constante en algunas estaciones de radio. La banda mexicana originalmente se definía como rock progresivo con temas que sobrepasaban los cinco minutos de duración y que no necesariamente tenían letra, pero en 1984 mudaron al new wave que estaba de moda entonces con el disco *Caricia digital*. Las canciones se hicieron más cortas y tenían letra con el fin explícito de tener difusión en medios.

“Ah no, pues sí. Pepe Navar que era nuestro productor con Chac Mool nos decía eso de hacer música radiable, ¿no? Después los tres primeros discos en Polygram, también me decía que me cortara la greña a güevo, que nos despidiéramos de la flauta de Jorge [Reyes], de los violonchelos y a hacer rolas de tres minutos para entrar en la radio, ¿no? Una onda new wave, completamente diferente a lo que teníamos y así fue como sucedió”.⁵⁹

La experiencia de Botellita de Jerez no fue diferente a la de Chac Mool, pues ambas agrupaciones tuvieron apariciones en medios aunque no con plena libertad sobre sus actos: “No es que nos censuraran directamente, pero ‘Alármala de tos’ era una rola que no podíamos tocar en radio [...] porque decíamos que ‘violola y matola con una pistola.’”⁶⁰

⁵⁷ “Exhorto a locutores para que hagan buen uso del lenguaje”, *Excélsior*, 27 de septiembre de 1971, Sección B, 15.

⁵⁸ Este subtema está focalizado en el rock mexicano, sin embargo, para el periodo referido (década de los ochenta en adelante), Javier Trejo Garay revela algunos casos de censura ocurridos en *FM Globo* y *97.7* con artistas de pop, ver entrevista realizada para este trabajo, pregunta 14, completa en Anexo.

⁵⁹ Carlos Alvarado, teclista de Chac Mool, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 7, véase completa en Anexo.

⁶⁰ Armando Vega Gil, bajista de Botellita de Jerez, entrevista realizada para este trabajo, preguntas 6 y 7, véase completa en Anexo.

En esa misma década (1980), Jaime López lanzó el álbum *La primera calle de la soledad*, disco que demuestra con una de sus piezas que la censura no sólo se da en estaciones concesionadas: “[...] no voy a decir la radio, no crean que le voy a dar patadas al pesebre, pero fue en una radio cultural. Los que nunca pensé que lo fueran a hacer, incluso me iban a apoyar. [La censura] fue con ‘Bonzo’, nomás por decir que ‘Dios está en el infierno’ no la quisieron difundir.”⁶¹

En la última década del siglo XX, el panorama pareció ser el mismo, Cuca es un ejemplo de ello: “[...] nomás por el nombre, el vocabulario. Salió ‘Cara de pizza’ y Culebra, que era la disquera, sacó el sencillo con un *bip*, un chingadazo, pero realmente nunca entraron [las canciones] de lleno a la radio.”⁶²

Maldita Vecindad también experimentó omisiones provocadas por el nombre: “[...] te digo que en algunas radiodifusoras, lamentablemente no tengo en nombre de estas, pero no decían Maldita Vecindad sino La Vecindad, pero fue censura de la radio, no de nosotros, ni de la disquera.”⁶³

El caso de las groserías es interesante, pues más allá de que están prohibidas las palabras procaces en toda transmisión de radio y TV por el artículo 63 de la *Ley Federal de Radio y Televisión*, hay otro factor por el cual se censuran: el buen gusto. Así lo cita Javier Trejo Garay: “Por lenguaje, todavía si se escucha por ahí alguna grosería, algún *güey*, un *me vale madres*, sigue siendo un poco chocante todavía, pero al aire no existe una censura como tal, es más como de buen gusto, más que de castigar o censurar una canción y pasa al final por la política de la estación o del programador.”⁶⁴

Actualmente, el tema de la censura continúa. Ahora la discusión está focalizada en el supuesto peligro de difundir narcocorridos en medios de comunicación, bajo el argumento de que se trata de apología de la violencia, también condenada en el artículo citado de la Ley.

⁶¹ Jaime López, solista, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 5, véase completa en Anexo.

⁶² Carlos Avilés, bajista de Cuca, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 5, véase completa en Anexo.

⁶³ José Luis Paredes Pacho, ex baterista de Maldita Vecindad, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 7, véase completa en Anexo.

⁶⁴ Javier Trejo Garay, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 14, véase completa en Anexo.

Sin importar que los temas musicales censurados violen o no el artículo 63 de la *Ley Federal de Radio y Televisión*, es cierto que una de las consecuencias de dejar fuera de la transmisión radiofónica canciones, grupos o todo un estilo musical, es sesgar la posibilidad de que el auditorio conozca novedades musicales. También es cierto que no existe estación de radio capaz de difundir todas las expresiones musicales, en principio porque el tiempo no basta. La censura puede funcionar como un filtro de lo que se escuchará en la radio, sin embargo, también puede ser usada como un acto totalitario de quienes poseen los micrófonos y los permisos o concesiones radiofónicas. Si bien, colocar un bip sobre una canción que dice groserías está apegado a la ley, que el gobierno *recomiende* que no se transmita cierta música y no se graben discos de todo un estilo musical, como sucedió en la década de los setenta a causa de un festival de música, puede parecer excesivo, ya que puede ser visto como una violación a la libertad de expresión.

II.4. “La llave mágica” de la programación: la payola

Promoción, trato, intercambio, amistad, *marketing*, sociedad. Existen muchos términos para cobijar a uno que nadie quiere decir delante de un micrófono prendido: payola.

Cabe aclarar que esta investigación no está en contra del negocio radiofónico, ni de la promoción comercial de canciones, grupos o solistas. El lucro de la radiodifusión está aceptado por la ley mediante la figura de las concesiones. Sin embargo, en este punto se expondrá un factor que interviene directamente en la programación y que se maneja *bajo el agua* como es la payola. El problema no es que se pague por programar una canción, el problema es que no se haga del conocimiento público ese pago y, peor aún, que no se declare económicamente; por lo general, en la payola no hay facturas.

II.4.1. Orígenes de la payola

El término payola nace de la combinación de la palabra pago (originalmente en inglés *pay*) y vitrola (un tocadiscos), así *pay* + vitrola = payola.⁶⁵ Una definición en español de este término dicta que es

⁶⁵ Shirley Biagi, *Impacto de los medios*, Thompson, 7ª edición, México, 2006, 121.

la “práctica de aceptar pagos por pasar discos específicos en las estaciones de radio.”⁶⁶ En realidad, no se trata más que de un tipo de soborno, en el que un promotor (enviado por una disquera o independiente) ofrece desde mercancías hasta viajes a programadores, gerentes y/o locutores de radio con tal de que lograr cuadrar canciones.

Esta práctica ha sido muy criticada y, a diferencia de la censura, tiene registros de existencia más recientes, es exclusiva de los medios audiovisuales (en el medio impreso se le llama *chayote* o *chayotazo*, entre otros términos) y tiene sus inicios formales en los años cincuenta en Estados Unidos. Además, está relacionada con el rock and roll y el hito que este género provocó en la industria musical en aquella década.

Hablar de la primera vez en que se ejecutó la payola como tal sería arriesgado porque no existe un documento que certifique la primera ocasión en que un programador o dueño de estación recibió dinero por parte de alguien que quería incluir un contenido musical en una emisora. Pero sí hay registros de la primera ocasión en que se emprendieron acciones legales en contra de alguien por recibir pagos: el nombre del sujeto es Alan Freed, un locutor que fue acusado en 1959 por haber recibido dinero a cambio de programar música. Curiosamente, Freed apoyó la difusión de blues en estaciones de radio y hay quienes aseguran que fue él quien le puso nombre al rock and roll.⁶⁷ Pues bien, Freed fue acusado en 1959 de recibir pagos por tocar música enviada por promotores y a partir de ese momento la popularidad de este locutor fue en picada.

“En mayo de 1960, el gran jurado de Manhattan acusó de robo comercial a ocho hombres por aceptar más de 100 000 dólares en pagos por pasar discos. El más destacado de ellos, Alan Freed, había trabajado en Cleveland (donde tenía el crédito de haber creado el término *rock and roll*) y en la WABC de Nueva York. Se le acusó de 26 cargos por aceptar pagos cuando fue a juicio en febrero de 1962. Se declaró culpable de dos de los cargos, pagó una multa de 300 dólares y quedó sujeto a seis meses de libertad bajo palabra. Posteriormente se le declaró culpable de evasión de impuestos sobre la renta. Murió en

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Rock_and_roll Consultada el 03 de febrero del 2010. Es importante mencionar que en la página oficial de Alan Freed (<http://www.alanfreed.com/wp/biography/>) se escribe lo siguiente al respecto: “he had to begun to use de term ‘rock and roll’ to describe his show, if not the music he was playing” (comenzó a usar el nombre ‘rock and roll’ para describir a su programa, no la música que tocaba), pero aún con esto hay quienes aseguran que Freed inventó el nombre rock and roll para la música.

1965 mientras esperaba juicio a la edad de 43 años. En septiembre de 1960, el Congreso modificó la Ley Federal de Comunicaciones para prohibir el pago de efectivo o regalos por reproducir música al aire.”⁶⁸

En México también hay payola, de eso habló Jorge Ávila, ex gerente de compilaciones de Universal Music, cuando se sinceró ante la prensa en agosto de 2003 y explicó las técnicas ejercidas en el medio. Entre muchas de sus afirmaciones se encuentra la siguiente relacionada con el inicio de esta actividad en México: “el primero en pagar porque tocaran un tema de Los Diamantes en radio fue Ignacio Morales y desde entonces es una práctica común.”⁶⁹ Fernando Mejía Barquera agrega en *El soundtrack de la vida cotidiana* que Ignacio Morales era parte de la disquera IM y que el pago expedido fue de 150 pesos.⁷⁰ Por otro lado, en el mismo texto de Mejía Barquera aparece la siguiente cita: “El movimiento de la payola comenzó en 1958, en estaciones que transmitían música popular, como *Radio Variedades*. Ya en los sesenta se incorporaron estaciones como *Radio Mil*, *XEDF* y *Radio Sinfonola*. En los setenta, las disqueras compraban el tiempo (para difundir) cinco o seis números musicales a estaciones de radio.”⁷¹

Lo curioso en esa cita es que 1958 es el mismo año de nacimiento de *Radio Variedades*, por lo que se podría pensar, tomando en cuenta dicha información, que desde su inicio esa estación aceptó sobornos.

Un caso que aparenta presentar payola es protagonizado por el cantante Emmanuel Trejo Garay lo recuerda: “[...] creo fue [con] “La última luna”, no [fue] en *FM Globo* pero sí en *Radio Cañón* que todavía existía. El día de la presentación la tocó todo el día. Acababa la canción y la volvían a poner. ¿Por qué se hacía esto?, porque había algún interés de por medio, cuando hablo de interés es porque había lana.”⁷²

Volviendo al caso de Jorge Ávila, resulta interesante porque se trata de la única ocasión en que un ejecutivo de una discográfica ha hablado abiertamente del tema. La payola es un tópico tabú

⁶⁸ Shirley Biagi, *op. cit.*, 121.

⁶⁹ Claudia Contreras, “Admite disquera pago de ‘payola’”, *El Universal*, Espectáculos, 06 de agosto, 2003, http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=46765&tabla=espectaculos Visitado el 13 de noviembre de 2011.

⁷⁰ Mejía Barquera, *op. cit.*, 181.

⁷¹ Verónica Piña Jarillo citada en *ibid*, 180.

⁷² Javier Trejo Garay, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 16, véase completa en Anexo.

dentro de la radio y además es difícil comprobar su existencia. En 2010, el tema volvió a ser tratado discretamente, en esa ocasión por parte de Rosalía Baún Sánchez, presidenta de la Asociación Nacional de Locutores de México (ANLM), quien aceptó que la payola continúa existiendo.

"Hay gente sin escrúpulos que sólo busca aprovecharse de los demás, pero yo le recomiendo a todos los artistas que mejor compren su tiempo radiofónico, porque sería un dinero que pagarían con gusto por la promoción de sus canciones. La única verdad es que la payola nunca va a dejar de existir, mientras no se paguen los espacios."⁷³

II.4.2. Opiniones sobre la payola

Como ya se mencionó en el apartado sobre la censura, el teclista Francisco Domínguez asegura que ni la censura ni la payola existieron en la década de los sesenta. Otras opiniones al respecto también resultan contundentes. Armando Vega Gil menciona lo siguiente en el caso de Botellita de Jerez: "Nunca ha habido ni de payola, ni de relación de acuerdos ni de nada."⁷⁴ La opinión de Carlos Alvarado es exactamente la misma: "Nosotros nunca tuvimos la onda de la payola, ¿no? Nunca tuvimos que dar eso."⁷⁵ La experiencia de José Luis Paredes Pacho no es diferente a las anteriores: "Y payola tampoco, nosotros evidentemente ni teníamos los recursos para ejercerla, yo creo que fue más bien producto de esta apertura que hubo momentánea hacia el rock [de inicios de la década de los noventa.]"⁷⁶

En la entrevista simultánea con Jaime López y Carlos Avilés ambos músicos explicaron sus vivencias y revelan una característica sobre la ejecución de la payola:

"Jaime López: Sí, sí existe la payola, curiosamente el origen fue el rock: *pay-ola*, *rockola*. Es que siempre hay que aclarar que Frank Zappa pagaba porque lo difundieran. También los primeros productores de música racial, el blues, pagaban, y qué decir de los orígenes del rock. En México fue con un sentido inverso, se pagaba por lo más chafa, por eso vino esa

⁷³ Cable de Notimex, "Abrirá ANLM espacios en la radio para actores de comedia", <http://www.publimetro.com.mx/entretener/abrira-anlm-espacios-en-la-radio-para-actores-de-comedia/njfD!zUcNARIPXI18dmqY3AU@vw/> Revisado el 15 de marzo de 2011.

⁷⁴ Armando Vega Gil, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 5, véase completa en Anexo.

⁷⁵ Carlos Alvarado, entrevista para la investigación, pregunta 13, véase completa en Anexo.

⁷⁶ José Luis Paredes Pacho, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 7, véase completa en Anexo.

aversión a la payola. En mi caso directamente yo nunca he pagado payola, además se me hace extraño que me difundan sin pagarme, es más, que me paguen por difundirme.

Carlos Avilés: No, la verdad nunca me enteré, no sé cómo lo manejaría la disquera en ese momento.

Jaime López: Pero ellos lo hacían por ti, ‘zapatero a tus zapatos’. Si tú estás haciendo lo que crees que debes hacer, que paguen otros porque lo difundan.

Carlos Avilés: Ahora, por los escasos resultados yo creo que nunca pagaron.

Jaime López: O pagaron muy poco.⁷⁷

Lo que tienen en común todas las opiniones anteriores es que provienen de músicos, quienes por lo general no son los encargados de acercarse a las radiodifusoras para ofrecer su música. Tal como lo menciona Jaime López: “ellos [la gente de la disquera] lo hacían por ti [el pago de la payola.]” Una de las funciones de los promotores (de disqueras o independientes) es invitar a los radiodifusores a que toquen ciertas canciones y es en ese ofrecimiento cuando puede aparecer la payola por medio de regalos o pagos que no tienen factura o forma de comprobación. Por ello, los músicos no están enterados totalmente sobre los acuerdos que se puedan tener entre la disquera y la emisora.

Sin embargo, “hay muchos que dicen que existe la payola pero no aceptan salir como fuente por el temor de que entonces se las apliquen, de ‘no entras porque dijiste que había payola’. En lo personal pienso que sí existe, sin embargo, es difícil documentar. Por lo tanto queda como una hipótesis difícil de comprobar y que para hacerlo habría que documentarla, pero digamos que es muy probable que sí exista.”⁷⁸

II.4.3. La payola y las cuatro grandes disqueras trasnacionales⁷⁹

En este punto cabe exponer cómo funciona la payola y los actores que intervienen en ella. En primer lugar, son dos partes las que participan en este negocio: una debe pertenecer a la estación de radio, puede ser un locutor, el programador o el gerente (encargado) de la estación. La otra parte es un agente externo a la emisora, que puede ser el representante de una banda o solista, el

⁷⁷ Jaime López y Carlos Avilés, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 6, véase completa en Anexo. Subrayado del autor.

⁷⁸ Fernando Mejía Barquera, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 6, véase completa en Anexo.

⁷⁹ Basado en lo expuesto por Jorge Ávila. Periódico *Reforma*, sección Gente, del 6 al 13 de agosto de 2003.

promotor artístico de una disquera (o independiente) o la propia banda, o solista, que pretende que su música sea transmitida.

Uno de los elementos externos a las estaciones de radio que han sido señalados como coautores de la payola son las disqueras. A partir de los cincuenta comenzaron a figurar las siguientes empresas discográficas en México: Orfeón, RCA Victor, Capitol, Musart, CBS Columbia, Peerles, Polydor y Polygram, además del papel que desempeñó Cisne/Raff como principal editora de discos de rock mexicano posterior a Avándaro.

Actualmente existen *cuatro grandes* disqueras que tienen presencia en gran diversidad de países, entre ellos México. Son las siguientes:

Sony Music: La empresa Sony es de origen japonés, a finales de la década de los ochenta compró la disquera CBS (de Estados Unidos) para fundar Sony Music Entertainment. Posteriormente, en 2004, se realizó una sociedad con BMG (Alemania) en la que ambas compañías tenían el 50% de las acciones. Finalmente, en 2008, Sony compró las acciones de BMG. Así que Japón, Estados Unidos y Alemania tuvieron que ver para la formación de esta discográfica, sin embargo, la matriz de la compañía se encuentra en Nueva York. Algunos de sus artistas son Britney Spears, Foo Fighters, Kings of Leon, Michael Jackson y Shakira. El catálogo de mexicanos lo componen Camila, Alejandro Fernández, Reyli, Natalia Lafourcade y Kalimba, entre otros. A continuación la lista de algunas de sus filiales, subsellos o propiedades más importantes: Ariola, Columbia, Epic, Jive Records, LaFace Records, RCA Records, Toka Discos, Pop Art Discos y, en México, Culebra.

Universal Music: De origen estadounidense. Se fundó en 1996, inicialmente fue Decca Records, posteriormente se convirtió en MCA, hasta que en 1996 se fusionó con Polygram para formar Universal Music Group. Algunos de sus artistas son Lady Gaga, Eminem, Black Eyed Peas, Rihanna y Justin Bieber. El catálogo mexicano lo componen Dulce María, Paulina Rubio, Fanny Lu, El Chapo y Los Recoditos, entre otros. A continuación la lista de algunas de sus filiales, subsellos o propiedades más importantes: Interscope, Geffen, Island, Def Jam, Motown, Decca, Polydor y Mercury.

EMI (Electronic and Music Industries) Music: Desde su fundación en 1931 en Londres, Inglaterra, había permanecido como EMI y sin fusiones o ventas. Sin embargo, Vivendi, grupo empresarial francés poseedor de Universal Music, compró la discográfica inglesa en noviembre de 2011.⁸⁰ Algunos de sus artistas internacionales son Kylie Minogue, Gorillaz, Katy Perry, Robbie Williams y Coldplay. En México, el catálogo lo componen Zoé, Panda, Jaguares, Belinda y Alejandra Guzmán, entre otros. A continuación la lista de algunas de sus filiales, sub sellos o propiedades más importantes: Virgin, Capitol, Liberty, Parlophone y Fonovisa.

Warner Music: De origen estadounidense. En 1958, se fundó con el nombre de Warner Bros. Records. En 1971, cambió a WEA y fue en 2004 cuando se desligó de Time Warner que se convirtió en Warner Music Group. Algunos de los artistas del catálogo internacional lo componen Led Zeppelin, Bruno Mars, Linkin Park, Madonna y Paramore, mientras que en México, Luis Miguel, Sandoval, Yuri, Motel y Yahir son una muestra de los músicos que tiene contratados. A continuación la lista de algunas de sus filiales, sub sellos o propiedades más importantes: Atlantic, Elektra, Fueled by Ramen, Roadrunner Records, Maverick, Reprise, Vice Records, Sub Pop y Epitaph.

Las anteriores no son las únicas disqueras en el mundo. No obstante, son las de mayor presencia y potencial dentro de la industria musical en la actualidad. Además, todas ellas integran dentro de su catálogo de artistas a bandas y solistas de diferentes géneros que, en México, pueden variar entre la música grupera, la cumbia, el rock, pop y electrónica. Para constatar el potencial comercial y de exposición que tienen dichas disqueras sólo basta ver el *top* semanal o mensual de una estación de radio de formato Top 40. La siguiente es la lista de popularidad que se muestra en la página oficial de *Los 40 Principales* de la semana del 28 de febrero al 6 de marzo del 2011.⁸¹

⁸⁰ Europa Press, publicado en El País.

http://www.elpais.com/articulo/cultura/Vivendi/Universal/compran/EMI/1400/millones/elpepucul/20111111elpepucul_12/Tes 11 de noviembre de 2011.

⁸¹ <http://www.los40.com.mx/oirtop.aspx?Id=1384745> Sitio web de *Los 40 Principales*, visitado el 6 de marzo de 2011.

Lugar	Nombre de la canción	Grupo o solista	Disquera
01	“Lo mejor de mi vida eres tú”	Ricky Martin	Sony Music
02	“Firework”	Katy Perry	EMI
03	“Bésame”	Camila	Sony Music
04	“The time”	Black Eyed Peas	Universal Music
05	“Sale el sol”	Shakira	Sony Music
06	“Tonight”	The Jonas Brothers	Hollywood Records ⁸²
07	“Soñé (Unplugged)”	Zoé	EMI
08	“DJ got us falling in love”	Usher	LaFace Records ⁸³
09	“Un Nuevo amor”	María José	Warner Music
10	“No me voy a morir”	Belanova	Universal Music
11	“Hold it against me”	Britney Spears	Sony Music
12	“Día de suerte”	Alejandra Guzmán	EMI
13	“Club can’t handle me”	Flo Rida	Atlantic Records ⁸⁴
14	“Quien te quiere como yo”	Carlos Baute	Warner Music
15	“Clavo que saca otro clavo”	Paty Cantú	EMI
16	“Just the way you are”	Bruno Mars	Elektra Records ⁸⁵
17	“Me río de ti”	Gloria Trevi	Universal Music
18	“Mujer de fuego”	Luis Miguel	Warner Music
19	“Born this way”	Lady Gaga	Universal Music
20	“Quisiera saber”	Los Daniels y Natalia Lafourcade	Culebra Records ⁸⁶
21	“Never say never”	Justin Bieber	Island Records ⁸⁷
22	“La canción del pescado”	Alex Ubago	Warner Music
23	“What’s my name”	Rihanna	Universal Music
24	“Prohibido quererme”	OV7	Sony Music
25	“Ya no”	Dulce María	Universal Music
26	“Donde te perdí”	Motel	Warner Music
27	“On the floor”	Jennifer López	Def Jam Recordings ⁸⁸
28	“Ya lo sabes”	Antonio Orozco	Universal Music
29	“Raise your glass”	Pink	LaFace Records
30	“Canción de amor caducada”	Melendi	Warner Music
31	“What the hell”	Avril Lavigne	Sony Music
32	“Eras tú”	Leonel García	Sony Music
33	“Raise your glass”	Pink	LaFace Records

⁸² Hollywood Records pertenece a Walt Disney.

⁸³ LaFace Records pertenece a Sony Music.

⁸⁴ Atlantic Records pertenece a Warner Music.

⁸⁵ Elektra Records pertenece a Warner Music.

⁸⁶ Subsello de Sony Music. El nombre es el mismo de una disquera de los noventa que formó parte de BMG Ariola y que lanzó discos de mano de la campaña Rock en Tu Idioma.

⁸⁷ Subsello de Universal Music.

⁸⁸ Subsello de Universal Music.

34	“Calaveras”	Benny Ibarra	Warner Music
35	“Higher”	Taio Cruz	Island Records ⁸⁹
36	“Lola Soledad”	Alejandro Sanz	Universal Music
37	“Alors on dance”	Stromae	Universal Music
38	“Y no regresas”	Juanes	Universal Music
39	“Barbra Streisand”	Duck Sauce	Fool’s Gold Records ⁹⁰
40	“Angel”	Akon	Universal Music

Como se puede apreciar, de los artistas que interpretan las 40 canciones que están dentro de este *top*, 29 están firmados directamente con las grandes disqueras (11 con Universal Music, 7 con Sony Music y Warner Music, y 4 con EMI) mientras que 10 están con subseos o filiales de las *cuatro grandes* y tan sólo uno (Duck Sauce) está firmado con una disquera independiente, como es el caso de Fool’s Good Records.

¿Por qué en las estaciones de Top 40 suena mayoritariamente la música proveniente de las grandes disqueras? La industria musical tiene una serie de actores definidos que conocen sus funciones. Se trata de un ir y venir de intereses: la estación de radio pasa la música que le manda la disquera con el fin de tener contenido musical y la disquera se beneficia al tener expuesta su mercancía.

En resumen, el modo de acción de la payola: existe un agente externo a la estación que se acerca a esta, ofrece su música y, para que se garantice el éxito en la programación musical, es posible que pague a alguien de la estación el tiempo al aire con dinero, bienes, servicios o favores, claro está, sin facturas o papeles firmados que dejen al descubierto la ejecución. Cada parte resulta beneficiada, la estación o el trabajador de esta consigue contenido musical, el promotor cumple con su trabajo y la disquera promueve el disco en la radio por medio de sencillos.⁹¹

“Las estaciones funcionan a base de música grabada, y por ello tienen un compromiso muy grande con las fábricas de discos. Las más comprometidas son las que transmiten música extranjera, sobre todo norteamericana, ya que su alianza con corporaciones disqueras transnacionales es más estrecha, al grado de que están suscritas a una especie de supercompañía que es enlace, en Estados Unidos, entre fabricantes de discos y

⁸⁹ Subsello de Universal Music.

⁹⁰ Independiente.

⁹¹ La forma de ejecución de la payola fue relatada por Jorge Ávila. Véanse *Reforma* y *El Universal* en sus respectivas secciones de espectáculos del 6 al 13 de agosto de 2003.

radiodifusores. Se trata de una compañía promotora de ventas por computadora que indica a las radiodifusoras cuántas veces al día, a qué hora y con qué intervalos tocar determinadas canciones. Según el nivel de popularidad deseado es la cantidad que debe pagar la fábrica de discos a la promotora. Los radiodifusores [...] no tienen otra alternativa: si no lo usan, no tienen la ‘antena’ para detectar los *hits*, pierden auditorio, baja el *rating*, hay menos anunciantes y, al fin, la posible quiebra. Muchas estaciones mexicanas pagan su cuota por ese servicio a la promotora norteamericana.”⁹²

Sin embargo, todo este proceso que parecería ser claro se difumina con algunas acciones:

“Vale la pena, ya que estamos en esto, ¿cómo disfrazas la payola? Pues es: me vas a dar una promoción. Yo me comprometo a tocar cuatro veces al día, o cinco veces al día, una canción pero aparte me vas a dar [...] a lo mejor viajes, dame cinco viajes a Acapulco para cinco personas todo pagado un fin de semana y es una forma de disfrazar la payola, porque entonces estoy tocando tantas veces a este artista porque me están dando una promoción para cinco ganadores a Acapulco.”⁹³

II.4.4. ¿Ilegal?

En México, la payola no es ilegal. Al menos en la *Ley Federal de Radio y Televisión* y en el *Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión* no se hace alusión a ella o a pagos que puedan recibir emisoras de agentes externos, ni siquiera en los artículos referentes a la publicidad. En ninguno de los 107 artículos (ni en los siete transitorios) que integran la Ley se menciona algo relacionado a la payola. En el único capítulo del título sexto “Infracciones y sanciones” (que es en el que podría existir algo relacionado a la payola, ya que se tiende a pensar que es un acto ilícito), este movimiento de corrupción no tiene existencia. En el Reglamento ocurre lo mismo: ausencia total de cualquier referencia a la payola. He aquí un ejemplo de una laguna legal en la que lo que no está penalizado por la ley no puede ser juzgado, castigado y, mucho menos, perseguido.

¿Entonces por qué existe la idea de que la payola es ilegal? Por la cercanía con Estados Unidos, país donde este acto sí está penalizada por la ley. La Federal Communications Commission (FCC), instancia encargada de la regulación de los medios de comunicación, incluye en su reglamento lo siguiente:

⁹² Alva de la Selva, *Radio e ideología*, 83.

⁹³ Javier Trejo Garay, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 16, véase completa en Anexo.

“When a broadcast licensee has received or been promised payment for the airing of program material, then, at the time of the airing, the station must disclose that fact and identify who paid for or promised to pay for the material. All sponsored material must be explicitly identified at the time of broadcast as paid for and by whom, except when it is clear that the mention of a product or service constitutes sponsorship identification.”⁹⁴

En México, en el plano moral, y en especial de la deontología profesional, la payola sí está castigada debido a que se trata de un acto corrupto que usa un bien de la nación (el espacio radioeléctrico) como medio de enriquecimiento de algunas personas,⁹⁵ por ello nadie acepta su ejecución, porque aunque no sean penalizados, la reputación y el profesionalismo de una persona del medio se viene abajo.

Aunada a la laguna legal, la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), órgano que aglutina a los concesionarios de radio y televisión, tiene publicados los *Principios para la creación de códigos de ética de las emisoras de radio y televisión*,⁹⁶ en donde se manejan nueve puntos (I. Lenguaje, II. Familia, III. Sociedad, IV. Convivencia humana, V. Religión, VI. Programas infantiles, VII. Noticias, VIII. Salud y ecología y IX. Publicidad) en los que tampoco se menciona nada relacionado a la payola. Todos esos puntos sirven como directrices para que cada medio en particular realice su propio código de ética interno, pero lo alarmante es que tampoco la CIRT deja claro nada en contra de la payola. También la omite al igual que la ley.

Por lo tanto, ni la legislación mexicana ni la ética profesional en México hablan respecto a la payola. Es un tema que se prefiere tener silenciado o, como se escribió al inicio de este subtema, nadie quiere hablar sobre él teniendo un micrófono encendido enfrente. La investigación mexicana también está rezagada en este tema. Es difícil encontrar estudios dedicados al cien por

⁹⁴ The FCC’s payola rules. <http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/PayolaRules.html> Revisado el 10 de marzo de 2011. Traducción: Cuando un concesionario recibió o le prometieron un pago por transmitir material al aire, la estación debe dar a conocer este hecho e identificar a la persona que pagó o prometió pagar por el material al momento en que se transmite. Todo material patrocinado debe ser identificado como tal y dar a conocer a quien pagó de manera explícita al momento de la emisión, a excepción de cuando se deja claro que la mención del producto o servicio constituye la identificación del patrocinio.

⁹⁵ Aunque la estación esté concesionada y, por ello, se le permita el lucro, la payola es un acto discreto en el que no hay pautas de publicidad que sean declaradas. Además, es un acto en el que el dinero no llega a la emisora, sino a los bolsillos de un trabajador de la estación, acto en el cual está usufructuando un bien de la nación.

⁹⁶ CIRT. <http://www.cirt.com.mx/cirt/etica.html> Revisado el 16 de marzo de 2011.

ciento a la payola en México, sin duda no sólo se trata de una laguna legal, también es una laguna en la investigación especializada.

La comprobación de la existencia de la payola es difícil, no se puede asegurar que las estaciones de Top 40 la ejercen sin tener pruebas de ello, pero queda una duda: en el caso de que no exista la payola, ¿por qué en todas las estaciones de este tipo suena exactamente la misma música? Javier Trejo Garay tiene una respuesta: “[...] lamentablemente, existe esta percepción de que un artista que no es conocido probablemente no le va a atraer a la gente, ya que está dada a escuchar lo conocido. Por eso poner o incluir muchas canciones, cantante o grupos nuevos es un riesgo para una estación de radio, riesgo entre comillas, porque debes darle la seguridad a la gente de que va a encontrar lo que ellos quieren escuchar. [...]”⁹⁷

Además de la uniformidad que requiere el formato Top 40, no se debe ignorar que las relaciones que entablan entre sí empresas discográficas y radiodifusoras suelen ser estrechas, esto con el fin de apoyarse mutuamente. Ambas se benefician: la estación de radio tiene contenido con el cual llenar la programación y la discográfica da a conocer la música que tiene a la venta. Con payola o no, la industria discográfica es un círculo cerrado en el cual pocos se arriesgan a tocar música que nadie más toca. Hay que recordar lo citado en el punto “¿Quién establece la agenda del medio?”: “después de todo, el establecimiento de la agenda es una parte importante del trabajo de relaciones públicas.”⁹⁸

II.5. El *top*. Las canciones que están *pegando*

Como ya se ha mencionado en párrafos anteriores,⁹⁹ esta investigación se centra en la música que se programó entre 1956 y 2006 en las estaciones de radio de Top 40 y, debido a que es imposible conseguir las grabaciones de dichas estaciones, una de las formas de saber lo que se programaba en ellas es por medio de las listas de popularidad o *tops* que se publicaban en revistas especializadas en música. Por esa razón es importante saber qué son las listas de popularidad, cómo intervienen en la programación de una estación de radio y lo fundamentales que son para la

⁹⁷ Javier Trejo Garay, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 11, véase completa en Anexo.

⁹⁸ McCombs, *op. cit.*, 199.

⁹⁹ Apartado “Jerarquización” del capítulo I de este escrito.

industria musical, ya que significan *fotografías* de la actualidad musical de un espacio-tiempo definido.

II.5.1. La popularidad radiofónica

Dentro del ámbito de la industria musical se hace por lo común una división en dos grandes grupos: en primer lugar está la música *culta, docta, de academia* o simplemente conocida como *clásica*;¹⁰⁰ en segundo lugar está la música *popular*.¹⁰¹ Ambas clasificaciones son agua y aceite aparentemente: mientras la primera clasificación se basa en una idea de la música como algo de difícil apreciación y que no está al alcance de cualquier persona, a la segunda clasificación se le relaciona frecuentemente con productos comerciales vacíos en cuanto valor estético y de fácil escucha para la gente que no cuenta con un oído *educado*. Todo esto parte de supuestos erróneos, sin embargo, están presentes.

De lo anterior habla Simon Frith en un texto llamado *Hacia una estética de la música popular* en donde el autor pretende encontrar una manera sociológica en la que la música pueda ser estudiada sin necesidad de entrar en el terreno de la musicología. Siguiendo la línea de esa dicotomía entre música culta y popular parecería que la primera no puede ser *popular* y la segunda no puede ser *culta*.

La radio también ha hecho distinciones entre ambos tipos de música. Ejemplo claro es que en *Opus 94.5 FM* difícilmente sonará algo de Thalía y en *Los 40 Principales 101.7 FM* nunca sonará algo de Joseph Haydn, al menos no como contenido principal, quizá sí suene como fondo musical o como parte de musicalización de un spot o ID,¹⁰² pero no como parte del contenido musical principal.

¹⁰⁰ La verdadera música clásica corresponde al periodo clásico (de ahí el nombre) que tiene como fechas límite 1750 y 1820. Aunque comúnmente se le suele definir con ese adjetivo a toda la música *de academia* sin importar si es renacentista, barroca, medieval o de cualquier otro periodo de la historia de la música.

¹⁰¹ En esta clasificación comparten lugar desde el rock and roll y el blues hasta la cumbia y la salsa con el pop, es la que Fernando Mejía Barquera define como música popular comercial. Véase Mejía Barquera, *op. cit.*, 434.

¹⁰² Identificación.

Una vez reseñada la distinción musicológica de la propia música, se puede seguir al punto siguiente: la popularidad de la música *popular*. ¿Qué hace de un grupo, solista o canción algo popular? Es conocido que algunos músicos de música popular son parte de una industria, la cual se guía por ventas y ese es un factor determinante para conocer la popularidad de algo: a más ventas mayor popularidad. En cuestión radiofónica pasa lo mismo, a más tocadas más popularidad.

Las ventas y las tocadas en radio no dan cuenta de la calidad intrínseca de la música, el auditorio no siempre basará sus gustos en el factor artístico, estético o teórico, “el término más equívoco en la teoría cultural es, en efecto, el de ‘autenticidad’. Lo que debemos examinar no es cuán verdadera es una pieza musical para alguien, sino cómo se establece *a priori* esa idea de verdad: la música pop de éxito es aquella que logra definir su propio estándar estético”,¹⁰³ es decir, la música pop (como apócope de popular) no tiene, sociológicamente hablando, los mismos estándares estéticos que la música *culta*, se guía por una estética y lógica propias en las que los objetivos para realizar una pieza musical pueden ser otros a los de la música *de academia*.

Claro que entre los objetivos se puede destacar que el compositor desee comunicar algo o dar a conocer un mensaje social, político, sentimental, ecológico, artístico, etcétera, pero el primer objetivo de la música *popular* difundida en medios de comunicación concesionados es vender discos o conciertos. ¿Cómo se pueden vender esos discos? Dando a conocer que existen por medio de la difusión radiofónica –principalmente- con sencillos promocionales. Esos sencillos promocionales encuentran su lugar en las estaciones de Top 40, emisoras que los ponen a competir entre sí en un *ranking* semanal, quincenal, mensual y/o anual con diferentes números de escaños o puestos a ocupar.

“Cada medición mide algo distinto o, para expresarlo de modo más exacto, cada medición construye su propio objeto de medida”,¹⁰⁴ así es que pueden existir listas de expertos dedicados a medir la calidad musical de un tema, pero las listas de las estaciones de Top 40 no buscan calidad necesariamente, buscan ventas, que el público conozca los temas musicales y que suenen en la radio. Eso es lo que se mide en las listas de popularidad y lo que hace popular a un músico o canción.

¹⁰³ Frith Simon. *Hacia una estética de la música popular*. Documento .pdf consultado en internet el 13 de septiembre de 2011. <http://sociologiacultura.pbworks.com/f/Frith.pdf> pp. 4

¹⁰⁴ *Ibid*, 5.

“Estas listas se nos presentan como un estudio de mercado: miden algo real –las ventas y las emisiones de radio- y lo representan con todos los atributos propios de un aparato científico y objetivo. Pero de hecho, lo que las listas revelan no es más que una definición específica de lo que debe ser computado como música popular: ventas de discos (en las tiendas adecuadas), emisiones de radio (en las emisoras adecuadas).”¹⁰⁵ Frith califica este tipo de listas como *toscas* y agrega: “Las listas proporcionan discos seleccionados conjuntamente en el seno de la comunidad de mercado, definen de un modo muy específico ciertos tipos de consumo como afirmación colectiva.”¹⁰⁶

II.5.2. Orígenes de las listas de popularidad musicales

La elaboración de listas de popularidad de canciones está históricamente ligada a la radio. En 1935, comenzó un programa llamado *Your hit parade* que se transmitía por las señales de NBC y CBS en Estados Unidos.¹⁰⁷ Lo curioso de este programa es que en sus inicios el orden de las quince canciones que programaban era aleatorio, es decir, no había una jerarquización. Fue hasta después de algunos años, y con el éxito del programa, que se comenzó a realizar la figura de conteos ascendentes, en donde la primera canción que se tocaba era el lugar quince hasta llegar al final del programa con la canción número uno de la semana.

Desde aquel entonces ya se daban a conocer las tres principales fuentes empleadas para armar las listas de popularidad (mencionadas también en el punto “¿Quién establece la agenda del medio?” del capítulo I de este escrito):

- 1) La música y su relación con las estaciones de radio. Ya fuera por el número de tocaditas al día o las veces que el público llama a la estación pidiendo un tema musical.
- 2) Cifras de tiendas de discos; ventas semanales.

¹⁰⁵ *Ibid*, 4.

¹⁰⁶ *Ibid*, 5.

¹⁰⁷ Octavio Ortiz Gómez, *El surgimiento del rock y su asentamiento internacional como producto cultural de masas, 1950-1973: tradición e innovación en el desarrollo de una música popular juvenil transnacional y sus nexos consolidación cultural de masas y la industria cultural en el mundo*, Tesis de Maestría en Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 2007, 161.

- 3) Las revistas especializadas de música que mostraban los *tops* de las canciones más exitosas de la radio (aunque en ocasiones las listas armadas por las revistas recurrían a las dos primeras fuentes).
- 4) Los informes de investigación de audiencia.

Pero desde esos años (década de 1930) no se programaba cualquier tema musical, ni a cualquier autor, ya que “*Your hit parade* presentaba sólo la corriente dominante de la música popular de la época, aquella que prefería la clase media blanca.”¹⁰⁸ Por lo que aún no se podía tocar blues debido a que se tomaba como un *género de negros*. Esta misma clasificación correspondió también al rock and roll durante los primeros años de la década de los cincuenta, por lo que en sus inicios tampoco encontró lugar en listas de popularidad. Fue hasta que llegaron Alan Freed, como locutor, y Bill Halley and His Comets, Jerry Lee Lewis y Elvis Presley, como músicos blancos, que el rock and roll comenzó a gozar de las mieles de la programación radiofónica y las cimas de las listas de popularidad.

La tercera fuente a la que recurren las listas de popularidad (revistas) es quizá la más exitosa de este tipo de ejercicios de la industria musical. Tan sólo basta remitirse al nombre e historia de *Billboard* para darse cuenta qué tan importante son los *tops* en esta industria y, sobre todo, lo rentables, económicamente hablando, que pueden ser. Al tratar el tema de las listas de popularidad es inevitable recurrir al ejemplo de *Billboard*. Confiable o no, amañada o no, actualmente un intérprete que llega a la cima del *Hot 100* de *Billboard* es sin duda alguna el rey del momento musical.

Billboard fue fundada en 1894 por William H. Donaldson y James H. Hennegan. Entonces la publicación difundía actos circenses, ferias y demás actos de entretenimiento. En 1909, incorporó contenidos de filmes y a partir de la década de los veinte comenzó a tratar temas enfocados a la radio.¹⁰⁹ La publicación de listas musicales llegó hasta el 4 de enero de 1936, pero fue el 4 de agosto de 1958 cuando tomó forma el *Hot 100*, la lista más reconocida de *Billboard* en la que se agrupan a las canciones más exitosas del momento sin distinción por géneros. El 4 de julio de

¹⁰⁸ *Ibid.*

¹⁰⁹ *Billboard (magazine)*, Wikipedia en inglés. http://en.wikipedia.org/wiki/Billboard_%28magazine%29
Consultada el 22 de marzo de 2011.

1970, *Billboard* estrenó *American Top 40*,¹¹⁰ un programa radiofónico en el que se dedicaban a tocar los primeros 40 lugares del *Hot 100*, el cual sigue al aire.¹¹¹

II.5.2.1. Las listas mexicanas

Nunca ha existido en México un modelo de listado tan sólido y exitoso como el de *Billboard*. Sí han existido revistas musicales que incluyen la lista de popularidad del momento y programas radiofónicos dedicados a lo mismo, pero ninguno ha gozado de la reputación y longevidad de la revista estadounidense.

Fernando Mejía Barquera expone lo siguiente como una posible razón de la ausencia de una publicación similar a *Billboard* en México:

“Supongo que la industria editorial mexicana no era tan sólida para consolidar durante muchos años una publicación de tipo *Billboard*, que no sé qué apoyos tenga para haber durado tanto. Lo que sí es un hecho es que está colocada en un país donde la industria cultural es muy sólida.”¹¹²

Cabe mencionar que aunque *Billboard* tiene entre sus listados uno dedicado a la música latina, su representatividad tan sólo se limita a la visión estadounidense de la música que se hace al lado sur del Río Bravo; de hecho, *Billboard* ni siquiera tiene oficinas fuera de Estados Unidos.

Sin embargo, la historia de las listas de popularidad ligadas a la radio en México se inició gracias a la influencia de Estados Unidos:

“El término *hit parade* comenzó a usarse en la radio mexicana en 1943 como parte de las labores de espionaje, ‘inteligencia’ y propaganda que desarrollaba en nuestro país la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos (OCAIA) dependiente del gobierno de Estados Unidos. Este organismo en asociación con la Columbia Broadcasting System (CBS), patrocinó la emisión, a través de la XEQ, de un programa, llamado precisamente *Hit*

¹¹⁰ Nótese la relación con el nombre del formato radiofónico estudiado: Top 40.

¹¹¹ Sitio oficial en internet: <http://www.at40.com/>

¹¹² Fernando Mejía Barquera, entrevista para este trabajo, pregunta 2, véase completa en Anexo.

Parade, en donde se difundían los éxitos musicales del momento en Estados Unidos y que eran enlistados en el célebre ‘Desfile de éxitos’ de ese país.”¹¹³

Lo curioso de este caso es que mientras en Estados Unidos los programas similares a *Your hit parade* gozaban de éxito, este programa trasplantado a México no funcionó. Pero llegó la cigarrera El Águila que hábilmente se apropió del modelo instaurado en Estados Unidos y lo enfocó al público mexicano con música hecha por compositores de aquí e interpretada por mexicanos. El programa que resultó de esa idea fue *Revista Montecarlo*, el cual era transmitido una vez a la semana por la señal de la XEW.¹¹⁴ La respuesta del público fue la esperada por la cigarrera, “*Revista Montecarlo*” gozó de éxito y marcó el inicio formal de listados de popularidad en la radio mexicana con una visión nacional de la música. Esto fue en 1943.

Durante la década de los cincuenta, XEOY *Radio Mil* presentó *Desfile de personalidades*, un programa de éxitos musicales que se pasaba todos los días a las 12:45 horas.¹¹⁵

El ejercicio de hacer listados no fue único de las estaciones de radio, los medios impresos también comenzaron a realizar sus listas basadas en las fuentes citadas en el punto “Orígenes de las listas de popularidad musicales”. Ejemplo de ello es la revista *Radiolandia* que en 1942 comenzó a recopilar qué canciones y qué intérpretes eran los que más sonaban en la radio. La información se publicaba en un cuadro llamado *Últimas palpitations de los compositores en radio*. Otras publicaciones que se caracterizaron por sus listados ya fueron escritas en el punto “Jerarquización” (capítulo I) de este escrito.

Existieron dos listados principales de popularidad en medios impresos durante las décadas de los cincuenta y sesenta.¹¹⁶ El primero de ellos, y el que quizá era más influyente debido a que se publicaba en *Cancionero mexicano*, *Selecciones musicales* y *Radio cancionero*, entre otras revistas, era el *Desfile de éxitos*, una lista compuesta por los 20 temas musicales más populares del momento. En cada una de las revistas que publicaba ese listado se especificaba lo siguiente: “Estas fueron las melodías más populares de la semana, según el cómputo nacional de la popularidad

¹¹³ Mejía Barquera, *op. cit.*, 183.

¹¹⁴ *Ibid.* 184.

¹¹⁵ Medina Ávila, *op. cit.*, 267.

¹¹⁶ Se revisaron las publicaciones existentes en la Hemeroteca Nacional: *Notitas Musicales* (1955-1969), *Selecciones Musicales* (1952-1959), *Radio Cancionero* (1959-1962) y *Cancionero Mexicano* (1962).

realizado por *Selecciones musicales*.¹¹⁷ La influencia iba más allá, pues ese mismo listado se transmitía por la XEW en un programa llamado *Revista de éxitos General Electric* los viernes a las 20:30 horas. Además, también se transmitía por el canal 2 los domingos a las 20:30 horas.¹¹⁸

En lo concerniente a la fuente de los listados de popularidad del *Desfile de éxitos*, Roberto Ayala¹¹⁹ (editor de *Selecciones Musicales* y *Radio Cancionero*, además de ser locutor de *Revista de éxitos General Electric*) expresaba que: “se toma en cuenta no solamente la venta de discos, sino también el número de interpretaciones en sinfonolas, el número de ejecuciones en estaciones de radio y televisión, así como la venta de música impresa.”¹²⁰

El segundo de los listados con reputación era el de *Notitas musicales*, una de las revistas dedicadas a la música que más tiempo ha durado en México (1961-1991; ahora se llama *Notas para ti*). En la contraportada de cada número a partir de octubre de 1957 se podía leer: “*Notitas Musicales* aparece cada mes con letra de las canciones en español e inglés más populares de *Radio Mil*.”¹²¹ La lista de esta publicación constaba de los diez primeros lugares de popularidad. En específico, el listado llevaba el título de *Las melodías más populares*. Desde enero de 1969 desapareció el mensaje con la fuente de las listas de popularidad, no obstante, continuó la publicidad de Núcleo Radio Mil, por lo que no es difícil suponer que se seguía basando en las listas de la radiodifusora. Para finales de la década de los ochenta (1988), surge la revista *Eres*, la cual también publicaba listas de popularidad. En los noventa, además de los *tops* de radiodifusoras y revistas, surgió *MTV Latinoamérica* con su respectivo *chart* compuesto por temas de origen hispano.

Con los ejemplos anteriores se demuestra que, aunque los listados se publican en medios ajenos a la radio, las listas tienen una relación estrecha con la actividad musical en ese medio. Difícilmente

¹¹⁷ *Radio Cancionero*, número 15, México, 8.

¹¹⁸ *Selecciones Musicales*, enero 1969, 6.

¹¹⁹ Además de publicar listas de popularidad, Roberto Ayala instauró desde 1951 la entrega de premios *Discos de oro* a lo mejor de la música mexicana en las siguientes categorías: Cancionero, Cancionera, Dueto, Trío, Conjunto, Orquesta, Canción, Compositor y Artista consagrado.

¹²⁰ Roberto Ayala, *Musicosas. Manual del comentarista de radio y televisión*, citado por Morales Ávila, *op. cit.*, 293.

¹²¹ *Notitas Musicales*, (1955-1969). A partir de enero de 1957 se podía apreciar en el cuerpo de la publicación un cuadro con el nombre “Éxitos de *Radio Mil*”. En octubre cambiaron al mensaje de contraportada mencionado, el cual no era el único, pues en ocasiones aparecía el siguiente: “Suscríbese a *Notitas Musicales* y obtenga la letra de las más populares canciones de *Radio Mil* en el mes.”

aparece una canción que no suena en la radio en el *ranking* de una revista o en el de *MTV*. Esto es ejemplo de cómo la radio es el medio que establece la agenda musical del momento.

En la tesis de maestría de Fernando Mejía Barquera, *El soundtrack de la vida cotidiana*, el autor recopiló las listas de popularidad publicadas en revistas especializadas en música a partir de 1944 hasta 2005 (con excepción de 1947, 1990, 1991, 1992, 1993, 1995, 1999, 2000, 2001 y 2002). Esa investigación es quizá la única poseedora de tal documentación de listados de música relacionados con su popularidad en México.

Cabe recordar que las listas de popularidad no sólo sirven para poner a competir a la música dentro del gusto del público, ellas tienen funciones específicas dentro de las estaciones de radio. El lugar que ocupa una canción en la lista de popularidad interviene directamente en el número de veces que es tocada en la programación radiofónica. Las especificaciones de número de tocaditas y lugar dentro del *ranking* musical varía de medio a medio, pero es posible encontrar parámetros como los citados por Jorge García Negrete, locutor y programador de XEROK *Rock 101*, en el punto “¿Cómo se arma la programación?” de este mismo capítulo. Así, a mejor posición dentro de la lista de popularidad, más número de tocaditas.

II.6. Música en el espacio-tiempo

Por cuestiones culturales, empresariales, nacionales y hasta ideológicas, cada región o país del mundo tiene una percepción musical diferente a otros lugares. Por ello, como en otras expresiones artísticas, por lo general, la música que se escucha en un lugar puede ser diferente a la de otro.

Sin embargo, gracias al proceso de globalización y la presencia de *cuatro grandes* disqueras en gran parte del mundo, es posible escuchar a un artista español en México y viceversa. Un inglés puede triunfar en Argentina, o un brasileño puede ser tocado en Australia. A pesar de esta supuesta paridad artística, existe una hegemonía musical mundial en que músicos de habla inglesa (en especial estadounidenses y británicos) poseen mayores posibilidades de tener presencia mundial que aquellos que no cantan en inglés o que no son de origen anglosajón.

En primer lugar, esto se debe a que las cuatro grandes disqueras son de habla inglesa. Warner Music, Universal Music y Sony (con las especificaciones redactadas en el punto “¿Cómo funciona la payola?” de este capítulo) son de origen estadounidense y EMI es inglesa. En segundo lugar, los organismos que realizan los listados musicales internacionales también son de origen estadounidense, ejemplo claro de ello es *Billboard*.

La música también es parte de la industria cultural, es por eso que, al igual que como ocurre con el cine, cada nación busca fortalecer su visión del mundo y hacer que otros lugares compartan esa visión por medio de actividades culturales. Por ello, las disqueras y los organismos anglosajones que producen, distribuyen, difunden y/o enlistan la música siempre van a tratar de decantar la música de origen anglosajón.

La radio no se aleja de estos procesos. En particular, en la radio de Top 40 de México se pueden encontrar músicos hispanoparlantes (mexicanos, hispanoamericanos y españoles) y anglófonos (estadounidenses, canadienses, ingleses y australianos principalmente), y muy de vez en cuando podrán tener presencia en la programación canciones con letras en francés, portugués e italiano, mientras que canciones cantadas en lenguas como el náhuatl, el ruso, el árabe, el chino son difíciles de encontrar en la radio comercial. Es preciso resaltar que pueden existir agrupaciones originales de países de habla no inglesa que cuando llegan a la programación radiofónica lo hacen gracias a canciones con letra en inglés (Shakira es colombiana pero gran parte de su éxito internacional comenzó cuando empezó a cantar en inglés).

A continuación se mostrarán las listas de popularidad de la cadena 40 Principales (perteneciente a Grupo Prisa de España) que, entre otros países, tiene presencia en Argentina, España y México. Esto tiene los siguientes fines:

- 1) Demostrar la diferencia de gustos musicales que hay entre estos tres países con rasgos culturales hasta cierto punto similares.
- 2) No obstante el punto anterior, demostrar que las listas de popularidad se circunscriben a un número específico de disqueras, nacionalidades e intérpretes.

Se escogió a la cadena 40 Principales debido a que pertenece a un grupo empresarial que tiene presencia en diferentes países, a pesar de ello, se rige con los mismos códigos de ética, estilos de música y dinámicas de promoción. La semana a la que pertenecen las siguientes listas es del 21 al 27 de marzo de 2011. Primero se expone la lista de popularidad de México, en lo sucesivo la de España y Argentina. Cada una con dos párrafos de análisis sobre las disqueras y nacionalidades que aparecen en el *chart*.

LOS 40 PRINCIPALES (MÉXICO)¹²²

#	Título canción	Grupo o solista	País	Disquera
01	"No me voy a morir"	Belanova	México	Universal
02	"The time"	Black Eyed Peas	Estados Unidos	Universal
03	"Soñé" (Unplugged)	Zoé	México	EMI
04	"Lo mejor de mi vida"	Ricky Martin	Puerto Rico	Sony
05	"Firework"	Katy Perry	Estados Unidos	Capitol ¹²³
06	"Sale el sol"	Shakira	Colombia	Sony
07	"Born this way"	Lady Gaga	Estados Unidos	Interscope ¹²⁴
08	"Mujer de fuego"	Luis Miguel	México	Warner
09	"Tonight"	Enrique Iglesias	España	Universal
10	"Entre tus alas"	Camila	México	Sony
11	"Me río de ti"	Gloria Trevi	México	Universal
12	"Clavo que saca otro clavo"	Paty Cantú	México	EMI
13	"What's my name"	Rihanna	Barbados	Def Jam ¹²⁵
14	"Lluvia al corazón"	Maná	México	Warner
15	"Never say never"	Justin Bieber	Canadá	Island ¹²⁶
16	"Por besarte"	Sandoval	México	Warner
17	"Higher"	Taio Cruz	Inglaterra	Island
18	"Un nuevo amor"	María José	México	Warner
19	"Quisiera saber"	Los Daniels y Natalia Lafourcade	México	Culebra ¹²⁷
20	"Hold it against me"	Britney Spears	Estados Unidos	Sony
21	"Regalito"	Juanes	Colombia	Universal
22	"Día de suerte"	Alejandra Guzmán	México	EMI
23	"Club can't handle me"	Flo Rida	Estados Unidos	Atlantic ¹²⁸
24	"Imperfecto amor"	Benny Ibarra	México	Warner
25	"Black and yellow"	Wiz Khalifa	Estados Unidos	Atlantic
26	"Dónde te perdí"	Motel	México	Warner
27	"DJ got us falling in love"	Usher	Estados Unidos	LaFace ¹²⁹

¹²² Lista del sitio <http://www.los40.com.mx/oirtop.aspx?Id=1408975> Revisado el 28 de marzo de 2011.

¹²³ Propiedad de EMI.

¹²⁴ Propiedad de Universal Music.

¹²⁵ Propiedad de Universal Music.

¹²⁶ Propiedad de Universal Music.

¹²⁷ Propiedad de Sony Music.

¹²⁸ Propiedad de Warner Music.

28	"Ya no"	Dulce María	México	Universal
29	"Amor del bueno"	Reyli	México	Sony
30	"Just the way you are"	Bruno Mars	Estados Unidos	Elektra ¹³⁰
31	"What the hell"	Avril Lavigne	Canadá	Sony
32	"Ya lo sabes"	Antonio Orozco	España	Universal
33	"Raise your glass"	Pink	Estados Unidos	Sony
34	"La canción del pescado"	Alex Ubago	España	Warner
35	"On the floor"	Jennifer López	Estados Unidos	Island
36	"Just the way you are"	Bruno Mars	Estados Unidos	Elektra
37	"Barbra Streisand"	Duck Sauce	Estados Unidos	Fool's Good ¹³¹
38	"Háblame"	Mariana Vega	Venezuela	Warner
39	"Canción de amor caducada"	Melendi	España	Warner
40	"Alors and danse"	Stromae	Bélgica	Universal

En primer lugar, se debe subrayar que "Just the way you are" de Bruno Mars aparece dos veces (lugar 30 y 36) en la lista, por lo que obviamente es un error. Fuera de esta repetición, son 39 canciones las que aparecen en esta lista de 40. Los datos quedan de la siguiente forma quitando la repetición de Mars. Los países que más grupos tienen dentro de esta lista son: México con 15, Estados Unidos con 11, y España con 4; Canadá y Colombia tienen dos. Finalmente, Barbados, Bélgica, Inglaterra, Puerto Rico y Venezuela tienen un representante.

En cuestión de disqueras, las *cuatro grandes* quedan de la siguiente forma: Warner Music tiene 9 participaciones, Universal Music 8, Sony Music 7, y EMI 3; los sub sellos tienen la siguiente presencia: Island 3, Atlantic 2, Capitol, Culebra, Elektra, LaFace, Def Jam e Interscope 1. Si se suman las presencias de sub sellos a las disqueras a las que pertenecen, los resultados quedan así: Universal 13, Warner 12, Sony 9, y EMI 4. De todas las canciones que aparecen en este listado de 40, sólo una es de una disquera independiente: Fool's Good que tiene a Duck Sauce.

¹²⁹ Propiedad de Sony Music.

¹³⁰ Propiedad de Warner Music.

¹³¹ Independiente.

LOS 40 PRINCIPALES (ESPAÑA)¹³²

#	Título canción	Grupo o solista	País	Disquera
01	"Blanco y negro"	Malú	España	Sony
02	"Tonight"	Enrique Iglesias	España	Universal
03	"Born this way"	Lady Gaga	Estados Unidos	Interscope
04	"Firework"	Katy Perry	Estados Unidos	Capitol
05	"Tu mirada me hace grande"	Maldita Nerea	España	Sony
06	"4 Elementos"	La Musicalité	España	Warner
07	"Grenade"	Bruno Mars	Estados Unidos	Elektra
08	"Who's that chick?"	David Guetta	Francia	EMI
09	"Hold my hand"	Michael Jackson	Estados Unidos	Sony
10	"Solamente tú"	Pablo Alborán	España	EMI
11	"The time"	Black Eyed Peas	Estados Unidos	Universal
12	"Buscando el sol"	El Pescao	España	Sony
13	"Mira la vida"	Dani Martin	España	Sony
14	"On the floor"	Jennifer López	Estados Unidos	Island
15	"Love the way you lie"	Eminem	Estados Unidos	Universal
16	"Sale el sol"	Shakira	Colombia	Sony
17	"Lead the way"	Carlos Jean	España	EMI
18	"Hold it against me"	Britney Spears	Estados Unidos	Sony
19	"Mr. Saxobeat"	Alexandra Stan	Rumania	Ultra Records ¹³³
20	"Puerto presente"	Macaco	España	EMI
21	"More"	Usher	Estados Unidos	LaFace
22	"Barbra Streisand"	Duck Sauce	Estados Unidos	Fool's Good
23	"Only girl"	Rihanna	Barbados	Def Jam
24	"Higher"	Taio Cruz	Inglaterra	Island
25	"So far gone"	James Blunt	Inglaterra	Atlantic
26	"Canción de amor caducada"	Melendi	España	Warner
27	"Lluvia al corazón"	Maná	México	Warner
28	"View"	The Monomes	España	Sony
29	"Lo mejor de mi vida eres tú"	Ricky Martin	Puerto Rico	Sony
30	"Till the world ends"	Britney Spears	Estados Unidos	Sony
31	"Quiero"	Pignoise	España	Sony
32	"Dynamite"	Taio Cruz	Inglaterra	Island
33	"Y mírame"	Despistaos	España	Warner
34	"Bumpi ride"	Mohombi	Congo	Universal
35	"Imposible"	Melocos	España	Sony
36	"Me acordé de ti"	Fito y Fitipaldis	España	Warner
37	"Stay the night"	James Blunt	Inglaterra	Atlantic
38	"Al mundo entero"	POL 3.14	España	Globomedia
39				Música ¹³⁴
40	"Just the way you are"	Bruno Mars	Estados Unidos	Elektra
	"Turn around"	Flo Rida	Estados Unidos	Atlantic

¹³² <http://www.los40.com/musica/listas/> Revisada el 28 de marzo de 2011.

¹³³ Independiente.

¹³⁴ Independiente.

En esta lista de 40 canciones son 4 los grupos que repiten con dos temas diferentes en la lista: Britney Spears, Bruno Mars, James Blunt y Taio Cruz; los datos, quitando las repeticiones de estos músicos, quedan como a continuación se muestra: en cuestión de nacionalidades, la repartición de lugares queda así: España 16, Estados Unidos 11, e Inglaterra 2; Barbados, Colombia, Congo, Francia, México, Puerto Rico y Rumania tienen un representante.

Las discográficas quedan de la siguiente forma: Sony Music tiene 11, Warner Music 5, Universal Music y EMI 4. El caso de los sub sellos queda así: Island y Atlantic tienen 2, Capitol, LaFace, Def Jam, Interscope y Elektra tienen 1. Si se suman las cifras de los sub sellos a la disquera que pertenecen, los números quedan así: Sony 12, Universal y Warner 8, y EMI 5. En esta lista aparecen tres disqueras independientes: Fool's Good, Globomedia Música y Ultra Records, cada una con un representante.

LOS 40 PRINCIPALES (ARGENTINA)¹³⁵

#	Título canción	Grupo o solista	País	Disquera
01	"Born this way"	Lady Gaga	Estados Unidos	Interscope
02	"On the floor"	Jennifer López	Estados Unidos	Island
03	"The time"	Black Eyed Peas	Estados Unidos	Universal
04	"Chora, me liga"	Joao and Vinicious	Brasil	Sony
05	"Bomba"	Jessy Matador	Congo	Wagram Rec. ¹³⁶
06	"Hello"	Martin Solveig	Francia	Mixture ¹³⁷
07	"Love lives"	Steven Tyler	Estados Unidos	Sony
08	"Herederos"	David Bisbal	España	Universal
09	"Chica especial"	El Original	Argentina	Vikingo ¹³⁸
10	"Hold it against me"	Britney Spears	Estados Unidos	Sony
11	"Mata"	Tito El Bambino	Puerto Rico	Sony
12	"This is my live"	Edward Maya	Rumania	Mayavin Recs. ¹³⁹
13	"Deshoras"	Babasónicos	Argentina	Universal
14	"Together again"	Mike Candys	Suiza	Wombatmusic ¹⁴⁰
15	"Playing god"	Paramore	Estados Unidos	Fueled by Ramen ¹⁴¹
16	"Lo mejor de mi vida eres tú"	Ricky Martin	Puerto Rico	Sony
17	"Memories"	David Guetta	Francia	EMI

¹³⁵ <http://los40principales.com.ar/oirtop.aspx?id=1424692> Revisada el 28 de marzo de 2011.

¹³⁶ Independiente.

¹³⁷ Independiente.

¹³⁸ Independiente.

¹³⁹ Independiente.

¹⁴⁰ Independiente.

¹⁴¹ Propiedad de Warner Music.

18	"Hurricanes and suns"	Tokyo Hotel	Alemania	Universal
19	"Danza cuduro"	Don Omar	Puerto Rico	Orfanato Music Group ¹⁴²
20	"Cuerpo sensual"	RKM y Ken-y	Puerto Rico	Universal
21	"Barbra Streisand"	Duck Sauce	Estados Unidos	Fool's Good
22	"Loca"	Shakira	Colombia	Sony
23	"Lluvia al corazón"	Maná	México	Warner
24	"Llueve el amor"	Tito El Bambino	Puerto Rico	Sony
25	"Who is that chick?"	Rihanna	Barbados	Def Jam
26	"Ella"	Tan Biónica	Argentina	Universal
27	"Shake it mama"	Tom Boxer	Rumania	Roton ¹⁴³
28	"Yo voy"	Zion y Lennox	Puerto Rico	Sony
29	"DJ got us falling in love"	Usher	Estados Unidos	LaFace
30	"Bésame"	Camila	México	Sony
31	"One step"	Macaco	España	EMI
32	"Ritmo y decepción"	Miranda	Argentina	Warner
33	"La despedida"	Daddy Yankee	Puerto Rico	Sony
34	"Stereo love"	Edward Maya	Rumania	Mayavin Recs.
35	"Cara bonita"	El Original	Argentina	Vikingo
36	"Un momento"	Inna	Rumania	Roton
37	"Tú sin mí"	Dread Mar I	Argentina	Tams Recs. ¹⁴⁴
38	"Estoy enamorado"	Wisín y Yandel	Puerto Rico	Universal
39	"Personalmente"	Las Pelotas	Argentina	Independiente
40	"Englishman in New York"	PH Electro	Alemania	Yawa ¹⁴⁵

En la lista de Argentina son tres los grupos que repiten con dos canciones diferentes: Edward Maya, El Original y Tito El Bambino. La relación de países que se presentan en este *ranking* queda así omitiendo las repeticiones de estos músicos: Estados Unidos 8, Puerto Rico 7, Argentina 6, Rumania 3, Alemania, España, Francia y México 2, mientras que Barbados, Brasil, Colombia, Congo y Suiza tienen un representante musical.

En cuestión de las grandes disqueras los números quedan así: Sony Music 9, Universal 7, Warner 3, y EMI 2. Los sub sellos quedan de la siguiente forma: Def Jam, Interscope, Island, Fueled by Ramen y LaFace tienen 1. Si se suman estos resultados a los de las disqueras a las que pertenecen, quedan así: Universal y Sony 10, Warner 3, y EMI 2. Este listado es el que presenta más disqueras independientes con los siguientes números: Roton tiene 2, mientras que Fool's Good, Mayavin

¹⁴² Independiente.

¹⁴³ Independiente.

¹⁴⁴ Independiente.

¹⁴⁵ Independiente.

Records, Orfanato Music Group, Tams Records, Vikingo, Wigram Records, Wombatmusic y Yawa tienen sólo un representante.

Como se puede apreciar en estos tres cuadros, hay músicos que tienen presencia musical en los tres países: Black Eyed Peas, Brintey Spears, Duck Sauce, Jennifer López, Lady Gaga, Maná, Ricky Martin, Rihanna, Shakira y Usher. Fuera de ellos, cada uno de los países se nutre de su propia música o con grupos y solistas que aún no gozan de fama internacional.

La cuestión de las nacionalidades es muy clara, el país que más repite intérpretes es Estados Unidos, mientras que los países que también encuentran presencia en las tres listas son Barbados, España, México y Puerto Rico. El punto de las disqueras es similar, de hecho, es mucho más abrumador la manera en que Sony, Universal, Warner y EMI, junto con sus sub sellos, son dueñas casi absolutas de las listas de popularidad. Se puede equiparar esto con la industria cinematográfica, así como se encuentran películas de Paramount o Disney en cualquier parte del mundo, en la música pasa lo mismo, se pueden encontrar músicos de cualquiera de estas *cuatro grandes* disqueras en todo el orbe.

¿Qué fin tuvo presentar las tres listas anteriores y su posterior desglose? Exponer la fortaleza que tienen algunos países y disqueras dentro de las listas de popularidad. Para estar en el *ranking* musical en México, el músico nacional no sólo debe competir contra connacionales, sino que también debe hacerlo contra extranjeros. Otra razón por la cual se hizo lo anterior es dar un indicio de los diferentes gustos musicales en países con diversas similitudes. Y así como en el factor espacio los gustos musicales cambian, el factor tiempo no es diferente, por ello no deberá ser extraño para el lector encontrarse con diferentes tipos de música a lo largo del periodo 1956-2006 en las listas que se expondrán a lo largo del capítulo III.

II.7. Estaciones de Top 40 en la ciudad de México desde de 1956

En la programación radiofónica de la Ciudad de México siempre han existido estaciones dedicadas a difundir la música más exitosa. En algunos momentos de la historia han proliferado dicho tipo de estaciones y en otros el formato Top 40 ha estado en cierta decadencia. No obstante, en todo

momento ha estado presente como una oferta más para los radioescuchas del Valle de México, ya sea en la banda de AM o en la de FM.

A continuación, serán expuestas las características principales de todas las estaciones de Top 40 que han existido en el cuadrante radiofónico de la Ciudad de México en el periodo comprendido entre 1956 y 2006. Antes caben algunas aclaraciones. Esta investigación no está enfocada a ninguna estación en particular, esto debido a que ninguna emisora de este formato ha sobrevivido por 50 años ininterrumpidos de transmisión. Ahora bien, este trabajo está enfocado a las estaciones de Top 40 en general por dos razones: la primera se debe a las semejanzas en la programación (entre ellas la música que tocaban las estaciones), y la segunda se debe a que las listas de popularidad recogidas para este trabajo, como muestra de lo que se programaba en las emisoras, no se enfocan a la programación de una estación en particular, sino en todas las del formato Top 40.

Una última aclaración es que el siguiente texto está basado en una [serie de cuadros](#) y dos [líneas del tiempo](#) radiofónicas realizadas por el autor de esta investigación, la cual puede ser consultada, junto con sus fuentes, en un anexo al final de este mismo escrito. Las fuentes principales para la realización de las líneas del tiempo y de lo redactado a continuación son las siguientes:

- Alva de la Selva, Alma Rosa, *Radio e ideología*, Caballito, México.
- Mejía Barquera, Fernando, *El soundtrack de la vida cotidiana. Radio y música popular en México D.F.*, tesis de Maestría en Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 2006.
- Asociación de Radiodifusores del Valle de México. Cuadros proporcionados al autor.
- Garza, Ramiro, *Radio sintonías*, UANL, México, 2008.
- Alva de la Selva, Alma Rosa, *La radio de la capital y sus aspectos ideológicos*, tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 1981. (Cuadro III)
- Medina Ávila, Virginia, *Nuestra es la voz, de todos la palabra. Historia de la radiodifusión mexicana 1921-2010*, UNAM, México, 2011.
- De Anda y Ramos, Francisco José, *La radiodifusión en el Valle de México y su apego a la ley*, Tesis de Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información, Universidad Iberoamericana, México, 1972.
- *Diario Oficial de la Federación*, México, 17 de noviembre de 1970, 2ª sección.

- *El universo de la radio (Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal A.C.)*, México, Vol. I, No. 2, primavera 1996, 46.

- Documento [Wikipedia](#): Estaciones de radio del Distrito Federal

A continuación se encuentra la descripción de las estaciones Top 40 del periodo 1956-2006, la cual está dividida por décadas. Se exponen las características de cada emisora AM y FM en su década de nacimiento y sus modificaciones.

II.7.1. Década de los cincuenta

Banda de AM¹⁴⁶

XENK 620AM Radio 620. Era tal el acercamiento que tenía esta estación hacia la juventud que su eslogan era “La emisora de la juventud”. En ella sonó la música popular de finales de los cuarenta, cincuenta y parte de los sesenta, con géneros que iban desde la música de big band hasta el rock and roll. De hecho, “prácticamente el primer programa de radio en el que apareció de manera constante un conjunto de rock mexicano fue a finales de 1959 en la estación 620. Se llamaba ‘20 minutos con Pepe y Sus Locos del Ritmo’ y se transmitía todos los domingos a las cuatro de la tarde”.¹⁴⁷ El periodo que la estación tuvo como perfil juvenil fue desde antes de 1956 hasta 1977. En 1978, se convirtió en *La 6-20*. Para ese entonces ya tenía el slogan que se ha hecho un clásico de la radio: “La música que llegó para quedarse”. Así fue el paso de esta frecuencia de ser una estación de Top 40 a música de catálogo.

XEDF 970AM La DF. A finales de la década de los cincuenta, la estación quedó en manos de Rogerio Azcárraga, por lo que la frecuencia cambió de perfil y comenzó a transmitir música moderna y juvenil. Así se mantuvo desde 1957 hasta 1977. En 1968, cambió de nombre a **Radio DF** y, en 1973, retomó su nombre anterior, **La DF**, debido a que la estación pasó a formar parte del grupo Radio Distrito Federal. En Anexo se puede encontrar la entrevista con Salvador Escobar, uno de los locutores de la emisora.

¹⁴⁶ Los nombres resaltados en negritas pertenecen al formato Top 40.

¹⁴⁷ Julia Palacios Franco, *Mitos, sonidos y sentidos*, citada por Morales Ávila, *op. cit.*, 373.

XEOY 1000AM *Radio Mil*. Esta ha sido una de las estaciones insignia de la actual NRM Comunicaciones (antes Núcleo Radio Mil), grupo fundado por Guillermo Salas Peyró. La frecuencia 1000AM se enfocó desde sus inicios a la música moderna y juvenil y duró con este formato desde antes de 1956 hasta el año 2000, en que pasó a ser *Radio Mil*, “de las mejores la mejor”. Casi 50 años de transmitir música juvenil convierten a esta estación en la más resistente del formato Top 40 y por ello una de las más sobresalientes en el cuadrante de la Ciudad de México.

XEQR 1030AM *Radio Centro*. Aunque la atracción principal de la estación no era la música popular-comercial, *Radio Centro* también transmitía algunos éxitos del momento, en especial el rock and roll de los años cincuenta y baladas. Esta estación es la emisora clásica del grupo del mismo nombre fundado por Francisco Aguirre. La estación permaneció transmitiendo música juvenil acompañada por música de catálogo de 1952 hasta 1963.

XEJP 1150AM *Radio Variedades*. Es otra de las estaciones clásicas del formato Top 40 gracias a que tuvo como una de sus características principales programar música juvenil en inglés y en español, pero con el paso de los años la música en español ganó terreno y la estación se especializó en música cantada en esta lengua. *Radio Variedades* nació en 1958 como parte del grupo Radio Centro y dejó ese nombre en 1989 para convertirse en *Formato 21*. Al final de este escrito, se puede encontrar una entrevista con Ramiro Garza, uno de los creadores de la emisora.

XEDA 1290AM *Radio Trece*. Desde su fundación en 1945, esta estación difundía noticieros, programas hablados y música exitosa. Si bien no se le puede catalogar como una estación de Top 40 exclusivamente, es cierto que en ella la música popular tenía un espacio asegurado. Permaneció con ese perfil desde su fundación hasta 1963 en que se convirtió en *Radio 13*, la cual transmitió música internacional.

XEJP 1320AM *Radio Variedades*. Al igual que 1150AM, 1320AM también comenzó a transmitir bajo el nombre de *Radio Variedades* como parte de su inclusión a Radio Centro en 1958. Durante los primeros años, ambas emisoras compartieron programación, nombre y siglas de identificación. Fue en 1963 en que 1320AM cambió de siglas a XEAI y de nombre por el de *Radio AI* especializada en música tropical.

Banda de FM

XERPM 103.3FM *Radio Programas de México*. A pesar de que en los años cincuenta existían pocos aparatos de radio que captaran la señal de FM, surgieron estaciones en esa banda, las cuales tan sólo programaban música y no había espacios hablados. En el caso de *Radio Programas de México*, la especialidad era música juvenil enfocada principalmente al rock and roll. La estación mantuvo dicho formato desde su fundación en 1959 hasta 1993, no sin antes pasar por cambios de nombres como ***Disco Radio*** en 1978 (con énfasis en la música disco), ***Stereo Disco*** en 1981 (también enfocada a la música disco) y en 1983 ***Stereo 103***; con ese nombre duró hasta 1993 en que pasó a ser *Radio Fórmula*.

XEDF 104.1FM *XEDF*. La situación de la *XEDF* era la misma que *Radio Programas de México*: la audiencia era poca y el contenido principal era música continua, en este caso era rock and roll acompañado por otras canciones que tuvieran éxito entonces. 1957-1972 fue el periodo que vivió *XEDF* para después dar paso a *Jazz FM*, estación especializada en la música del mismo nombre.

II.7.2. Década de los sesenta

Banda de AM

XEABC 760AM *Los Reyes de la Popularidad*. Justo en 1964, esta frecuencia comenzó transmisiones bajo la concesión a cargo de México Radio. Antes de que se fundara *Los Reyes de la Popularidad*, 760AM no tenía transmisión, sin embargo, en los años veinte se le conoció con las siglas CYX. *Los Reyes de la Popularidad* transmitió música moderna y juvenil. La frecuencia mantuvo ese perfil desde 1964 hasta 1977, aunque en 1973 cambió de nombre a ***Radio Moderna***.

XEFR 1180AM *Radio Felicidad*. Desde el inicio de operaciones de esta frecuencia en 1965 tomó el nombre de *Radio Felicidad* y siempre ha sido operada por grupo Acir. A diferencia de su estación hermana, *Radio Capital* (también operada por Acir y enfocada totalmente al rock), la 1180AM difundió música moderna y juvenil. En 1992, dejó de ser *Radio Felicidad* y dio paso a *La Comadre* que transmitió música grupera.

Tanto XEPH 590AM *La Pantera*, XERPM 660AM *Radio Juventud*, XERC 790AM *Radio Éxitos* y XEL 1260AM *Radio Capital* fueron conocidas por su transmisión fundamentalmente roquera, por ello no se mencionan como parte del grupo de emisoras de formato Top 40.

Banda de FM

XEDA 90.5FM *Imagen*. Esta frecuencia antes programaba música instrumental y fue en 1968 cuando comenzó a transmitir música moderna y juvenil. Siempre ha pertenecido a grupo Imagen. El perfil de música juvenil se mantuvo hasta 2001, en que pasó a transmitir música en inglés. En los más de 30 años que esta emisora estuvo al aire llevó por nombres: ***Imagen*** (1968-1972), ***Radio Imagen*** (1973-1991) y ***Pulsar FM*** (1992-2001).

XHFO 92.1FM *Radio Triunfadora*. Esta estación comenzó operaciones en 1962 de manera independiente. Aún en la década de los sesenta, la banda FM no era explotada comercialmente, por lo que no contaba con gran audiencia y la transmisión era musical; en el caso de *Radio Triunfadora*, de música moderna y juvenil. La estación mantuvo ese perfil hasta 1967, en que comenzó a transmitir música instrumental, aunque conservó el nombre.

XEOY 100.9FM *La Chica Musical*. En 1968, grupo Radio Mil tomó la decisión de fundar *La Chica Musical* para comenzar a competir con música moderna y juvenil en el naciente y todavía reducido mercado de la FM. Sin embargo, 100.9FM tan sólo mantuvo ese perfil poco más de un año y medio, ya que en octubre de 1969 se convirtió en una estación especializada en rock. Este caso es curioso, ya que la frecuencia mantuvo siglas y nombre por cinco años, pero en este periodo cambió de géneros musicales: música moderna y juvenil (1968), rock (1969), música grupera (1970-1971) y música romántica (1972).

II.7.3. Década de los setenta

Banda de AM

XERP 660AM *La Nueva 660*. La 660AM fue ampliamente conocida por la juventud del Distrito Federal gracias a que difundió rock, esto bajo el nombre de *Radio Juventud*, de hecho fue la encargada de la transmisión interrumpida del Festival de Rock y Ruedas de Avándaro en 1971. Pero debido a que cambió de Radio Programas de México a Grupo Radio Fórmula, la nueva dirección modificó el formato hacia la transmisión de música moderna y juvenil. Mantuvo dicho perfil de 1978 a 1982 en que se convirtió en *Radio Rin*, una de las pocas estaciones dedicadas a los niños a lo largo de la historia del cuadrante, esto ya como parte del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

XEMP 710AM *Radio Juventud*. Aunque grupo Radio Fórmula dio fin a la historia de Radio Juventud en 660AM, la emisora se trasladó a 710AM como parte de Grupo Radio Fórmula. A pesar de que mantuvo el nombre con el que se dio a conocer transmitiendo rock, cambió de perfil a uno más ecléctico, ya que incluyó música moderna y juvenil con la música tropical que en los años setenta comenzaba a tomar fuerza. *Radio Juventud* estuvo en operación de 1978 a 1982 en que pasó a ser *Radio 710*.

XECMQ 1320AM *Radio Sensación*. Para 1978, la frecuencia 1320AM dejó de ser XEAI para tener las siglas XECMQ, cambió de nombre a *Radio Sensación* y dejó atrás la transmisión de música tropical para dar paso a la música moderna y juvenil, especialmente enfocada a la música cantada en español. La frecuencia mantuvo ese formato hasta 1992.

Banda de FM

XHM 88.9FM *Sonido 89*. En 1976, esta frecuencia dejó de ser operada por Somer (Sociedad Mexicana de Radio) y pasó a ser parte de Ondas de Alegría, que le dio el nombre de *Sonido 89* y transmitió música moderna y juvenil. *Sonido 89* se pudo escuchar de 1976 a 1987. Tuvo un cambio de nombre en 1983 a ***Música Feliz 89***. Posteriormente pasó a ser parte de Agentes de Radio y

Televisión S.A. (ARTSA) en 1987 y se transformó en *Fórmula Melódica* dedicada a la música de catálogo.

XEBS 89.7FM *La Chica Musical*. En 1973, grupo Radio Mil cambió a *La Chica Musical* de frecuencia, abandonó 100.9FM y se instaló en 89.7FM. Retomó la música moderna y juvenil para la transmisión. Antes de que *La Chica Musical* llegara a esta frecuencia, en el 89.7FM se transmitía música clásica con el nombre de *Estereomil*. A pesar de que la estación mantuvo más estabilidad en el 89.7FM que en 100.9FM, no logró llegar a los diez años, ya que en 1977 regresó *Estereomil* con música clásica y fue ahí cuando terminó, hasta el momento, la historia de *La Chica Musical*.

XHFO 92.1FM *Radio Triunfadora*. En 1978, *Radio Triunfadora* retomó el perfil que dejó en 1968, de nuevo comenzó a transmitir música moderna y juvenil como lo hizo en el periodo de 1962 a 1967. Sin embargo, la estación tan sólo duró un año y en 1979 se transformó en *Crystal FM* dedicada a las baladas.

XHSON 100.9FM *Sonomil*. A pesar de que en la década de los sesenta no funcionó *La Chica Musical* en la misma frecuencia, Núcleo Radio Mil intentó una vez más con la música moderna y juvenil en la frecuencia de 100.9FM, entonces con el nombre de *Sonomil*. La historia se repitió, vivió tan sólo dos años: de 1975 a 1977, año en que comenzó a transmitir música internacional a pesar de conservar el nombre.

XEX 101.7FM *Stereo 102*. Históricamente esta frecuencia operada por Televisa Radio, antes Radiópolis, siempre ha estado ligada a la música pop, ya sea en inglés o en español. *Stereo 102* es la primera estación que se instaló en 101.7FM y programó música moderna y juvenil, enfocada principalmente a la música cantada en inglés. La estación mantuvo ese perfil de 1973 a 1982 (en 1978 cambió de nombre a **XEX FM**), año en que se transformó en *Radio Romántica* dedicada a las baladas.

XHBST 104.9FM *FM Globo Estéreo*. A partir de 1978, la frecuencia de 104.9FM no ha dejado de transmitir música moderna y juvenil, ha tenido muchos cambios, pero no ha sido el caso de la música que se dedica a difundir. Como *FM Globo*, 104.9 se inclinó por la difusión de balada pop, además tenía como una de sus características principales que sólo hablaba un locutor: Luis

Heredia, quien no trabajaba en vivo, pues las presentaciones de las canciones eran grabadas. En 1988, se incorporan locutores nuevos (entre los que destacan Fernanda Tapia y Javier Trejo Garay, uno de los entrevistados para esta investigación) a la estación que comienzan a hacer sus programas en vivo.¹⁴⁸ *FM Globo Estéreo* duró hasta 1992, en que se convirtió en **FM Globo** con las siglas XHMRD; ese cambio se debió a que la frecuencia dejó de ser operada por FM Mexicana y pasó a ser parte de MVS Radio. En 2000, 104.9FM volvió a tener cambios, se convirtió en **Exa** y sus siglas pasaron a ser XHEXA. Con ese nombre, siglas y grupo se ha mantenido la frecuencia hasta la actualidad.

II.7.4. Década de los ochenta

Banda de AM

XEX 730AM Radio Festival. En 1981, esta frecuencia perteneciente a Televisa Radio dejó atrás el nombre *XEX: la primera emisora de noticias y deportes*, para enfocarse a la música moderna y juvenil con el nombre de *Radio Festival*. Mantuvo ese nombre y tipo de programación hasta 1991, año en que se convirtió en *La Súper X* dedicada a la música grupera.

XERFR 970AM Radio Fantástica. Esta frecuencia operada por grupo Radio Fórmula regresó al formato que tuvo en 1973 cuando se llamaba *La DF* y era operada por Radio Distrito Federal: la música moderna y juvenil enfocada en las canciones en español. En 1988 volvió a cambiar de nombre a **Fórmula 970. Radio Espectáculo** pero mantuvo el perfil. Fue hasta 1993 en que dejó de transmitir música pop para convertirse en *Radio Noticias*.

XEEST 1440AM Estudiantes AM. Para 1983, la frecuencia de 1440AM tuvo varios cambios: modificó siglas de XEAI por XEEST, se renombró de *Tropical Moderna* a *Estudiantes AM* y mudó programación de música tropical a música moderna y juvenil. *Estudiantes AM* estuvo al aire de 1983 a 1985. Ese año cambió de nombre a **Radio 14 40** sin modificar el tipo de programación; en 1988 tuvo otro renombramiento a **Radio Alegría** nuevamente sin cambiar la música; en 1993 fue bautizada con el nombre de **Radio Éxitos** (como forma de conmemorar a la estación localizada en

¹⁴⁸ http://ochentasxsiempre.blogspot.com/2010_03_01_archive.html Consultado el 29 de noviembre de 2011

790AM en los sesenta); y fue hasta 1995 en que esta frecuencia dejó de transmitir música moderna y juvenil, se le llamó *Sonido Crystal México*, se especializó en música grupera y dejó de ser de grupo Radio Centro para ser operada por Grupo Siete.

XESM 1470AM Radio Cañón. La frecuencia de 1470AM también tuvo cambios en 1983. Esta frecuencia operada por Radio Fórmula dejó atrás *El Alma Musical de Nuestra Tierra*, su nombre anterior, para darle paso a *Radio Cañón*, enfocada a la música moderna y juvenil. Esta estación estuvo al aire hasta 1990 en que se transformó en *Rock Fórmula*, dedicada a transmitir rock de los años sesenta y setenta.

Banda de FM

XHRCA 91.3FM Alfa. Desde 1986, la frecuencia de 91.3FM ha sido una de las más estables, tan sólo ha cambiado una vez de siglas y grupo radiofónico. Inició ese año como parte de Radio Programas de México con el nombre de *Alfa* y las siglas XHRCA. En 1996, modificó siglas a XHFAJ y comenzó a ser operada por Radio Centro. No ha vuelto a presentar cambios hasta el momento.

XHSH 95.3FM Stereo Nova. Esta frecuencia operada por grupo Acir ha experimentado con diversos formatos, sin embargo, fue en los ochenta en que se caracterizó por programar música moderna y juvenil. Primero fue con el nombre de *Stereo Nova* de 1985 a 1987, luego como ***Stereo Amistad***, enfocada principalmente a la música cantada en inglés, de 1988 a 1990, y, finalmente, como ***Amistad 95.3*** de 1991 a 1994.

XEW 96.9FM Magia Digital. En los años ochenta fue que se dio gran impulso a la banda FM, los receptores que captaban esa banda se volvieron populares y por ello las audiencias aumentaron. Los grupos radiofónicos comenzaron a fundar estaciones nuevas y mientras el formato de Top 40 inició su decadencia en la AM, en la FM arrancó su apogeo. Una de las estaciones pioneras en ese aspecto fue *Magia Digital* de Televisa Radio. Anteriormente, en 1981 y 1982, la XEW había transmitido rock bajo el nombre de *Rock Stereo*, pero para 1983 voltearon la vista a la música moderna y juvenil. *Magia Digital* mantuvo operaciones hasta 1997, en que se convirtió en ***WFM*** también dedicada a la música pop. En 1999, volvió a cambiar de nombre por el de *W Radical* y se enfocó a la música electrónica.

XERC 97.7FM Stereo 97.7. A partir de 1988, *Stereo 97.7* ha sido reconocida como una de las estaciones de pop más longevas del cuadrante. Desde ese año no ha tenido ni un solo cambio, mantiene las siglas XERC, se sigue llamando *Stereo 97.7*, continúa transmitiendo pop y es operada aún por grupo Radio Centro.

XHM 99.3FM Sonido 99. 99.3FM sufrió algunos cambios también en 1983. Dejó las siglas XHPOP para ser XHM, el nombre se transformó de *Música Feliz* a *Sonido 99*, se mudó de grupo ARTSA a Ondas de Alegría y la programación cambió de música internacional a música moderna y juvenil. *Sonido 99* tan sólo duró dos años, volvió a cambiar de nombre y programación en 1985 por el de *Radio Metrópoli* dedicada a difundir música ranchera.

XHPOP 99.3FM Sonido 99/Digital 99. A inicios de los ochenta fue conocida como *Sonido 99*, luego cambio a *Radio Metrópoli* y *Fórmula Mexicana*, de música grupera y ranchera respectivamente. En 1988 regresó a la música moderna y juvenil, primero con el nombre de *Sonido 99* y en ese mismo año cambió de título a *Digital 99*, con el cual es conocida actualmente. Para 1995, dejó de ser operada por ARTSA y fue grupo Acir quien tomó el mando de la frecuencia.

XHMM 100.1FM Stereo Cien. Aunque ya se llamaba *Stereo Cien* desde 1977, en 1986, cambió la música internacional por la transmisión de música pop, especialmente enfocada a la anglosajona. En 1995, volvió a tener un cambio, aunque mantuvo el mismo nombre, siglas y tipo de programación, dejó de ser de Somer para formar parte de NRM Comunicaciones.

XHOF 105.7FM Radio Cosmos/Estéreo Joven. El recién inaugurado IMER fundó en la frecuencia de 105.7FM una estación de Top 40 con el nombre de *Radio Cosmos*, la cual, cambió de nombre a *Estéreo Joven* en 1983. Este caso es interesante ya que es el único de una estación de Top 40 que no fue operado por un grupo concesionario, ello gracias a que el IMER es un grupo de radio pública (permisionado). La estación mantuvo el nombre hasta 1993 en que pasó a ser *Láser FM*. En 1994 volvería a cambiar de nombre al de *Órbita* para dedicarse a difundir exclusivamente rock.

II.7.5. Década de los noventa

Banda de AM

XEQK 1350AM *La Hora Exacta*. Esta estación era una de las más longevas en el cuadrante del D.F. pero decidió darle un giro a su programación en 1998. Siguió transmitiendo la hora exacta minuto a minuto, pero en lugar de emitir comerciales entre ese lapso, transmitió música moderna y juvenil, la cual era interrumpida por los anuncios de la hora. Ese formato tan sólo duró hasta 2002, año en que la frecuencia se convirtió en *Radio Ciudadana* dando fin a una de las estaciones más conocidas de la capital.

Contrario a otras décadas, en los noventa sólo se fundó esa estación de Top 40 en la banda de AM; de hecho dejaron de transmitir éxitos de música juvenil la mayoría de las que existían: XEX 730AM *Radio Festival*, XEDF 970AM *Fórmula 970*. *Radio Espectáculo*, XEFR 1180AM *Radio Felicidad*, XECMQ 1320AM *Radio Sensación*, XEEST 1440AM *Radio Alegría* y XESM 1470AM *Radio Cañón*. Todas estas estaciones dieron paso a emisoras especializadas en noticieros, programas hablados y música gruperá, formatos que se han adueñado de la AM del Distrito Federal. La única estación Top 40 que siguió su curso fue XEOY 1000AM *Radio Mil* y la recién reorganizada *La Hora Exacta*.

Banda de FM

XEX 101.7FM *Yo 102*. Anteriormente fue conocida como *Estelar FM* que transmitió música romántica, pero a partir de 1993 la frecuencia 101.7FM retomó el formato con el que se había dado a conocer desde la década de los setenta: Top 40. *Yo 102* duró hasta 1998 en que se convirtió en **Vox** y su última modificación hasta el momento fue en 2002 cuando se convirtió en **Los 40 Principales**, como parte de los cambios acontecidos por la entrada de acciones de Grupo Prisa en Televisa Radio.

II.7.6. 2000-2006

Banda de AM

XEX 730AM *La Nueva X*. En 2001, *La X Mexicana* especializada en música grupera se convirtió en *La Nueva X* dedicada a la difusión de música moderna y juvenil. Sin embargo, tan sólo duró un año, ya que en 2002 retomó la música grupera y se convirtió en *730*.

La decadencia de la radio Top 40 en AM se mantuvo ya que XEOY 1000AM *Radio Mil* llegó a su fin en 2000 como estación dedicada a la música moderna y juvenil para convertirse en *Radio Mil. De las mejores la mejor* con especialización en la música romántica. XEQK 1350AM *La Hora Exacta* (la única estación formato Top 40 fundada en AM en la década de los noventa) concluyó su historia en 2002. Para el año 2006 no había ni una sola estación dedicada a la música moderna y juvenil en la banda de AM.

Banda de FM

XEOYE 89.7FM *FM Globo*. Para iniciar el nuevo milenio, NRM Comunicaciones decidió cambiarle el nombre a *Morena* y convertirla en *FM Globo* (era la misma que salió del 104.9FM) dedicada a la música moderna y juvenil. La frecuencia sólo duró un año con ese nombre; en 2001, se transformó en **Oye**, estación que actualmente sigue funcionando.

Contrario a la banda de AM, en FM sí existían estaciones de Top 40 en 2006, eran las siguientes: XEOYE 89.7FM *Oye*, XHFAJ 91.3FM *Alfa*, XERC 97.7FM *Stereo 97.7*, XHPOP 99.3FM *Digital*, XHMM 100.1FM *Stereo Cien*, XEX 101.7FM *Los 40 Principales* y XHEXA 104.9FM *Exa*.

A continuación está el tercer y último capítulo de esta investigación. En él se podrán encontrar las listas de popularidad del periodo 1956-2006, así como un análisis a partir de la presencia de rock mexicano en ellas.

Capítulo III: El rock mexicano en las listas de popularidad

Tu rocksito no va a pegar,
 más popero debes tocar
 si quieres hacerla
 y en la radio poder sonar.
 “Mueve, mueve”: Yucatán a Go Go.

A lo largo del presente capítulo el lector observará las listas de popularidad del periodo 1956-2006, además del análisis de la presencia que el rock mexicano tuvo en ellas. Dicho lapso de 51 años fue dividido en tres etapas usando como puntos de división dos hechos que resultan claves en la relación que el rock mexicano tuvo con la radio de Top 40. El primero de ellos es el Festival de Rock y Ruedas de Avándaro (1971), por lo que la primera etapa es de 1956 a 1971. El segundo es la explosión de la campaña Rock en Tu Idioma con bandas mexicanas (1988), por lo que la segunda etapa abarca de 1972 a 1987, el año previo de ese hito. Finalmente, la tercera etapa se extiende de 1988 a 2006. La explicación de cada etapa se dará más adelante en este último capítulo de la investigación.

Cabe hacer una aclaración: esta investigación no busca reseñar la historia del rock mexicano, por lo que aquí no se encuentra una narración historiográfica. No obstante, el lector que desee adentrarse en dicha materia encontrará algunas referencias bibliográficas a lo largo del capítulo. Este apartado último persigue exponer: en primer lugar, la presencia que el rock mexicano tuvo en las listas de popularidad de la radio de Top 40, como una muestra de lo que se programaba de esta música en las mismas; y en segundo lugar, una interpretación de las razones por las cuáles sonó o no rock mexicano en la radio de Top 40. Previo a todo ello, es necesario describir de una manera somera al rock mexicano.

III.1. Adopción musical

Es por demás conocido que el nacimiento de esta música que llamamos rock fue en Estados Unidos a mediados del siglo XX. Así que es innegable el hecho de que este género se adoptó en México en años subsecuentes a la aparición de agrupaciones como Bill Halley and His Comets en las estaciones de radio del país vecino.

Debido a lo anterior, las discusiones sobre el carácter nacional del rock hecho en México han sido amplías e interminables. Los bandos principales son tres: 1) aquellos que aseguran que no puede haber rock mexicano porque nació en Estados Unidos; 2) los que defienden la adopción que infinidad de compositores mexicanos han hecho de este estilo de música sin importar su lugar de origen;¹ 3) quienes afirman que el rock no debe estar amarrado a nacionalismos, un caso es el de Jaime López: “nunca he dividido en rock en español ni en mexicano, sólo hay un rock. Haces rock o no haces rock, no necesitas ningún justificante *médico* de que sea mexicano, argentino.”²

En esta trabajo se usa la categoría rock mexicano con el fin de centrar al objeto de estudio en un grupo de canciones, compositores, grupos, solistas e intérpretes, en su mayoría mexicanos, pero con presencia de algunos extranjeros,³ que han producido rock en México (en cualquiera de sus subgéneros, cantado en español, inglés o cualquier otra lengua), es decir, que su carrera la han desarrollado principalmente aquí. Se entiende que existe el rock mexicano porque han existido compositores, intérpretes, disqueras, medios de comunicación y hasta instituciones educativas (ejemplo: la Escuela del Rock a la Palabra de la Secretaria de Cultura del Distrito Federal) que han hecho de esta música su contenido/producto principal.

III.1.1. Del rock a la música moderna

Otro debate interminable es aquel sobre la definición de rock. Ya sea por sus parámetros musicales (ritmos, instrumentos, acordes, etcétera) o comerciales (imagen de los instrumentistas, lengua en la que se canta, dinámica en los conciertos, público, vestimenta, clasificaciones discográficas, etcétera) el rock es definido según la información de quien lo define. Para muestra se pueden ver en el anexo a este escrito las entrevistas, en las que para cada uno de los entrevistados el rock significa algo diferente.

¹ Para ambos casos, véase el texto “¿Existe el rock mexicano?”, *La Mosca*, Año 2, No. 18, México, 1997.

² Jaime López, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 2, véase completa en Anexo.

³ En cuyo caso, cada uno será expuesto particularmente cuando así lo requiera.

Armando Vega Gil, bajista de Botellita de Jerez: “Es un monstruo de mil cabezas el rock, es como un espectro muy amplio.”⁴

Carlos Alvarado, teclista de Chac Mool: “rock significa romper con muchas ataduras que teníamos, significa libertad, significa rebeldía, significa muchas cosas, no cualquier cosa, no. Y dentro del rock hay muchas corrientes.”⁵

José Luis Paredes Pacho, baterista de Maldita Vecindad: “estilísticamente o sonoramente es muy complicado definirlo, si acaso podría caracterizarse pero involucrando distintas variables, no sólo musicales, sonoras. Ya hay muchas cualidades musicales que podrían ser completamente disímiles entre sí, el reggae con el rock progresivo, musicalmente tienen muy poco que ver, el funk y el hip hop, incluso la música electrónica que en un momento dado se define como antípoda del rock dentro de la cultura juvenil o la cultura pop juvenil.”⁶

En medios de comunicación, especialmente la radio, se han usado diversos términos para referirse a este tipo de música que van desde rock and roll (a veces diferenciado del rock o en otras usado como sinónimo de este), hasta pop, pasando por la música alternativa y música moderna. Es decir, en la radio tampoco hay una definición establecida sobre aquello que deba ser rock.

Javier Trejo Garay: “Es difícil, sin ser experto en música como tal. Yo te diría que es difícil, porque fácilmente, mejor dicho, había artistas que se autoproclamaban roqueros sin serlo, ahorita se me viene a la cabeza alguien que se autonombra el ‘Ángel del rock’: Laureano Brizuela que era una música pop muy suave y era criticado por los roqueros de a de veras [...] con la explosión de rock en los ochenta se empezó a vender fácilmente, se empezó a abaratar y cualquiera era roquero.”⁷

Salvador Escobar: “Bueno, yo no soy músico pero obviamente el ritmo es una cosa diferente, es algo único.”⁸

⁴ Entrevista realizada para este trabajo, pregunta 1, véase completa en Anexo.

⁵ Entrevista realizada para este trabajo, pregunta 2, véase completa en Anexo.

⁶ Entrevista realizada para este trabajo, pregunta 2, véase completa en Anexo.

⁷ Voz institucional y locutor de *FM Globo*, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 7, véase completa en Anexo.

⁸ Locutor de *XEDF*, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 1, véase completa en Anexo.

En la práctica, las estaciones pueden nombrar como mejor les convenga a la música que difunden gracias a que no hay una norma universal para clasificarla. Así, si lo que una estación de radio toca es rock, quizá suene desde Caifanes hasta Dug Dug's, pero no sonarán Los Locos del Ritmo; no así si la definición usada es rock and roll, en la que pueden tener presencia el grupo liderado por Toño de la Villa o Los Teen Tops. Si la estación llama a lo que toca música alternativa, seguro hay presencia de grupos que van desde La Cuca hasta Zoé, pero si lo que se difunde es música moderna⁹ (o pop), no será sorpresa que junto a Molotov aparezca RBD o Camila. "Son de sobra conocidos los artilugios que prensa y radio utilizan al momento de clasificar la música: el neologismo está a la orden del día."¹⁰

Todo lo anterior se vuelve un impedimento para un análisis como el que pretende esta investigación, pues de un lado está la polisemia del término rock y en el otro está la multclasificación de esta música, por lo que la aprobación de Alejandra Guzmán como rock, o no, depende de la apreciación y gusto de quien lo acepte o niegue.

Así, si es difícil definir al rock por lo que es, quizá para los fines de este trabajo convenga más comenzar a definir por lo que no es. De esta forma, es posible estar de acuerdo en que la cumbia, la música norteña (polka, vallenato), la música vernácula mexicana (ranchera, huapango), la música *clásica* (entendida como aquella que interpretan orquestas sinfónicas, filarmónicas o cuartetos de cuerdas), la música afrocaribeña (son, danzón, cha cha chá, salsa, merengue, bolero, reggae, ska), la balada y el jazz no son rock.

Hasta aquí el objeto de estudio ya está mejor ubicado, mas no del todo, pues ¿Alejandra Guzmán, Maná, Angélica María y Moderatto son rock? Nadie duda en considerar a Café Tacvba y Ritmo Peligroso como rock, pero cuando se mencionan a los cuatro anteriores es cuando comienzan las discusiones. Para evitar esto, este trabajo se deshará de la definición de rock a partir de quién lo interpreta; en su lugar, la definición de rock caerá en lo interpretado, es decir, la canción. Poco importará si es Luis Miguel u Onda Vaselina el intérprete, si la canción no es cumbia, norteña, vernácula mexicana, clásica, afrocaribeña, balada o jazz, es rock. Lo mismo pasará a la inversa, aunque nadie dude que Caifanes sea un grupo de rock, "La negra Tomasa" es una cumbia.

⁹ Véase Víctor Roura, "La música moderna es justamente esa que está usted escuchando en la radio", en Alva de la Selva, *et. al.*, *Perfiles del cuadrante*.

¹⁰ David Cortés, *El otro rock mexicano*, Times Editores, México, 1999, 13.

¿Qué pasará con el pop? En México se toma al pop como antítesis de rock, de esta forma, Timbiriche y Flans no son lo mismo que La Cuca y Love Army. La frontera que divide al pop del rock resulta muy difusa. Es aquí donde sirve la información contenida en los estereotipos. Pues si bien ambas músicas son consideradas juveniles, una de ellas es tomada como transgresora, mientras la otra como conservadora, aunque cabe subrayar que como todo estereotipo parte de generalidades: “la aparición del rock significó una verdadera subversión dentro del campo musical, lo que condujo a la crítica, al rechazo y al establecimiento de ciertas estrategias de conservación de parte de quienes detentaban el monopolio legítimo de la producción musical de la época.”¹¹

En resumen, el rock es una expresión musical transgresora que en este trabajo será entendida como aquello que no es cumbia, música vernácula mexicana, jazz, balada, música clásica y afrocaribeña.

III.2. Sobre las listas de popularidad que a continuación se presentan

Las listas de popularidad que en lo sucesivo serán expuestas son anuales y sólo fueron elegidos para su transcripción los diez primeros lugares de cada año.

Las fuentes de las listas son principalmente las siguientes:

- 1) La tesis de maestría en comunicación de Fernando Mejía Barquera: *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.* No todos los años de los cincuenta y uno que abarca la presente investigación (1956-2006) se encuentran en dicho trabajo, por lo que para esos vacíos se recurrió a las siguientes fuentes:
- 2) Revista *Eres*. Se consultaron los números del día 15 de cada mes y posteriormente se realizó una tabulación usando como modelo el mismo que Mejía Barquera utilizó para su trabajo, es decir, cada número 1 valía 10 puntos, un segundo lugar 9, un tercero 8, así sucesivamente para después sumar el puntaje de cada canción y jerarquizar los lugares anuales del *ranking* según las puntuaciones.

¹¹ Adrián de Garay Sánchez, *El rock también es cultura*, Universidad Iberoamericana, México, 1993, pp. 24. Cabe destacar que dentro del rock hay corrientes transgresoras del propio rock, ejemplos son el punk y el rock in opposition.

- 3) *Los 100 más pedidos de MTV*. Para algunos años en los que no fue posible consultar la revista *Eres* se procedió a usar como base el *top* anual de la cadena de videoclips en su versión latinoamericana. La lista de *MTV* contiene indistintamente canciones en español e inglés, pero para la transcripción en este trabajo sólo fueron tomadas en cuenta las canciones en español, o bien, de origen latinoamericano. ¿Tiene relación las listas de *MTV* con las listas de radio o revistas especializadas? Sí, pues las disqueras y/o promotores suelen cuadrar las mismas canciones para radio y televisión, es decir, un mismo sencillo se promociona para radio con su versión sonora, la del álbum, y en televisión con el videoclip. Difícilmente se lanza un sencillo para radio y uno para TV. Lo que varía, como en toda lista de popularidad, es el lugar que ocupe cada sencillo.

Cuando es necesario, cada lista transcrita tiene una nota al pie para saber su fuente exacta.

El lector se podrá dar cuenta de que ninguna de las tres fuentes proviene directamente de estación de radio alguna. Esto se debe, en primer lugar, a que la gran mayoría de las estaciones tomadas en cuenta para esta investigación ya no existen y, por lo que se ha investigado, no hubo resguardo de archivos sonoros o escritos de las listas de popularidad. Un caso muy específico es el de XEDF: Salvador Escobar explicó, posterior a la entrevista realizada para este trabajo, que luego del terremoto de 1985 (en el que se derrumbó el edificio de Radio Fórmula, grupo al que pertenecía la emisora) gran parte de la información de la estación se perdió. Sin embargo, hay un factor determinante para que aquí no existan *tops* de estaciones de radio: la privacidad o desecho de los materiales.

Arturo Flores, actual director artístico de 97.7, expuso que en dicha estación desechan ese tipo de información (refiriéndose a las listas, en su caso, el Metrónomo 97.7) cada año; es decir, una vez iniciado 2012, la información de 2011 fue destruida, lo mismo con años anteriores. De hecho aseveró: “toda la información que tenemos está publicada en la página [de internet]”. Sin embargo, es posible suponer que sí se conservan esas listas pero no se permite el acceso público a ellas.¹²

¹² Un caso similar relacionado a esta investigación ocurrió con el acceso al acervo hemerográfico de la revista *Eres* de Editorial Televisa. En primera instancia se recurrió a una solicitud vía telefónica en la que el personal aseguró que Editorial Televisa no guarda ningún ejemplar. Posteriormente, se utilizó como recurso

Las estaciones de radio concesionadas no son organismos públicos que estén obligados a ofrecer acceso público a sus documentos, pero no deja de parecer curioso que impidan el acceso a sus listas de popularidad –ya sea en texto escrito o sonoro- cuando ellos mismos las publican en su momento.

Antes de pasar al análisis de cada etapa es importante adelantar cómo se realizará el mismo. En primer lugar hay una descripción breve de la etapa, esto es, el estado en que se encontraba el rock mexicano, algunos grupos existentes, sus discos, disqueras, foros donde tocaban, etcétera. Luego están las transcripciones de las listas de popularidad. Finalmente, está el análisis del rock presente en dichos *tops* y las razones por las cuales aparece o no en ellas.

III.3. La era dorada del rock and roll

El primer periodo de rock en México que pretende analizar esta investigación inicia en 1956 y termina en 1971. 1956 por el nacimiento del rock mexicano, 1971 por la realización del Festival de Rock y Ruedas de Avándaro, el cual, a la postre, significaría un rompimiento en la relación que los medios de comunicación, especialmente la radio, tendrían con este género. Es obvio que este primer periodo –y los siguientes que se analizarán en esta investigación–es heterogéneo y no todas las bandas eran de rock and roll propiamente dicho, sino que durante el mismo surgieron algunos conjuntos que se acercaron mucho más al blues-rock (Javier Bátiz, Three Souls in My Mind), el hard rock (Enigma, El Ritual), la psicodelia (Love Army, Peace and Love, Kaleidoscope) y el rock and roll (Los Locos del Ritmo, Los Hooligans).¹³

Como era de esperarse, esas diversas manifestaciones de lo que actualmente generalizamos con el término rock no tuvieron el mismo nivel de programación radiofónica durante el periodo analizado en este subtema. Uno de los objetivos de este y los próximos dos subtemas es no sólo escrutar qué tanto se programó el rock en las radios de Top 40, sino también, identificar cuáles eran los

la recomendación de un ex editor de *Eres*. Editorial Televisa sí tiene una hemeroteca pero no es para acceso público, sólo que en lugar de argumentar que no es de acceso público prefieren negar su existencia.

¹³ Géneros más importantes dentro del espectro del rock mexicano durante el periodo 1956-1971, sin embargo, no fueron los únicos, hubo más ramificaciones, las cuales son expuestas por Arturo Lara Lozano en su blog: <http://6decadasderockmexicano.blogspot.com/>

intérpretes que más se tocaban en la radio y así poder establecer quiénes conforman la élite del rock mexicano, en cuanto a programación en radio se refiere.

No se puede dejar de lado que las estaciones de radio a partir de la década de 1950 comenzaron a especializarse en públicos específicos, uno de los cuales era la población juvenil. Sin embargo, podemos señalar diferencias entre las estaciones de radio dirigidas a jóvenes: por ejemplo, *Radio Variedades* contaba con una serie de sencillos musicales diferentes a los de *La Pantera*, sus intereses eran distintos. Mientras la primera podía tocar desde rock and roll hasta baladas, la segunda prefería darle cabida a la música de rock en inglés.

Es factible que los públicos de ambas emisoras (y similares) se contrapusieran, es decir, que aquellos que escucharan *La Pantera* no escucharan *Radio Variedades*. También se puede suponer que debido a esa razón, *La Pantera* estaba dirigida a un público mucho más comprometido con lo que quería escuchar en la radio, gente que hacía de su fanatismo por el rock un rasgo distintivo de su personalidad. Y por el otro lado, *Radio Variedades* estaba dirigida a un auditorio mucho más tolerante a expresiones musicales distintas al rock. En otras palabras, se puede pensar que estaciones como *La Pantera* buscaran satisfacer el gusto musical de los roqueros, mientras que *Radio Variedades* programara temas para aquellos que sólo querían escuchar música en la radio, sin exigir un género en especial.

Precisamente por ese razonamiento, esta investigación está enfocada a las estaciones como *Radio Variedades* (categorizadas en este escrito como Top 40), porque en ellas no había una exigencia para que siempre sonara rock, sino que se podía tocar desde un bolero hasta una balada, pasando por un twist o un rock and roll. Gracias a esta característica, este tipo de estaciones siempre han sido de las más exitosas en el cuadrante de la Ciudad de México¹⁴ y, gracias a ello, las posibilidades de establecer una agenda musical radiofónica como ya se explicó a lo largo del capítulo I.

Por supuesto que en este primer periodo a analizar, la crítica de la opinión pública dirigida hacia el rock no fue uniforme. Durante los primeros años (1956-1967) se discutió sobre el rock and roll, la rebeldía que representaba su baile característico y la forma de vestir de los rocanroleros. En ese

¹⁴ En el punto “Estaciones de Top 40 en la Ciudad de México desde 1956” del Capítulo II de este trabajo, ya fueron descritas las 39 estaciones de este formato radiofónico que surgieron en las décadas de los cincuenta y sesenta.

primer instante, el rock and roll era transgresor de las costumbres musicales enmarcadas en la música ranchera y la afrocaribeña de la década de los cuarenta y el primer lustro de los cincuenta. Posteriormente, el rock and roll comenzó a ser aceptado y asimilado por la opinión pública,¹⁵ pero sucedáneamente –sobre todo a partir mediados de la década de 1960- surgieron otras expresiones musicales identificadas con el rock (a secas), las cuales, hacia finales de la década de los sesenta e inicios de los setenta, se convirtieron en el objetivo de ataque de la opinión pública.¹⁶

Es así que este primer periodo por analizar de rock mexicano en la radio no es equitativo en cuanto a difusión y, mucho menos, en cuanto a propuesta artística. Por lo tanto, hubo un rock que sí sonó en la radio y que sí fue popular entre la juventud que escuchaba las estaciones de radio de Top 40. Eso está reflejado en las listas de popularidad de las emisoras radiofónicas que se verán adelante.

III.3.1. La adopción del rock en México

Establecer o confirmar la fecha de la primera ocasión en que un músico mexicano grabó rock and roll es una labor arriesgada ya que es imposible expedir un certificado *por ser el primero*. Sin embargo, existen indicios que señalan el año 1956 (sin especificar el mes) como la primera ocasión en la que fue ejecutado rock and roll en México hecho por mexicanos.

“Pero he aquí que un buen día Pablo Beltrán Ruíz le encarga a sus saxofonista Héctor Hallal *El Árabe* que se pula con unos arreglos chabochones para ver si la pegan con el rock. A mediados del 56 la orquesta de don Pablo inicia sus rocanroleadas radiofónicas y graba ‘Mexican rock and roll’ y ‘A ritmo de rock and roll’. De inmediato, la brecha abierta de

¹⁵ Cabe subrayar que, por parte de la industria radiofónica y discográfica, el rock and roll fue aceptado rápidamente. No pasó lo mismo con la opinión pública generalizada, un ejemplo es el siguiente: “La invasión rocanrolera ha provocado un clamor de protesta por parte del auditorio. El radioescucha ya no soporta las estridencias y los compases lastimeros del famosísimo rocanrol, ‘es una música para retrasados mentales’, nos dice un lector y en esa frase van los motivos por los cuales insistimos en que se restrinja siquiera un poco la musiquita esa”. Esto en *Boletín Radiofónico*, citado en Virginia Morales Ávila, *Nuestra es la voz, de todos la palabra. Historia de la radiodifusión mexicana*, México, UNAM, 2011, 374.

¹⁶ Para ejemplos de este caso véanse notas como: “Nudismo y mariguana” (Alejandro Iñigo, *Excélsior*, 12 de septiembre de 1971, 14-A), “Algunos expertos sospechan que la sarna la transmiten los jipis” (sin firma, *Excélsior*, 12 de septiembre de 1971, 15-A), “En Avándaro una juerga increíble” (Alejandro Iñigo y Víctor Pagan, *Excélsior*, 12 de septiembre de 1971, 17-A) y la editorial “Desenfreno y estolidez” (*Excélsior*, 13 de septiembre de 1971 6-A), en la que, entre otras descalificaciones, se escribe lo siguiente: “En Avándaro se dio eso [drogas] y más: el erotismo por el erotismo, la injuria por la injuria, la estupidez por la estupidez.”

Beltrán Ruíz fue recorrida por Luis Márquez, Chucho Hernández, Cuco Valtierra, Lupe López, etcétera [...] Por lo que a cantares se refiere, la pionera del rock and roll radiofónico fue la no muy exitosa Aurora Román que se presentó en septiembre del 56 con 'Príncipe azul' y 'Meciéndose todo el día'. Preconizó, además, la producción de letras en castellano para acelerar la introducción del nuevo ritmo en tierras del Anáhuac [...] Pero la cantante más destacada de esa etapa fue Gloria Ríos [...] grabó el primer disco de roc cantado: 'El relojito' y 'La mecedora' acompañada por el conjunto de Jorge Ortega."¹⁷

Arturo Lara Lozano, coleccionista y creador del *Árbol genealógico del rock mexicano*, también establece como año inicial del rock mexicano 1956: "no podemos olvidar a los pioneros, al primer grupo que se fundó en México y que lo conformaron: Sergio Martell y los hermanos Tena (Waldo y Polo) que llevaron por nombre Los Espontáneos. Esto sucedía en 1956, para pasar después como Los Reyes del Rock."¹⁸

Por otro lado, el primer asomo del rock and roll en medios de comunicación fue en la radio el mismo año: "Él [Luis Cabrero] llevó por primera vez a un grupo de rock a la cabina de 620, incluso en 1956 estuvo ahí un dúo anónimo con armónica y voz que improvisó un rock and roll [...]"¹⁹

La aceptación y popularidad del rock and roll hecho en México no tardaron en llegar. Las grabaciones de la Orquesta de Pablo Beltrán y de Gloria Ríos fueron las primeras en abrirse un lugar dentro de los *tops* de las radiodifusoras. "Todo el despliegue rocanrolero que ha quedado esquematizado sólo sirvió para que las aves del pantano nocturno tuvieran la impresión de que estaban conociendo el último grito y para que 'Mexican rock and roll' ascendiera lentamente hasta alcanzar en noviembre y diciembre un muy indiscutible 4º lugar de popularidad."²⁰

Las empresas discográficas (RCA Víctor, CBS, Musart, Orfeón y Peerles; las principales de aquella época) vieron en el rock and roll un nicho de mercado sustentable. Por ello, comenzó una explosión de conjuntos de rock que poco a poco comenzaron a adueñarse de las transmisiones radiofónicas, algunos de esos grupos son populares hasta la actualidad y destacan, sobre todo, Los

¹⁷ Federico Arana, *Guaraches de ante azul*, Vol. I, Posada, México, 1985, 51.

¹⁸ Arturo Lara Lozano. *6 décadas de rock mexicano*.

<http://6decadasderockmexicano.blogspot.com/2008/08/mario-paniagua-moreno-el-arbol-del-rock.html>

Sitio visitado el 22 de septiembre de 2011.

¹⁹ Óscar Sarquíz citado por Fernando Mejía Barquera, *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.*, Tesis de Maestría en Comunicación FCPyS-UNAM, México, 2006, 146.

²⁰ Arana, *op. cit.*, 55.

Locos del Ritmo, Los Rebeldes del Rock y Los Teen Tops. Las agrupaciones tenían los micrófonos abiertos para sonar *al aire*, siempre y cuando cumplieran con un requisito obligado: hacer *covers* de canciones exitosas de rock and roll estadounidense o inglés.

Vale la pena revisar dos opiniones sobre el rock and roll de covers que sonó en la radio. La primera es de Francisco Domínguez *El Abuelo*, teclista de Los Rebeldes del Rock, y en ella expresa lo exitoso que resultaban ser las reversiones al español:

“Uno de los compañeros de Café Tacvba, en un programa que tenía [Luis] Carbajo en la *W*, cuestionó lo que ahorita estamos comentado, de que nosotros qué, nosotros [hicimos] puros *covers*. Pues sí, pero si haces *covers* y a los dos o tres años te dicen que ya has vendido dos o tres millones de LPs, oye, pues sigue haciendo *covers*. En esa época de grupos rocanroleros, Los Teen Tops, yo creo de su primer LP, de diez [canciones] fueron diez [éxitos]. Los Rebeldes del Rock, del primero y del segundo [disco], de diez [canciones] fueron diez [éxitos], o sea, las diez piezas que estaban grabadas en el primer LP, todas pegaron y en el segundo LP todas pegaron. Nosotros grabamos nada más cinco LPs y tenemos más o menos como cuarenta y tantos éxitos, o sea que casi todo lo que grabamos, gracias a Dios, fue éxito, como ha sido de los mismos Locos, de los Teen Tops, etcétera.”²¹

La segunda opinión es de Ramiro Garza, programador y gerente de *Radio Variedades* durante la década de 1960:

“[...] Un día me lleva Antonio Raso, un traficante de discos, un LP de Los 5 Latinos y me dice:
 –Este es el madrazo en La Habana. –Lo oigo y:
 –A ver si lo programamos después. –Pero luego llegó un momento en que los pocos discos que había como baladas rítmicas se agotaron. Entonces yo le dije a Los Teen Tops:
 –Hay que hacer algo: fusílese lo que puedan en español y a darle... se llamarán *covers*, son piratajes... total.
 –Pero nos van a demandar.
 –No pasa nada, como no los vamos a vender nosotros, no nos hacen nada. Nosotros los damos a conocer, pero el hecho de que tú transmitas un *robón* ¿quiere decir que participaste en él? Ustedes se robaron esto y lo otro y lo toco yo, a la gente le gusta y ellos [el público] van a declararlos inocentes–. Y así pasó.”²²

²¹ Entrevista realizada para este trabajo, pregunta 4, véase completa en Anexo.

²² Entrevista realizada para este trabajo, pregunta 3, véase completa en Anexo.

Ahora es tiempo de revisar qué tan popular fue el rock mexicano durante las décadas de 1950, 1960 y los primeros dos años de la década de los setenta (1970 y 1971).

III.3.2. La popularidad del rock mexicano de 1956 a 1971²³

Lista anual de popularidad 1956

#	Título	Intérprete
1	No me platiques	Lucho Gatica
2	Que seas feliz	VARIOS
3	Grítenme piedras del campo	VARIOS
4	Historia de un amor	VARIOS
5	Échenme la tierra encima	Pedro Infante
6	Alma de acero	VARIOS
7	Amor mío	Lucho Gatica
8	Angustia	Sonora Matancera
9	Vanidad	Genaro Salinas
10	Estoy perdido	Los Tres Ases

Lista anual de popularidad 1957

#	Título	Intérprete
1	El reloj	Los Tres Caballeros
2	Ay, cosita linda	VARIOS
3	Tú me acostumbraste	Olga Guillot
4	Tú me olvidas	VARIOS
5	En la orilla del mar	Sonora Matancera
6	Espérame en el cielo	VARIOS
7	La cama de piedra	Cuco Sánchez
8	La barca	Los Tres Caballeros
9	Marcelino, pan y vino	VARIOS
10	La pastora	Tony Camargo

²³ Dentro de las listas se encuentran títulos de canciones e intérpretes resaltados en negritas, se trata de los temas musicales que para esta investigación se toman como rock. Cabe recordar que las siguientes listas son anuales. Todas las listas expuestas para este periodo fueron tomadas de Mejía Barquera, *op. cit.* Por último, con el fin de conocer las canciones de las que se hablará en lo sucesivo, todos los temas fueron escuchados por medio de *YouTube*.

Lista anual de popularidad 1958

#	Título	Intérprete
1	Sabrás que te quiero	Raúl Shaw Moreno
2	Regálame esta noche	Los Tres Caballeros
3	Rumbo perdido	VARIOS
4	Échame a mí la culpa	VARIOS
5	Fascinación	VARIOS
6	Corazón de melón	Hermanas Benítez
7	Todo y nada	VARIOS
8	Cuando tú me quieras	Raúl Shaw Moreno
9	Lágrimas de amor	Raúl Shaw Moreno
10	Azul pintado de azul	VARIOS

Lista anual de popularidad 1959

#	Título	Intérprete
1	La margarita	Mariano Mercerón
2	Bala perdida	Lola Beltrán
3	Me extraña	VARIOS
4	Nuestro juramento	Julio Jaramillo
5	Jacaranda	Los Panchos
6	Lágrimas del alma	VARIOS
7	Qué bonito amor	VARIOS
8	Decídete	Los Dandys
9	Un telegrama	Mona Bell
10	Gema	Los Dandys

Lista anual de popularidad 1960

#	Título	Intérprete
1	Sabor a mí	VARIOS
2	Limosnero de amor	Javier Solís
3	Bésame y olvídate	Javier Solís
4	La boa	Sonora Santanera
5	Adiós	Los Tecolines
6	No pidas más perdón	VARIOS
7	Ayúdame Dios mío	María Elena Sandoval
8	Canción de Orfeo	Los Tres Diamantes
9	La plaga	Los Teen Tops
10	La hiedra venenosa	Los Rebeldes del Rock

Lista anual de popularidad 1961

#	Título	Intérprete
1	Agujetas de color de rosa	Los Hooligans
2	Nunca en domingo	VARIOS
3	Mi pueblo	César Costa
4	Escándalo	Marco Antonio Muñiz
5	La historia de mi amor	César Costa
6	Pólvora	Los Locos del Ritmo
7	Popotitos	Los Teen Tops
8	Chica alborotada	Los Locos del Ritmo
9	Presumida	Los Teen Tops
10	Matilda	Los Jockers

Lista anual de popularidad 1962

#	Título	Intérprete
1	Multiplicando	Fabricio
2	Speedy González	Manolo Muñoz
3	La historia de Tommy	César Costa
4	Florida twist	Bill Halley
5	Eddy, Eddy	Angélica María
6	El gran Tomás	Mayté Gaos
7	Susy, la coqueta	Mayté Gaos
8	Payasito	Enrique Guzmán
9	Cuándo volverá	Paco Cañedo
10	Tímida	César Costa

Lista anual de popularidad 1963

#	Título	Intérprete
1	Cosas	Óscar Madrigal
2	Despeinada	Los Hooligans
3	Pensaba en ti	Enrique Guzmán
4	Al di la	Emilio Pericolti
5	Rosas rojas	Hermanos Carrión
6	Corre, Sansón, corre	Los Rebeldes del Rock
7	Ámame	VARIOS
8	Vayamos juntos	Hermanas Jiménez
9	Johnny, recuérdame	César Costa
10	Magia blanca	Hermanos Carrión

Lista anual de popularidad 1964

#	Título	Intérprete
1	Tijuana	Los Persuaders
2	Las cerezas	Hermanos Carrión
3	Como te extraño	Leo Dan
4	Dominique	Los Dominique
5	Volver a verte	Rocío Durcal
6	Los piropos de mi barrio	Rocío Durcal
7	Trébole	Rocío Durcal
8	Perdóname mi vida	Albero Vázquez
9	Sabor a nada	Los Locos del Ritmo
10	Tú serás mi baby	Les Surfs

Lista anual de popularidad 1965

#	Título	Intérprete
1	Y la amo	Santo y Johnny
2	Crema batida	Herb Alpert y Los Tijuana Brass
3	Cuando calienta el sol	Trini López
4	Bule bule	Los Rockin Devils
5	Lanza tus penas al viento	Hermanos Carrión
6	Juego de palabras	Olivia Molina
7	Vete con ella	Mayté Gaos
8	Sombras	Javier Solís
9	Me conformo	Marisol y Robert Conrad
10	La pollera colorá	Orquesta de Carmen Rivero

Lista anual de popularidad 1966

#	Título	Intérprete
1	Yo soy aquel	Raphael
2	El último beso	Polo
3	El gato loco	Los Hooligans
4	Un hombre respetable	Los Hitters
5	Juanita Banana	Manolo Muñoz
6	Amarrado	Los Belmonts
7	El despertar	Marco Antonio Muñoz
8	Capri, se acabó	Hervé Villard
9	Napoleón XIV	Luis Vivi Hernández
10	Egoísmo	Joselito

Lista anual de popularidad 1967

#	Título	Intérprete
1	Adoro	Carlos Lico
2	Digan lo que digan	Raphael
3	La mentira	Pepe Jara
4	Sigamos pecando	Hermanos Arriagada
5	No	Carlos Lico
6	Batijugando	Sonia López
7	Y es por ti	Los Reno
8	Georgina	Los Rockin Devils
9	Guantanamera	Los Sandpipers
10	El cable	Mario y sus Diamantes

Lista anual de popularidad 1968

#	Título	Intérprete
1	Rosas en el mar	Massiel
2	La llorona	Raphael
3	1, 2, 3 detente	Roberto Jordán
4	Parece que fue ayer	Armando Manzanero
5	Caricia y herida	Marco Antonio Vázquez
6	Hazme una señal	Roberto Jordán
7	El amor es triste	Paul Muriat y Orquesta
8	Mi gran noche	Raphael
9	Norma, la de Guadalajara	Pérez Prado y Orquesta
10	Reconciliación	Hermanas Núñez

Lista anual de popularidad 1969

#	Título	Intérprete
1	Clemencia	Hermanas Núñez
2	Esos fueron los días	Los Rockin Devils
3	O quizá simplemente te regalé una rosa	Leonardo Favio
4	Lo mucho que te quiero	René y René
5	Alguien cantó	Mona Bell
6	Por amor	Marco Antonio Muñiz
7	Corazón contento	Palito Ortega
8	Reconciliación	Hermanas Núñez
9	No dejes de quererme	Sonora de Maracaibo
10	Por ti	Johnny Dinamo y Los Leos

Lista anual de popularidad 1970

#	Título	Intérprete
1	La nave del olvido	José José
2	Negra paloma	César Costa
3	Una lágrima por tu amor	Estela Núñez
4	El triste	José José
5	Tú qué me das	Carlos Lico
6	Tu camino y el mío	Vicente Fernández
7	Sufrir	Los Solitarios
8	Mi viejo	Piero
9	Te he prometido	Leo Dan
10	El silbido	Lorenzo de Montecarlo

Lista anual de popularidad 1971

#	Título	Intérprete
1	Mi corazón es un gitano	Lupita D'Alessio
2	Mary es mi amor	Leo Dan
3	Señora	Joan Manuel Serrat
4	Pon tu mano sobre mi mano	Lupita D'Alessio
5	Rosa marchita	Roberto Jordán
6	Felicidad	Víctor Yturbe "Pirulí"
7	Adónde va nuestro amor	Angélica María
8	Lo que te queda	Los Pulpos
9	Tanto adiós	Los Ángeles Negros
10	Puente de piedra	Los Chicanos

III.3.3. La gallina de los huevos de oro

Si bien el rock and roll logró popularidad en la radio mexicana desde su arribo a las transmisiones radiofónicas en 1956,²⁴ las listas de popularidad transcritas demuestran que no hubo un dominio de este género sobre los demás estilos musicales, o al menos no en el periodo 1956-1971. Tan sólo fueron cuatro los años en que los listados fueron invadidos por el rock: 1961, 1962, 1963 y 1966. No cabe duda de que se trata de la *era dorada* del rock and roll mexicano, pero el dominio, en cuanto a popularidad radiofónica, a lo largo del periodo fue de las baladas.

Cabe recordar que la definición del género rock en cuanto a clasificación musical radiofónica para esta investigación se encuentra en cómo suena el tema musical y no quién lo hace. Por ello hay

²⁴ Según listas de *Notitas musicales* de 1956. Gloria Ríos y Las Estrellas del Ritmo alcanzaron el 5º lugar de popularidad en marzo de 1956 con "La mecedora".

ocasiones en que un mismo intérprete está resaltado en negritas y en otras no; por ejemplo, Los Rockin Devils con “Georgina” (cover de “Georgy girl”) están resaltados gracias a que el tema suena a rock and roll, mientras que “Esos fueron los días” es una balada sin tintes rocanroleros, así que no fue tomada en cuenta.

Algo que destaca es lo fructífero que resultó el rock and roll, en especial su talento juvenil, para la industria discográfica. Ya fuera con rock and roll o baladas (por lo general, interpretadas por ex vocalistas de las agrupaciones de rock que emprendían una carrera solista), las listas de popularidad expuestas están llenas de ídolos juveniles relacionados con el rock. Entre las agrupaciones se presentan: Los Teen Tops, Los Rebeldes del Rock, Los Hooligans, Los Locos del Ritmo, Los Jockers, Los Hermanos Carrión, Las Hermanas Jiménez, Los Rockin Devils, Los Hitters, Los Belmonts y Los Reno. Por el lado de los solistas están: Fabricio, Manolo Muñoz (ex vocalista de Los Gibson Boys), César Costa (ex vocalista de Black Jeans), Angélica María,²⁵ Mayté Gaos,²⁶ Óscar Madrigal, Enrique Guzmán (ex vocalista de Los Teen Tops), Olivia Molina, Luis Vivi Hernández (ex vocalista de Crazy Boys), Polo (ex vocalista de Los Apson Boys) y Roberto Jordán.

Los intérpretes anteriores pertenecen a la cúpula mediática de roqueros mexicanos del periodo 1956-1971 o, de manera más específica, 1960-1967. De entre ellos, quienes más constancia tuvieron en las listas de popularidad con temas de rock son: Los Hermanos Carrión (4 temas: “Rosas rojas”, “Magia blanca”, “Las cerezas” y “Lanza tus penas al viento”), Los Teen Tops (3 temas: “La plaga”, “Popotitos” y “Presumida”), Los Hooligans (3 temas: “Despeinada”, “El gato loco” y “Agujetas de color de rosa”), Los Locos del Ritmo (3 temas: “Pólvora”, “Chica alborotada” y “Sabor a nada”) y César Costa (3 temas: “La historia de Tommy”, “Tímida” y “Johnny, recuérdame”).

A pesar de que, en su mayoría, los temas de rock and roll expuestos en las listas son *covers* de grupos anglosajones, también hay presencia directa de dos intérpretes estadounidenses en las

²⁵ Ella siempre estuvo emparentada con el rock and roll a pesar de que no todas sus canciones eran de ese género. En la cinta *Cinco de chocolate y uno de fresa* canta composiciones de los Dug Dug's, además de protagonizar *La verdadera vocación de Magdalena* en la que hay escenas del Festival Avándaro.

²⁶ Aunque es española, toda su carrera la realizó en México. Por eso se le tomó en cuenta para la investigación.

listas anteriores. En el año 1962 aparece “Florida twist” de Bill Halley, y en 1964, como primer lugar, está “Tijuana” de Los Persuaders.²⁷

Después de la adopción en México del rock and roll en 1956, pasaron cuatro años para que dos temas entraran a las listas de popularidad anuales (a pesar de que hubo temas como “La mecedora” de Gloria Ríos, el cual apareció en los listados de marzo de 1956; y “A ritmo de rock and roll” de Pablo Beltrán Ruíz en diciembre del mismo año). 1960 es el año en que Los Rebeldes del Rock con “Hiedra venenosa” y Los Teen Tops con “La plaga” abren la puerta para que en los siguientes tres años (1961, 1962 y 1963) se dé el cenit de esta música en México. El 70% de los temas musicales de esos tres años son de rock mexicano.²⁸ Además, según las listas presentadas, 1962 fue el año más rocanrolero, pues de las 10 canciones presentes, 7 son de rock mexicano, una es un twist de Bill Halley, y dos son baladas (“Payasito” y “Cuándo volverá”).

En 1964, comenzó el declive de popularidad. En ese año, en específico, influyó el triplete de Rocío Durcal (“Volver a verte”, “Los piropos de mi barrio” y “Trébole”) y al clásico “Como te extraño” de Leo Dan, todas ellas, a excepción de “Trébole” que es flamenco, son baladas. En 1966, hubo un repunte, la mitad de las canciones del *top* anual fueron de rock: “El gato loco”, “Un hombre respetable”, “Juanita banana”, “Amarrado” y “Napoleón XVI”. Pero continuó posteriormente su picada, a tal punto que entre 1968 y 1971 no hay ni una sola canción de dicho género.

En cuestión de porcentaje, del 100% de canciones de las listas de popularidad del periodo 1956-1971, el 78.125% pertenece al conjunto de géneros como ranchera, bolero, cumbia y balada, es decir, los que no son rock. El resto es la presencia que tuvo el rock mexicano en las listas de popularidad de esos 16 años: tan sólo el 21.875%. Es curioso cómo entre 1961 y 1963 el porcentaje es de 70, pero en el total de periodo 1956-1971 se reduce a casi una tercera parte de eso.

²⁷ Grupo también conocido como Los Persuasivos o The Hollywood Persuaders.

²⁸ Los porcentajes presentados a partir de este momento fueron sacados tomando en cuenta únicamente la información de las listas de popularidad, es decir, el número total de temas que aparecen en ellas y el número de canciones resaltadas en negritas.

III.3.4. El inicio de la impopularidad del rock mexicano

Para mediados de la década de 1960, el panorama musical en México se diversificó. La radio podía tocar desde música ranchera hasta rock and roll. El gran beneficio del rock and roll y los solistas fue demostrarle al público que no toda la música popular transmitida en medios debía ser ranchera, de mariachi o de origen cubano, sino que géneros cosmopolitas, como el rock and roll, también podían inmiscuirse en las transmisiones de radio.²⁹

Hay otra razón por la cual el abanico de opciones musicales se abrió: la radio ya no era una sola, sino que desde la década de los cincuenta comenzaron a existir *las radios* como una consecuencia de la división en formatos y especializaciones.³⁰ Los grupos radiofónicos iniciaron la división de su público según intereses musicales, publicitarios, informativos, de edades y clase económica.

También cabe reseñar lo ocurrido en Estados Unidos, ya que la decadencia del rock and roll en las listas de popularidad a partir de 1964 en México no sólo tiene explicaciones nacionales sino que responde a una consecuencia internacional. Según las listas de *Billboard*,³¹ artistas como Bill Halley and His Comets (sobre todo en 1955 con “Rock around the clock”), Elvis Presley, Paul Anka y The Shirelles aparecieron en los primeros diez lugares de popularidad de cada año en el periodo 1955-1963. Sin embargo, a partir de 1963 se pueden observar algunos cambios, pues The Beach Boys aparecen en segundo lugar de popularidad con “Surfin’ USA”, esto como muestra de un sonido que ya no pertenecía al primer rock and roll, al menos no al de Bill Halley. En 1964, se da el cambio al rock, pues The Beatles se hizo del primer y segundo lugar de popularidad anual de ese año con “I wanna hold your hand” y “She loves you”, respectivamente, además de que The Beach Boys repitieron, en esa ocasión con “I get around”.

Aunque los procesos del rock en México y en Estados Unidos han sido totalmente diferentes a lo largo de su historia, con casos como el declive de la popularidad del rock and roll a partir de 1964, es posible demostrar que siempre han existido semejanzas en el desarrollo de este tipo de música

²⁹ *Enciclopedia Británica*, citada por Octavio Ortiz Gómez, *El surgimiento del rock y su asentamiento internacional como producto cultural de masas, 1950-1973: tradición e innovación en el desarrollo de una música popular juvenil transnacional y sus nexos consolidación cultural de masas y la industria cultural en el mundo*, Tesis de Maestría FCPyS-UNAM, México, 2007, 65.

³⁰ Véase Mejía Barquera, *op. cit.*

³¹ Consultadas a por medio de <http://longboresurfer.com/charts/> 24 de abril de 2012.

en ambos países. Lógicamente, cada país continuó su propio camino en cuanto a popularidad musical radiofónica. Así como en Estados Unidos el rock se apoderó definitivamente de las listas con The Beatles, The Rolling Stones, The Monkees y The Mamas and The Papas; en México, el público conoció a Raphael, Rocío Durcal, José José y Vicente Fernández. Esto no quiere decir que no haya existido rock en México después de 1964, sí existió, sólo que no encontró popularidad radiofónica.

En México, el máximo representante de ese rock (ya sin el apellido *and roll*) fue Javier Bátiz, quien, de hecho, desfiló de manera efímera como cantante en Los Rebeldes del Rock posterior a la salida de Johnny Laboriel.³² El primer disco de larga duración de Bátiz data de 1963, se llama *Javier Bátiz and The Famous Finks*³³ y en él ya hay indicios del blues-rock que marcaría el resto de la década (por ejemplo, el de Jimi Hendrix o Carlos Santana), no sólo en México sino en todo el mundo. Sin embargo, la música del guitarrista nunca ha entrado a lista de popularidad mexicana alguna.

No obstante lo antes mencionado, la apertura musical de la radio mexicana a mediados de la década de 1960 tampoco era tanta, ya que mientras en Estados Unidos, The Beatles, The Rolling Stones y hasta Bob Dylan se volvían los *hits* del momento, en México, las disqueras y los radiodifusores seguían pretendiendo que el rock siguiera siendo un rock and roll tenue (por ejemplo “Las cerezas”, “Manda tus penas al viento” e “Y es por ti”). Aquí se encuentra uno de los puntos centrales para comprender la relación que el rock mexicano ha tenido con la radio: las baladas.

El gran negocio para las disqueras en la década de los sesenta fue apoyar, en primer lugar, a los grupos de rock and roll para posteriormente desmembrarlos o, al menos, lanzar al cantante con una carrera de solista y ponerlo a interpretar baladas. Eso tuvo mucho éxito, basta con revisar las listas de popularidad. Así, radiodifusores y empresarios de la música encontraron a la gallina de los huevos de oro y no pretendían soltarla. Entonces llegaron Rocío Durcal, Leo Dan y José José para reafirmar a la balada como reina absoluta de la radio mexicana.

³² Merced Belén Valdéz Cruz, *Rock mexicano. Ahí la llevamos cantinfleando*, Encuadernaciones López, México, 2002, 128.

³³ En 1960 sacó un Extended Play (EP) con su banda llamada TJ's. <http://javierbatiz.com/> Visitado el 14 de enero de 2012.

Fernando Mejía Barquera asegura que la balada predominó en la década de los setenta gracias a los solistas ex rocanroleros y a la censura del rock posterior al Festival de Rock y Ruedas de Avándaro.³⁴ Sin embargo, el dominio de la balada no tuvo que esperar a que llegara dicha década (y mucho menos al festival de rock), sino que desde los sesenta se apropió de los *charts*. De 1964 a 1968, la balada compartió lo más alto del éxito musical con los boleros y fue a partir de 1969 que se adueñó de la cima de esta industria.

El Festival Avándaro sí tuvo repercusión en la relación del rock mexicano con la radio pero no fue definitivo, sino que desde 1964, las puertas de la radio se comenzaron a cerrar para este género hecho en México. Los empresarios radiofónicos y discográficos no iban a arriesgar el negocio encontrado en las baladas para transmitir rock que además era cantado en inglés (como el de Javier Bátiz), lo cual era mal visto por la opinión pública cuando se trataba de un músico nacional. El rock en inglés (estadounidense o británico) de The Beatles, The Rolling Stones, The Beach Boys y otros sí fue transmitido por la radio mexicana, aunque su espacio quedó acotado principalmente a *La Pantera*, *Radio Éxitos* y *Radio Capital*, las estaciones que satisfacían al público roquero.

Así, el rock mexicano no encontró su espacio en las radios de Top 40. En estas, la balada se instauró como género predilecto de comunicadores y público. En las estaciones de rock, el espacio otorgado al mexicano fue limitado, pues preferían tocar música de origen anglosajón. Aun con todo esto, en 1971 se organizó el Festival de Rock y Ruedas de Avándaro (nombrado por algunos como el Woodstock mexicano) cuyo resultado mediático fue alejar definitivamente al rock mexicano de la radio o, al menos, eso es lo que se pretende demostrar en el siguiente punto.

III.4. El hoyo funky del rock mexicano

Sin duda, el gran hito en la historia del rock mexicano es la realización del Festival de Rock y Ruedas de Avándaro.³⁵ Este evento estuvo relacionado con los medios de comunicación desde su concepción.

³⁴ Mejía Barquera Fernando, *op. cit.*, 217.

³⁵ Para más información sobre el festival, véase Después de Avándaro: el hoyo negro del rock mexicano. <http://www.maph49.galeon.com/avandaro/avandaroa.html>.

La idea fue gestada en Telesistema Mexicano, hoy Televisa. Justino Compeán y Eduardo *El Negro* López Negrete invitaron a Luis de Llano Macedo a que produjera una noche mexicana con algunos grupos de rock para los corredores del Circuito Avándaro, una carrera de automóviles que se realizaba en Valle de Bravo. En aquel tiempo, Luis de Llano Macedo producía un programa dominical llamado *La onda de Woodstock*, conducido por Jacobo Zabłudovsky y en el que colaboraban Jaime Almeida, Carlos Alazraki y Joaquín López-Dóriga, entre otros. *La onda de Woodstock* era el programa dominical matutino del canal 2, así que De Llano vio en la realización de la noche mexicana la posibilidad de tener material para el programa. Por ello, el festival fue grabado con la Unidad Crucero de Telesistema Mexicano.³⁶

La respuesta de la gente al festival fue inesperada. En un inicio se planeaba tener únicamente a una o dos bandas la noche del 11 de septiembre y el público sólo estaría integrado por los corredores con sus familias. No esperaban a más de 4 mil personas.³⁷ Pero el día del festival se presentaron 11 conjuntos (además de algunos *palomazos* y pruebas de sonido realizadas desde el viernes 10 de septiembre) que contaron con la presencia de un público conformado por más de 200 mil personas.³⁸ Nadie, ni siquiera los organizadores, esperaba tal respuesta del público y menos aún la reacción de los medios y la sociedad en general.

Desde la planeación del festival, Justino Compeán invitó a Ramiro Garza a que *Radio Juventud (Canal 660 AM)* fuera la emisora encargada de la transmisión en vivo del mismo. Así cuenta Ramiro Garza, quien se encargó de la producción de la transmisión del festival desde el Distrito Federal, el acercamiento del actual presidente de la Federación Mexicana de Fútbol:³⁹

“[...] me fue a ofrecer Justino Compean, el que ahora es presidente de no sé qué (era muy amigo de *El Negro* López Negrete, hijo de un político), y luego Justino (a López Negrete):
 –Vamos a transmitir Avándaro, consíguete una estación de radio –y Justino fue con nosotros.
 –Oye, ¿cómo ves esto, Ramiro?”

³⁶ Luis de Llano Macedo, entrevista realizada por el autor para el documental *Rock sin ruedas* (sin editar), véase en Anexo.

³⁷ Luis de Llano Macedo, entrevista con el autor para el documental *Rock sin ruedas* (sin editar), pregunta 8, véase completa en Anexo.

³⁸ Se suelen manejar diversas cifras. Notas periodísticas de *Excélsior*, *El Universal*, *El Día* y otros periódicos suelen mencionar “más de 150”, mientras que José Agustín asegura que fueron 250 mil en *Tragicomedia mexicana II*.

³⁹ Entrevista realizada para este trabajo, pregunta 11, véase completa en Anexo.

–No, pues está bien, es rocanrol –yo inocente, pues órale–. Consígueme un patrocinador para que tenga yo un pretexto... Coca Cola. Coca Cola presenta Avándaro. –Conseguimos alguien que nos pagó el transporte, los locutores, Félix Ruano, era el locutor de control remoto, dos operadores, uno para control remoto y otro para consola y lo aprobaron. En aquella época vendían una hora como por 580 pesos, yo le dije a Justino:

–Es muy difícil, si te rentan la hora [de producción] en 3 mil, te va bien.

–¿Tú crees que la Coca Cola se atora, tres mil no, diles que les ofrezco 5 mil –y les firma el cheque por adelantado, ¡ah caray!, como llevaba yo un 5% de comisión, me encantó.”

Entonces, Telesistema Mexicano estuvo presente en el festival con cámaras de la Unidad Crucero. *Radio Juventud* envió a Félix Ruano Méndez y Agustín Meza de la Peña para la conducción de la transmisión en vivo. Además de ellos, entre otros medios, la revista *Piedra Rodante* mandó corresponsales y fotógrafos, y Alfredo Gurrola comandó a un grupo de cineastas superocheros (Sergio García Michel, David Celestino y Bosco Arochi) que filmaron aspectos del festival. El periódico *Excélsior* mandó al escritor Parménides García Saldaña como corresponsal, a quien le publicaron una nota de color el mismo día del concierto (11 de septiembre). Y tanto en *Excélsior* como en *La Prensa* se publicó un desplegado en el que invitaban al público a escuchar la transmisión por 660 AM.⁴⁰ Todo parecía indicar que la relación de los medios con el festival iba a ser cordial pero un día después todo cambió.

Los acontecimientos que desterraron por completo en el periodo 1972-1987 al rock mexicano de la radio ocurrieron durante la actuación de Peace and Love. Fueron cuando Ricardo Ochoa, vocalista de la banda, gritó: “Chingue a su madre el que no cante” antes de tocar la canción llamada “Marihuana”, además, por supuesto, de la supuesta apología al consumo de drogas de ese tema. En ese instante se paró la transmisión de *Radio Juventud*⁴¹ y al rock mexicano se le cerraron los micrófonos de la radio por casi una década. Así cuenta la experiencia Ramiro Garza:⁴²

“[...] comenzó todo muy bien, la transmisión como a las 11 de la noche. Y como a las tres de la mañana yo ya estaba muy cansado y me dormí. La mañana siguiente, a las nueve de la mañana, que me hablan a la casa:

–Te llaman de la Secretaría de Gobernación.

–¡En la torre!, ¿qué pasó?

⁴⁰ Fotografía del periódico en “El efecto Avándaro” del Capítulo II de esta investigación.

⁴¹ Recordar que en el apartado “El efecto Avándaro” del Capítulo II de esta investigación, Agustín Meza de la Peña asegura que la decisión de cortar la transmisión fue de la propia gente de la emisora.

⁴² Entrevista realizada para este trabajo, pregunta 11, véase completa en Anexo.

–Mire usted, habla la secretaria del licenciado –ahorita me acuerdo cómo se llama–, encargado de radio, que por favor venga usted sin excusa ni pretexto a las 11 de la mañana al despacho aquí de la Secretaría de Gobernación.

–Sí, cómo no –yo pensé: Ha de ser para felicitar me por ser un exitazo. Nada. Que me encuentre yo con un señor muy serio, de lentes, delgado, muy agradable:

–Ramiro, ha cometido usted un gran error.

–¿Por qué? Yo sólo hice la transmisión.

–Sí, pero la transmisión era su responsabilidad.

–No pasó nada. Los muchachos se soltaron baile y baile pero eso no se vio, hasta se encueraron pero eso tampoco se vio en el radio. –Y el licenciado medio sonriendo–, ¿no pasó nada? –se voltea en su silla giratoria y echa a andar una grabadora en la que grabó la transmisión y lo primero que oigo: ‘¡Marihuana! Jajaja’–. No pasó nada verdad. Una estación de radio promoviendo la marihuana.

–Es que yo no lo escuché.

–Ese es su problema, usted debió haber estado al pendiente para que la segunda vez que dijeran marihuana cortaba usted la transmisión.

–Pues sí.

–Bueno mire, yo sé antecedentes suyos, que es una gente trabajadora, universitaria y todo, vamos a dejarlo así, si nadie se queja no ha pasado nada, ¿entendido? Porque a mí también me gusta el rock.”

Hubo otros hechos que fulminaron la imagen del festival y, de paso, al rock mexicano en los medios de comunicación: la encuerada de Avándaro, la presencia de drogas, una bandera de México que en lugar de tener el escudo nacional tenía el símbolo de amor y paz, y la presencia de algunos *hippies* hicieron que gran parte de la opinión pública desaprobara lo ocurrido en Valle de Bravo. Tan sólo en el periódico *Excelsior*, el tema fue parte de la primera plana durante una semana y media. No cabe duda de que lo que en un inicio era sólo un festival de música también “tuvo repercusiones políticas; tan fue así que se le satanizó al instante y el gobierno apretó la represión contra todo tipo de evento rocanrolero.”⁴³

Durante el periodo al que atañe este subtema, el rock capitalino, todo, desde el progresivo hasta el punk, tuvo que refugiarse a partir del Festival Avándaro en los llamados hoyos funkies, además del Tianguis Cultural del Chopo creado en 1980; lugares que ni siquiera estaban acondicionados para montar conciertos. La radio comercial y la televisión eran metas de difícil acceso para los

⁴³ José Agustín Ramírez, *La contracultura en México. La historia y el significado de los rebeldes sin causa, los jipitecas, los punks y las bandas*, Grijalbo, México, 1996, 89.

músicos roqueros. Por el lado de la radio pública, *Radio UNAM* y *Radio Educación* se convirtieron en las únicas opciones viables para los músicos de rock.

El reingreso del rock a los medios de comunicación, no así a las listas de popularidad, fue a mediados de la década de los ochenta, en primer lugar con el reconocimiento que logró tener Chac Mool con su disco *Caricia digital* (1984). “[...] fue algo maravilloso porque fuimos el primer grupo verdaderamente fuerte que dio giras por toda la república, tocamos en todos lados, desde circos, centros de convenciones, ferias. Hicimos mucha televisión: en el trece, en el once; salimos en todos los periódicos cuando en ellos no se publicaba nada sobre rock.”⁴⁴ Y en segundo lugar con las agrupaciones que conformaron el disco de Comrock de 1985.⁴⁵

Hacia finales de esa misma década (1987), BMG Ariola vio el potencial comercial del rock en español y lanzó la campaña llamada Rock en Tu Idioma, en cuyo principio contaba sólo con agrupaciones españolas y argentinas, pero hacia 1988 incluyeron agrupaciones mexicanas que lograron éxito radiofónico como Neón, Los Amantes de Lola, Maldita Vecindad y Caifanes.⁴⁶

El periodo de las siguientes listas de popularidad abarca de 1972 por ser el año posterior al que se realizó el Festival Avándaro. 1987 fue la fecha elegida para cerrar este lapso gracias a que se trata del año previo al inicio oficial de Rock en Tu Idioma con bandas mexicanas. Cabe mencionar que el primer movimiento de BMG Ariola con respecto a dicha campaña fue la realización de un concurso nacional de bandas de rock en diciembre de 1987, y no fue hasta enero del siguiente año cuando se dieron a conocer los ganadores.

⁴⁴ Carlos Alvarado de Chac Mool en Valdez Cruz, *op. cit.*, 172.

⁴⁵ El sello Comrock fue vendido a WEA (Warner) en 1988 como una opción para competir contra Rock en Tu Idioma de BMG Ariola. <http://archivodelrockmexicano.blogspot.mx/2006/12/duela-se-estremece-el-corazon-cuando-lei.html> Kenny y Los Eléctricos, El Tri, Casino Shangai, Mask, Ritmo Peligroso, Los Clips y Punto y Aparte eran las bandas que tenían contrato con Comrock.

⁴⁶ Se ahondará más al respecto en el apartado correspondiente al periodo 1988-2006.

III.4.1. La popularidad del rock mexicano de 1972 a 1987⁴⁷**Lista anual de popularidad de 1972**

#	Título	Intérprete
1	¿Por qué?	Los Babys
2	No se ha dado cuenta	Roberto Jordán
3	Verónica	Víctor Yturbe "Pirulí"
4	No tengo dinero	Juan Gabriel
5	Rosa marchita	Roberto Jordán
6	Miénteme	Víctor Yturbe "Pirulí"
7	Me he quedado solo	Juan Gabriel
8	Rosas rojas	Massimo Ranieri
9	Será mañana	Juan Gabriel
10	Desiderata	Arturo Benavides

Lista anual de popularidad de 1973

#	Título	Intérprete
1	Un sueño	La Tropa Loca
2	Río rebelde	Julio Iglesias
3	Engaño	La Tropa Loca
4	Te voy a enseñar a querer	Manoella Torres
5	Él	Grupo Yndio
6	Juegos en mi mente	Roberto Jordán
7	Sin tu amor	Grupo Yndio
8	La montaña	Roberto Carlos
9	A tu recuerdo	Los Ángeles Negros
10	Zacazonapan	Antonio Zamora

Lista anual de popularidad de 1974

#	Título	Intérprete
1	Espejismo	Juanello
2	Tú sigues siendo el mismo	Angélica María
3	Esta rosa roja	Juan Gabriel
4	Lamento de amor	Rigo Tovar
5	Me gusta estar contigo	Angélica María
6	Adiós amigo	Los Strwck
7	Perdóname	Estrellita
8	Mi amigo el puma	Sandro
9	Tengo miedo	Los Bríos

⁴⁷ Dentro de las listas se encuentran títulos de canciones e intérpretes resaltados en negritas, se trata de los temas musicales pertinentes a esta investigación. La fuente de la que fueron sacadas todas las listas es Mejía Barquera, *op. cit.* Por último, al igual que con el periodo anterior, cabe subrayar que todas las canciones de las listas fueron escuchadas por medio de *YouTube*.

10	Déjenme si estoy llorando	Los Ángeles Negros
----	---------------------------	--------------------

Lista anual de popularidad de 1975

#	Título	Intérprete
1	Lágrimas y lluvia	Juan Gabriel
2	¿Quieres ser mi amante?	Camilo Sesto
3	Se me olvidó otra vez	Juan Gabriel
4	Mi corazón lloró	King Clave
5	Llueve sobre mojado	Camilo Sesto
6	Luna blanca	Karina
7	Te juro que te amo	Los Terrícolas
8	Los hombres no deben llorar	King Clave
9	Llorarás	Los Terrícolas
10	Plegaria	César

Lista anual de popularidad de 1976

#	Título	Intérprete
1	A mi guitarra	Juan Gabriel
2	Jamás	Camilo Sesto
3	Hoy tengo ganas de ti	Miguel Gallardo
4	Esclavo y amo	Los Pasteles Verdes
5	Melina	Camilo Sesto
6	Recuerdos de una noche	Los Pasteles Verdes
7	Cómo te extraño	La Revolución de Emiliano Zapata
8	Luto en el alma	Los Terrícolas
9	Una carta	Los Terrícolas
10	Falso amor	Los Bukis

Lista anual de popularidad de 1977

#	Título	Intérprete
1	Siempre en mi mente	Juan Gabriel
2	Vive	Napoleón
3	Otro ocupa mi lugar	Miguel Gallardo
4	Pajarillo	Napoleón
5	Luto en el alma*	Los Terrícolas
6	Gavilán o paloma	José José
7	Un día con mamá	Cepillín
8	Llamarada	Manolo Muñoz
9	Deja de llorar chiquilla	Los Terrícolas
10	El sol nace para todos	Ricardo Ceratto

* También octavo lugar de 1976.

Lista anual de popularidad de 1978

#	Título	Intérprete
1	El pasadiscos	Diego Verdaguer
2	Con el viento a favor	Camilo Sesto
3	Si tú te vas	Camilo Sesto
4	Aunque te enamores	Juan Gabriel
5	Ma Baker	Grupo El Tren
6	En un bosque de la China	Cepillín
7	Ríos de Babilonia	Biney M.
8	Hombre	Napoleón
9	Mi fracaso	Juan Gabriel
10	Cara de gitana	Daniel Magal

Lista anual de popularidad de 1979

#	Título	Intérprete
1	Hasta que amanezca	Joan Sebastian
2	Noches de verano*	Angélica María y Raúl Vale
3	Chiquitita	ABBA
4	El amor de mi vida	Camilo Sesto
5	Quererte a ti	Ángela Carrasco
6	Soy yo	Los Yonics
7	Motivos	José Domingo
8	Que me perdone tu señora	Manoella Torres
9	Amigo	Roberto Carlos
10	Al final	Emmanuel

* "Noches de verano" es la versión en español de "Summer nights", escrita por Jim Jacobs y Warren Casey para el *soundtrack* de la cinta *Grease*.

Lista anual de popularidad de 1980

#	Título	Intérprete
1	He venido a pedirte perdón	Juan Gabriel
2	Eres	Napoleón
3	Todo se derrumbo	Emmanuel
4	Si me dejas ahora	José José
5	Noa noa	Juan Gabriel
6	No pongas ese disco	Javier Santos
7	Hey	Julio Iglesias
8	Que no	Pedro Marín
9	Quererte a ti*	Angela Carrasco
10	No me arrepiento de nada	Estela Núñez

* También quinto lugar de 1979.

Lista anual de popularidad de 1981

#	Título	Intérprete
1	Ladrona	Diego Verdaguer
2	Ella se llamaba Martha	Napoleón
3	Él me mintió	Amanda Miguel
4	Quiero dormir cansado	Emmanuel
5	Así no te amaré jamás	Amanda Miguel
6	Perdóname	Camilo Sesto
7	Canción de Parchís	Parchís
8	Palabras tristes	Los Yonics
9	Con tu amor	Juan Gabriel
10	Fuego	Menudo

Lista anual de popularidad de 1982

#	Título	Intérprete
1	1 + 1 = 2 enamorados	Luis Miguel
2	Maldita primavera	Yuri
3	Será porque te amo	Lupita D'Alessio
4	Quiero rock	Menudo
5	Él me mintió*	Amanda Miguel
6	Tú y yo	Emmanuel
7	Insensible	Juan Gabriel
8	Quiero ser	Menudo
9	Mi buen corazón	Amanda Miguel
10	Dueño de nada	José Luis Rodríguez

* También tercer lugar del top de 1981.

Lista anual de popularidad de 1983

#	Título	Intérprete
1	Tenías que ser tan cruel	Rocío Durcal
2	Mentiras	Daniela Romo
3	Castillos	Amanda Miguel
4	Yo te amo, te amo	Yuri
5	Claridad	Menudo
6	Celos	Daniela Romo
7	Lluvia	Menudo
8	Caray	Juan Gabriel
9	Directo al corazón	Luis Miguel
10	Busco un amor	Lorenzo Antonio

Lista anual de popularidad de 1984

#	Título	Intérprete
1	Querida	Juan Gabriel
2	Mi amor, mi amor	Lucía Méndez
3	Celos*	Daniela Romo
4	Corazón encadenado	Camilo Sesto
5	Amor de mujer	Camilo Sesto
6	Nena	Diego Verdaguer
7	Karma kamaleón	Yuri
8	El gato y yo	Amanda Miguel
9	La pareja ideal	Marisela y Marco Antonio Solís
10	Fotografía	Óscar Athié

* También es sexto lugar de 1983.

Lista anual de popularidad de 1985

#	Título	Intérprete
1	Corazón de piedra	Lucía Méndez
2	Querida*	Juan Gabriel
3	Déjame vivir	Juan Gabriel y Rocío Durcal
4	Necesito una compañera	Los Bukis
5	Palabra de honor	Luis Miguel
6	Este hombre no se toca	Rocío Banquells
7	Nosotros los muchachos de hoy	Luis Miguel
8	Don corazón	Lucía Méndez
9	Veinticinco rosas	Joan Sebastian
10	Cómo te va mi amor	Pandora

* También primer lugar de 1984.

Lista anual de popularidad de 1986

#	Título	Intérprete
1	Bazar	Flans
2	No controles	Flans
3	Toda la vida	Franco de Vita
4	Cuando estemos juntos	Tatiana y Johnny
5	Corro, vuelo, me acelero	Timbiriche
6	Cuando no estás conmigo	Pandora
7	Esta cobardía	Chiquetete
8	Amor imposible	Lucía Méndez
9	Tímido	Flans
10	Dame un beso	Yuri

Lista anual de popularidad de 1987

#	Título	Intérprete
1	Tu cárcel	Los Bukis
2	Ahora te puedes marchar	Luis Miguel
3	Besos de ceniza	Timbiriche
4	Doce rosas	Lorenzo Antonio
5	Tímido*	Flans
6	La puerta de Alcalá	Ana Belén y Víctor Manuel
7	De mí enamórate	Daniela Romo
8	Cruz de navajas	Mecano
9	Ni tú ni nadie	Alaska y Dinarama
10	Ay, qué pesado	Mecano

* También noveno lugar de 1986.

III.4.2. Género proscrito

Ya se ha mencionado que el Festival de Rock y Ruedas de Avándaro no fue el único hecho que desterró al rock (ya sin el *and roll*) de la programación de estaciones de radio de Top 40. El encumbramiento de las baladas como género predominante en la radio es la razón principal de ello. La consecuencia directa que sí tuvo el Festival de Avándaro dentro del rock mexicano fue la disminución drástica del trabajo para los músicos que se desenvolvían en géneros como el blues, hard rock, psicodelia y rock progresivo, por lo que algunas agrupaciones tuvieron que mudar de estilo.⁴⁸ Tal es el caso de La Revolución de Emiliano Zapata, una de las bandas ausentes en Avándaro, pero que sin duda con sólo dos LPs⁴⁹ (*La Revolución de Emiliano Zapata* de 1971 y *La verdadera vocación de Magdalena* de 1972) logró hacerse de buena reputación dentro de los círculos del rock nacional. Además, “Nasty sex”, sencillo del disco homónimo, pudo ser tocada en radio y tener cierta popularidad en diversas estaciones de Guadalajara (ciudad natal de la agrupación), Ciudad de México y, gracias a Polydor (discográfica con la que la banda tenía contrato), también en Europa.⁵⁰

⁴⁸ Véase “La Revolución de Emiliano Zapata ‘entra’ a la capital” en Antonio Malacara Palacios, *Catálogo subjetivo y segregacionista del rock mexicano*, Angelito Editor, México, 2001, 163.

⁴⁹ Abreviatura de *Long Play*: disco de duración mayor a los veinte minutos.

⁵⁰ Véase Valdez Cruz, *op. cit.*, 51. También en Eric Zolov, *Rebeldes con causa: la contracultura mexicana y la crisis del estado patriarcal*, Norma, México, 2002, 304.

En 1972, los tapatíos comandados por Javier Martín del Campo grabaron el *soundtrack* de la cinta *La verdadera vocación de Magdalena*. Todavía con Polydor, el conjunto grabó tres EP:⁵¹ *La Revolución ataca* (1973), *Gonna leave* (1973) y *Congore tumbero a la mar* (1973).⁵² Para 1975, “La Revo” no sólo cambió de disquera (de Polydor a Dimeca), sino que su estilo se transformó a las baladas. La más exitosa de ellas se puede ver en la lista anual de popularidad de 1976: “Cómo te extraño”.

En el periodo acotado entre 1972 y 1987 hay una baja considerable en el número de canciones de rock incluidas en las listas de popularidad anuales. Sin embargo, debe hacerse hincapié en algunos aspectos: El primero de ellos es recordar que la consideración de rock no está en quién interpreta la canción, sino a qué suena esta. De guiarse por la primera opción, tendría que ser considerada para este trabajo “Cómo te extraño” de La Revolución de Emiliano Zapata. Por ejemplos como este fue que se decidió tomar en cuenta la canción y no al artista. Los otros aspectos son los siguientes.

Es indispensable hacer la observación de que el rock and roll (Los Rebeldes del Rock, Los Locos del Ritmo, Los Hermanos Carrión, etcétera) desapareció por completo de las listas de popularidad de este periodo.

Roberto Jordán y Angélica María, considerados durante la década de los sesenta como rocanroleros, colocaron solamente baladas en las listas de popularidad en la década de los setenta. Roberto Jordán tiene “No se ha dado cuenta”, “Rosa marchita” y “Juegos en mi mente”. Por su parte, Angélica María tiene dos rancheras: “Tú sigues siendo el mismo” y “Me gusta estar contigo”. El caso de “Noches de verano”, interpretado por Angélica María y Raúl Vale, es interesante, pues es un *cover* de “Summer nights” de la cinta *Grease*. Se puede asegurar que el éxito de la versión en español de esa canción se debe al éxito de la cinta estrenada en 1978.

Los casos que se presentan a continuación pertenecen a la década de los ochenta y, por inverosímil que parezca para algunos, son parte de lo que en México conocemos como pop. Pues

⁵¹ Abreviatura de *Extended Play*: disco de duración menor a los veinte minutos.

⁵² Malacara Palacios, *op. cit.*, 106.

resulta revelador que el rock popular estuvo en manos de, por ejemplo, Timbiriche,⁵³ en especial con “Corro, vuelo, me acelero” y “Besos de ceniza”, canciones en las que los *riffs* de guitarra sin duda son de rock.

Yuri es otro ejemplo que llama la atención. No sé puede negar la influencia que el sonido aclamado internacionalmente tuvo en la música de la veracruzana. En 1984, tuvo como éxito “Karma kamaleón”, *cover* de “Karma chameleon” de Culture Club. Pero la canción que tiene pertinencia para este escrito es “Dame un beso”, en la cual el sonido new wave y synth pop de agrupaciones como Devo, Kraftwerk y Gary Numan (en México, *Caricia digital* de Chac Mool es un ejemplo de ello) es clarísimo. Es posible asegurar que “Dame un beso” es un synth pop *edulcorado* para sonar en la radio mexicana, es decir, abrevó de un sonido que entonces estaba siendo exitoso a nivel mundial, pero dirigido a un público no acostumbrado a ese estilo de música.

El último caso por abordar es el de “Ni tú ni nadie” de Alaska y Dinarama. Aunque Olvido Gara Jova *Alaska* es tapatía de nacimiento, su carrera ha estado centrada en España, país en el que ha vivido toda su vida. Nadie puede dudar su importancia dentro de la “Movida madrileña” de la década de los ochenta, pero su importancia dentro del rock mexicano es casi nula, salvo el ser parte de los grupos españoles de rock que comenzaron a llegar a México previo a la campaña Rock en Tu Idioma de BMG Ariola y que, posteriormente, provocaría el apoyo de dicha disquera a agrupaciones mexicanas.

Dentro del periodo 1972-1987 sólo hay cuatro canciones marcadas como rock mexicano. Eso deja un 2.59% de presencia del rock mexicano en listas de popularidad anuales (porcentaje que no está alejado de la presencia total en la programación de radio Top 40). El 21.875% del primer periodo revisado (1956-1971) cae de una manera estrepitosa. Las razones ya han sido explicadas: por un lado, la invitación del gobierno de Luis Echeverría para que las estaciones de radio no tocaran rock (en “El efecto Avándaro del capítulo II), y por el otro, el negocio tan redituable que representaron las baladas, parte fundamental del 97.40% que está presente en los *tops* presentados para el periodo (1972-1987).

⁵³ Aquí no importa si la banda fue planeada desde Televisa, si hacían *playback* en sus conciertos, o si sus integrantes sabían o no tocar algún instrumento. Esas características extramusicales no tienen cabida para esta investigación.

Sólo hay que dejar claro que si no sonó rock en la radio durante esos 16 años no fue por falta de canciones, discos o grupos; al contrario, a pesar de las limitaciones, durante ese tiempo el rock tuvo un desarrollo importante en nuestro país. Ello será expuesto a continuación.

III.4.3. “Enciende el radio para oír el rock”⁵⁴

En agosto de 1972, integrantes de grupos musicales de rock redactaron el Manifiesto de los músicos dirigido especialmente al Sindicato Único de Trabajadores de la Música (SUTM), al cual le exigían, bajo el estatus de agremiados que pagaban cuotas, su intervención en la falta de trabajo consecuencia de Avándaro. Cada una de las nueve exigencias tenía un destinatario definido; la quinta era para la radio: “Condenamos a las radiodifusoras especializadas por su total ignorancia de lo que es buena música, su fraude al público y su grave desprecio por el músico mexicano.”⁵⁵

Ya fuera por el desprecio citado por los músicos, la invitación del gobierno echeverrista para que no se tocara rock en la radio, o por la comodidad que la industria musical había encontrado en las baladas, es un hecho que de 1972 a 1987 el rock mexicano y las variantes que se generaron a partir de él no tuvieron cabida en la transmisión radiofónica. A continuación se mencionan algunos de los géneros y grupos más importantes del periodo analizado en este subtema.

Rock progresivo ⁵⁶		
0.720 Aleación	Al Universo	La Banda Elástica
Decibel	Flüght	Iconoclasta
Jorge Reyes	Luis Pérez	MCC (Música y Contracultura)
Nazca	Nobilis Factum	Nuevo México
The High Fidelity Orchestra	Manchuria	

Rock rupestre		
Armando Rosas y La Camerata Rupestre	Arturo Meza	Carlos Arellano
Jaime López	Roberto González	Rodrigo González <i>Rockdrigo</i>
Trolebús	Nina Galindo	

⁵⁴ Fragmento de “Corro, vuelo, me acelero” de Timbiriche.

⁵⁵ Valdez Cruz, *op. cit.*, 35.

⁵⁶ Cuadros realizados por el autor con información de Malacara Palacios, *op. cit.*, 2001.

Rock		
39.4	Dug Dug's	Náhuatl
Pájaro Alberto y Sacrosaurio	Spiders	Tequila
Poncho Pilatos	Botellita de Jerez	Naftalina
¡Qué Payasos!	Cecilia Toussaint	Sombrero Verde
Kenny y Los Eléctricos	Kerigma	Mamá-Z
Qual	Maná	Las Insólitas Imágenes de Aurora
Mara	Three Souls in My Mind	El Tri

Punk		
Size	Ritmo Peligroso	Rebeld' Punk
Síndrome	Massacre 68	

Blues		
Cosa Nostra	Follaje	Guillermo Briseño
Javier Bátiz	Baby Bátiz	Betsy Pecanins
Real de Catorce		

Metal		
Enigma	Ciruela	Cristal y Acero
Luzbel	Transmetal	

Todos estos fueron géneros relacionados al rock que lanzaron discos durante el periodo 1972-1987 pero tuvieron nula difusión en las estaciones de Top 40 y, como el lector se habrá dado cuenta en las listas de popularidad, inexistencia en los listados anuales.

Los únicos casos que merecen mención aparte son los siguientes: Chac Mool en primer lugar. La agrupación liderada por Jorge Reyes y Carlos Alvarado logró adentrarse en transmisiones radiofónicas y hasta televisivas en la primera mitad de la década de los ochenta.

“[...] habíamos tenido éxito hasta cierto punto, de una banda de no vender nada a vender... no sé, diez-quince mil copias del primer disco de *Nadie en especial* que fue algo inaudito. No teníamos radio, no teníamos televisión, claro, radio, *Radio Educación*, *Radio Universidad*, La Hora Nacional, cosas raras, ¿no?, pero ahí estábamos. Y la televisión, por ejemplo, alguien que nos apoyaba bastante era Sergio Romano, en esa época en el canal 13 [...]”⁵⁷

En segundo lugar están Los Clips y El Tri:

⁵⁷ Carlos Alvarado, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 8, véase completa en Anexo.

“Sí, ahorita recuerdo a Los Clips con aquello de ‘El final’, por ejemplo, un grupo que ya tenía mucho tiempo en México, ya era conocido pero no tenía tanta exposición. [También] estaba El Tri que tuvo dos o tres temas que pegaron en la década de los ochenta. Sí había dos o tres grupos mexicanos. Me acuerdo de estos que te estoy mencionando y hasta del grupo Taxi que era más como rockabilly, pero sí había varios grupos [que se tocaron].⁵⁸

Salvo estas experiencias (las cuales no llegaron a reflejarse en ninguna lista de popularidad anual), el lapso de 1972 a 1987 podría ser definido como nebuloso para el rock mexicano y su relación con la radio. El objetivo de ser programado era lejano para cualquier músico de rock y sus diferentes ramificaciones. Esta situación llegó a ser motivo de composiciones musicales, una de las más sobresalientes debido a su forma de carta dirigida a un programador de radio es “A quien corresponda” de Guillermo Briseño, incluida en el álbum *El conexionista* de 1990.⁵⁹ Aunque la grabación es de la época en la que el rock mexicano de nuevo podía ser escuchado en radio de Top 40, refleja el sentimiento de cualquier músico que aspiraba a la difusión radiofónica durante las décadas de los setenta y los ochenta.

“A quien corresponda”
Intérprete: Guillermo Briseño
Letra y música: Guillermo Briseño
El conexionista. Pentagrama. 1990

A quien corresponda, dos puntos y aparte.
A quien corresponda, dos puntos y aparte.

Por medio de la presente solicito su atención.
Adjunto, dentro del sobre, le mando una grabación,
donde canto francamente y donde opino abiertamente
que en sus programas de radio hace falta mi canción.

No es un grupo español bailando “El son de la negra”,
ni es un grupo argentino para que usted se sorprenda.

Yo le doy mi opinión y piense usted lo que quiera.
Cambie programación y ya verá lo que le espera.

Me despido atentamente y a sus órdenes me pongo.
Le agradezco de antemano que me escuche, que sea pronto.

⁵⁸ Javier Trejo Garay, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 10, véase completa en Anexo.

⁵⁹ Otra canción que habla de lo mismo, pero enfocada a la televisión, es “Violencia, drogas y sexo” de El Tri.

Le aseguro no hay falla ni fractura en lo que toco;
en todo caso respondo si es que alguien se vuelve loco.

No se debe dejar de lado lo expuesto en el apartado “¿Cómo funciona la payola?” del capítulo II. Se podrían suponer planes maquiavélicos que fueron trazados desde las cúpulas más altas del gobierno para dejar fuera al rock mexicano de la radio después de Avándaro, pero la explicación de esta ausencia se debe principalmente a causas industriales, de la industria musical en específico.

Una de las razones por las que el rock mexicano llegó a funcionar en la radio durante los sesenta fue el apoyo de las empresas discográficas (RCA Victor, Peerles, Columbia y Orfeón, las principales). Por ello, falta revisar la cuestión de las disqueras para el periodo 1972-1987. A continuación se muestran tablas con las disqueras que editaron más discos de rock, esto a pesar de la *recomendación* que hizo la CIRT a discográficas para abstenerse de grabar discos de rock; situación referida en el punto “El efecto Avándaro” del capítulo II de este trabajo.⁶⁰

Cisne/Raff⁶¹

Artista	Álbumes
Ciruela	<i>Regreso al origen</i> (1973)
Cosa Nostra	<i>Adopta un árbol</i> (1973)
Mara	<i>Ficheras del rock</i> (1987)
Náhuatl	<i>Náhuatl</i> (1974) <i>Vol. II</i> (1975) <i>Platicando con mis hijos</i> (1975)
Peace and Love	<i>Peace and Love</i> (1973)
Three Souls in My Mind	<i>Three Souls in My Mind</i> (1972) <i>Chavo de onda</i> (1976) <i>Es lo mejor</i> (1977) <i>La devaluación</i> (1978) <i>En vivo desde el Reclusorio Oriente</i> (1978) <i>Qué rico diablo</i> (1979) <i>El blues del eje vial</i> (1979) <i>Bellas de noche</i> (1980) <i>D' mentes</i> (1981) <i>15 Grandes éxitos</i> (1982) <i>Viejas rolas de rock</i> (1982) <i>Renovación moral</i> (1984)
Total de LPs: 19	

⁶⁰ Los cuadros sólo toman en cuenta LPs publicados entre 1972 y 1987. Realizados por el autor con base en Malacara Palacios, *op. cit.*

⁶¹ Esta disquera se convirtió en Cintas y Discos Denver.

Otras

Artista	Álbumes
CBS (39.4)	39.4 (1972)
Gente de México (Arturo Meza)	<i>No vayamos a irnos sin el mar</i> (1985) <i>In principio</i> (1985) <i>Sin título</i> (1987) <i>Suite coradi</i> (1987)
Tiradero (La Banda Elástica)	<i>Banda Elástica</i> (1986) <i>Banda Elástica 2</i> (1989)
Macro Stereo (Flüght)	<i>Flüght</i> (1981)
Rosenbach (Iconoclasta)	<i>Iconoclasta</i> (1983) <i>Reminiscencias</i> (1985) <i>Suite mexicana</i> (1987) <i>Soliloquio</i> (1987)
Ear (Qual)	<i>Caminando</i> (1986)
La Mina (Real de Catorce)	<i>La mina</i> (1987)
Fotón (Roberto González)	<i>Sesiones con Emilia</i> (con Jaime López y Emilia Almazán, 1980)
BMG Ariola (Sombrero Verde)	<i>Sombrero Verde</i> (1981)
Gas (Spiders)	<i>Corre, corre</i> (1980)
Ozono (Trolebús)	<i>Trolebús en sentido contrario</i> (1987)

Total de LPs: 18

Discos Pentagrama

Artista	Álbumes
Armando Rosas y La Camerata Rupestre	<i>Tocata, fuga y apañón</i> (1987)
Carlos Arellano	<i>Canciones domésticas</i> (1987)
Cecilia Toussaint	<i>Arpía</i> (1987)
Follaje	<i>Follaje</i> (1985) <i>Ruta 100</i> (1987)
Mamá-Z	<i>Esa viscosa manera de pegarme las ganas</i> (1987)
Rodrigo González Rockdrigo	<i>Hurbanistorias</i> (1986) <i>El profeta del nopal</i> (1987)
Tierra Baldía	<i>Tierra baldía</i> ⁶² (1987)

Total de LPs: 9

⁶² Para este álbum, la Universidad Autónoma de Puebla participó en la producción.

RCA

Artista	Álbumes
Dug Dug's	<i>Smog</i> (1973) <i>Cambia, cambia</i> (1975) <i>I got my motion</i> (1976) <i>El loco</i> (1978) <i>15 Éxitos</i> (1985)
Jaime López	<i>Primera calle de la soledad</i> (1985)
MCC (Música y Contracultura)	<i>Sobrevivientes</i> (1987)
Pájaro Alberto	<i>Viaje fantástico</i> (1984)
Total de LPs: 8	

Comrock

Artista	Álbumes
Kenny y Los Eléctricos	<i>Juntos por el rock</i> (1985)
Luzbel	<i>Metal caído del cielo</i> (1985) <i>Pasaporte al infierno</i> (1986)
Ritmo Peligroso	<i>En la mira</i> (1985)
El Tri	<i>Simplemente</i> (1985) <i>Hecho en México</i> (1986)
Varios Artistas	<i>Comrock</i> (1985)
Total de LPs: 7	

Ediciones de autor (independientes)

Artista	Álbumes
Antorcha	<i>Anarquismo</i> (1976)
0.720 Aleación	<i>0.720 Aleación</i> (1986)
Enigma	<i>Duro y pesado</i> (1985)
Naftalina	<i>Naftalina</i> (1983)
¡Qué Payasos!	<i>Rock para niños y no tan niños</i> (1987)
Total de LPs: 5	

Philips

Artista	Álbumes
Bandido	<i>Bandido</i> (1973)
Chac Mool	<i>Nadie en especial</i> (1980) <i>Sueños de metal</i> (1981) <i>Cintas en directo</i> (1982)
Jorge Reyes	<i>A la izquierda del colibrí</i> (con Antonio Zepeda, 1986)
Total de LPs: 5	

Polydor

Artista	Álbumes
Botellita de Jerez	<i>Botellita de Jerez</i> (1984) <i>La venganza del hijo del guacarrock</i> (1985) <i>Naco es chido</i> (1986)
Toncho Pilatos	<i>Toncho Pilatos</i> (1973)
Total de LPs: 4	

Orfeón

Artista	Álbumes
Dangerous Rhythm	<i>Dangerous Rhythm</i> (1979)
Decibel	<i>El poeta del ruido</i> (1979)
Javier Bátiz	<i>Ella fue</i> (1978)
Nuevo México	<i>Nuevo México</i> (1979)
Total de LPs: 4	

Polygram

Artista	Álbumes
Kerigma	<i>Siguiendo la línea</i> (1986)
Maná	<i>Maná</i> (1987)
Total de LPs: 2	

Epic

Artista	Álbumes
Enigma	<i>Enigma</i> (1972)
Total de LPs: 1	

Un caso destacable es el de las producciones a cargo de instituciones ajenas al negocio musical, en específico: la Universidad Autónoma de Sinaloa con *Viaje al espacio visceral* de Guillermo Briseño y el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) con *En el ombligo de la luna* de Luis Pérez.

Así, si se retoma lo explicado en “¿Cómo funciona la payola?”, en donde se describe que las discográficas son las encargadas de distribuir a las radiodifusoras las canciones que recomiendan sean programadas (y las estaciones las tocan con el fin de tener contenido), sumado al negocio que representaban las baladas y el desprestigio del rock nacional después de Avándaro, no es difícil encontrar que CBS prefiriera mandar sencillos de Julio Iglesias, Sandro, Roberto Carlos y Mecano (todos ellos presentes en las listas de popularidad anuales), en lugar de música de 39.4; RCA, de Juan Gabriel, Emmanuel y Menudo sobre Dug Dug’s, Jaime López, MCC y Pájaro Alberto; Gas, de Los Pasteles Verdes, para dejar de lado a Spiders; Raff de Napoleón y no de Three Souls in

My Mind, Cosa Nostra o Peace and Love; Orfeón, de Lupita D'Alessio, en lugar de Dangerous Rhythm o Decibel; y BMG Ariola, de José Luis Rodríguez *El Puma* en lugar de Sombrero Verde.

Mientras unos grupos aún podían presumir sus contratos con discográficas de cierto renombre, aunque con la desidia de los empresarios para apoyarlos en transmisiones radiofónicas, otros tenían contacto con sellos mucho más modestos (Gente de México, Tiradero, La Mina, Fotón, Pentagrama) y en algunos casos, si querían grabar un disco o *cassette*, lo tenían que hacer de manera independiente, sin el apoyo de terceros. También se debe recordar que la recomendación de Luis Echeverría de no apoyar al rock no se limitaba a la radio, sino también incluía a las discográficas en el sentido de no grabar discos de rock.⁶³

La fórmula se completa: predilección de la industria musical por las baladas, censura por parte del gobierno, y discográficas que, en el mejor de los casos, accedían a grabar los discos de las bandas de rock pero no los comercializaban como lo hacían con los de los baladistas.

Esa resultó ser la fórmula para impedirle al rock mexicano su difusión radiofónica, al menos en estaciones de Top 40, por casi dos décadas completas. Tuvieron que llegar las agrupaciones argentinas y españolas auspiciadas por BMG Ariola para que los empresarios discográficos en México se convencieran de que el rock podía dejarles ganancias y, con esa motivación, fomentar su programación radiofónica.

III.5. Rock en Tu Idioma en tu radio favorita

El último periodo por analizar en esta investigación se inicia en 1988 y termina en 2006. 1988 es el año en que se comienza de manera oficial de la campaña de BMG Ariola Rock en Tu Idioma con bandas mexicanas; 2006 es el año en que se cumplen los primeros 50 años de rock mexicano (1956-2006).

Fue necesario que, una, tan sólo una discográfica trasnacional se interesara en el rock nacional para que esta música encontrara de nuevo la llave mágica con la que pudiera aparecer en la programación de radio de Top 40. Pero antes de eso (en 1987), BMG Ariola se dedicó a exportar

⁶³ Véase “El efecto Avándaro” en el Capítulo II de este trabajo.

los sonidos de bandas españolas como Radio Futura, Los Toreros Muertos y La Trinca,⁶⁴ y argentinas como Miguel Mateos, Git, Raúl Porchetto, Los Encargados y Virus.⁶⁵

La campaña Rock en Tu Idioma comenzó en México en 1987. Primero con los grupos españoles y argentinos mencionados, pero llegó el momento en que los ejecutivos de la empresa decidieron buscar agrupaciones mexicanas que pudieran ser incluidas entre los artistas que promovían. De esta manera sentaron bases de un nuevo hito en la historia del rock nacional. Para ello, en diciembre de ese año convocaron a un concurso nacional de grupos de rock. En enero de 1988, se dieron a conocer los resultados del mismo: Los Amantes de Lola ganaron el primer lugar, Huizar (ex vocalista de Luzbel), el segundo puesto, mientras que el tercer escaño fue un empate entre Armageddon y Trapos.⁶⁶ Todos ellos se hicieron acreedores al derecho de grabar un LP para BMG Ariola. Sin embargo, en ninguna de las bandas mencionadas cayó el liderazgo en México –en cuanto a popularidad se refiere- de Rock en Tu Idioma, este fue sin duda para el grupo, en aquel entonces cuarteto, llamado Caifanes.

El conjunto estaba formado por Saúl Hernández (voz y guitarra), Sabo Romo (bajo), Diego Herrera (teclados y saxofón) y Alfonso André (batería).⁶⁷ Su primer disco fue lanzado el 28 de agosto de 1988. El álbum marcó un parteaguas en la relación que hasta ese entonces tenía la escena subterránea del rock con la radio: “Caifanes logra reunir ambas vertientes (música espiritual y material) a través de un rock que nace en el sótano de las entrañas, se agazapa en el corazón, juega en (con) los oídos y el cerebro, y termina por vertirse en los bolsillos de generosos ejecutivos disqueros que empiezan a creer que, a pesar de todo, el rock es un buen negocio en México.”⁶⁸

He ahí el inicio de una relación que de nuevo insertaría las canciones de rock mexicano en la agenda de las estaciones de radio de Top 40. “Para los años noventa y el principio del siglo XXI,

⁶⁴ Esta agrupación tiene una experiencia curiosa: su canción más representativa es “Quiero una novia pechugona”, la cual está inspirada en “Nena” del grupo Los Trincas, agrupación liderada por Gaspar Henaine *Capulina* a mediados de la década de los cincuenta. Ver Chava Rock, “Capulina fue pionero del rock mexicano”, <http://mx.musica.yahoo.com/blogs/blogcanrol/capulina-fue-pionero-del-rock-mexicano.html>

⁶⁵ Existen otros dos grupos reconocidos de ambos países. Por España: Héroes del Silencio; por Argentina: Soda Stereo. Estos no fueron mencionados porque no tenían contrato con BMG Ariola y por lo tanto no son parte de Rock en Tu Idioma. A pesar de ello no se ignora su importancia en esa época.

⁶⁶ <http://germenleproxo.blogspot.com/2009/06/varios-21-grupos-finalistas-del.html> Visitado el 17 de abril de 2012.

⁶⁷ Alejandro Marcovich llegó hasta el álbum *Caifanes Vol. II*, mejor conocido como *El Diablito*.

⁶⁸ Malacara Palacios, *op. cit.*, 148.

varios de estos grupos ya eran programados en las emisoras de pop en español al lado de conjuntos o baladistas considerados ‘fresas’, es decir, favoritos de los jóvenes conservadores.”⁶⁹

Maldita Vecindad, Maná (antes Sombrero Verde), El Tri (nombre de la agrupación liderada por Alex Lora posterior a su rompimiento con Charlie Hauptvogel, baterista de Three Souls in My Mind), Fobia y La Cuca son algunas de las agrupaciones que salieron a la luz pública a partir de las oportunidades que brindó Rock en Tu Idioma. Sus sencillos podían ser programados en *Rock 101* u *Órbita*, y también en *Yo 102* o *97.7*; las primeras, estaciones especializadas en rock; las segundas, estaciones de Top 40.

El rock capitalino trascendió el hoyo funky y llegó al Auditorio Nacional (el 13 de diciembre de 1992, Maldita Vecindad tocó en el recinto de avenida Reforma).⁷⁰ *Radio Educación* y *Radio UNAM* dejaron de ser las únicas estaciones que le abrían los micrófonos a esta música y, para finales de la década de 1980, ya se podía escuchar rock mexicano en estaciones de radio concesionadas. Las grandes disqueras firmaban a los grupos mexicanos con la creencia de que habían encontrado otra gallina de los huevos de oro; hasta creaban sub sellos dedicados especialmente al rock (por ejemplo: Culebra, de BMG Ariola). La cadena estadounidense de videoclips *MTV* decidió instalar un canal en América Latina cuya primera transmisión se dio el 1 de octubre de 1993 y el rock gozaba de importancia en la señal. Con esas nuevas condiciones, mientras el público de los setenta y ochenta tenía que buscar discretamente al rock mexicano, la generación de los noventa no sólo podía oírlo en su estación de radio favorita; también podía verlo sin necesidad de salir de su casa.

Gracias a lo fructífero que resultó ser Rock en Tu Idioma, los músicos mexicanos dedicados a este género trascendieron los medios especializados. Los roqueros mexicanos podían ser portada de la revista *La Mosca en la Pared*, especializada en rock, o *Eres*. A continuación se mencionan algunos músicos mexicanos de rock que aparecieron en la tapa de la revista que llevaba por *slogan* “Y tú, ¿quién eres?”: Leonardo de Lozanne de Fobia (segunda quincena de julio de 1990), Fher de Maná (primera quincena de septiembre de 1991), Alex de Maná (segunda quincena de julio de 1992), Maldita Vecindad (segunda quincena de octubre de 1992), Rubén Albarrán de Café Tacvba (segunda quincena de octubre de 1994), Caifanes (primera quincena de mayo de 1995), Maná

⁶⁹ Mejía Barquera, *op. cit.*, 173.

⁷⁰ <http://marciano.atomkinder.net/calendar92.html> Visitado el 23 de marzo de 2012.

(primera quincena de julio de 1995, segunda quincena de noviembre de 1997), Plastilina Mosh (segunda quincena de abril de 1998) y Julieta Venegas (segunda quincena de enero de 1999).⁷¹

Las agrupaciones mexicanas aprendieron a desenvolverse también en foros pequeños de la Ciudad de México como el Multiforo Alicia (fundado en 1995) como en festivales masivos: tal es el caso de Vive Latino, cuya primera edición fue en 1998 en el Foro Sol. Lo mismo podían ser teloneros de agrupaciones internacionales (Caifanes y El Tri abrieron a los Rolling Stones en el Foro Sol en 1994 y 1997, respectivamente) que ser el atractivo principal de los encuentros en Ciudad Universitaria para apoyar al Ejército Zapatista de Liberación Nacional en 1995. En fin, el rock mexicano repuntó mediática y masivamente después de 1988.

Llegó el nuevo milenio y las condiciones favorables se mantuvieron: la puerta de las radiodifusoras de Top 40 seguía entreabierta, algunas estaciones de radio especializadas en rock les daban la bienvenida a las nuevas bandas, había apertura de foros y calendarización de conciertos cada vez más regular. Conjuntos que tenían tiempo trabajando y nuevas figuras musicales nutrieron aún más el árbol del rock mexicano: El Gran Silencio, Molotov, Panda, Zoé, Inspector y Panteón Rococó en el nivel mediático, acompañados por un sinnúmero de agrupaciones que se mantenían —y mantienen aún— al margen de la exposición mediática.

Ahora, si bien el rock mexicano reconquistó terrenos mediáticos a los que tenía casi dos décadas de no acceder, ¿logró que se manifestara eso en las listas de popularidad anuales? La respuesta la tenemos a continuación:

⁷¹ http://www.blackandblanco.net/HISTORIA_COSME_ERES.html Visitado el 21 de octubre de 2011.

III.5.1. La popularidad del rock mexicano de 1988 a 2006⁷²**Lista anual de popularidad de 1988⁷³**

#	Título	Intérprete
1	Devuélveme a mi chica	Hombres G
2	Ahora te puedes marchar	Luis Miguel
3	Me he enamorado de un fan	Flans
4	Cuando seas grande	Miguel Mateos
5	Ay amor	Ana Gabriel
6	Rueda mi mente	Sasha
7	Y ahora te vas	Los Bukis
8	A quién	Karina
9	Martha tiene un marcapasos	Hombres G
10	Corre, corre	Flans

Lista anual de popularidad de 1989⁷⁴

#	Título	Intérprete
1	La incondicional	Luis Miguel
2	Orgullosa nena	Pablito Ruíz
3	Cachetada	Pablito Ruíz
4	Acelerar	Timbiriche
5	Louis	Franco de Vita
6	Simplemente amigos	Ana Gabriel
7	La negra Tomasa	Caifanes
8	Te amo	Franco de Vita
9	Oh mamá, ella me ha besado	Pablito Ruíz
10	Cuéntame	Lucero

⁷² Las canciones e intérpretes resaltados en negritas comprenden los temas musicales que resultan pertinentes para esta investigación. Las listas de este periodo presentan una diferencia con respecto a las de los dos periodos anteriores: fueron tomadas de diferentes fuentes, por ello en cada listado se señala su fuente. Por último, al igual que con los periodos anteriores, todas las canciones de las listas fueron escuchadas en *YouTube*.

⁷³ Mejía Barquera, *op. cit.*

⁷⁴ *Idem.*

Lista anual de popularidad de 1991⁷⁵

#	Título	Intérprete
1	No hace falta	Mijares
2	El 7 de septiembre	Mecano
3	Amante del amor	Luis Miguel
4	Que nada nos separe	Mijares
5	Vuela, vuela	Magneto
6	Déjame llorar	Ricardo Montaner
7	Burbujas de amor	Juan Luis Guerra
8	Tu ángel de la guarda	Gloria Trevi
9	Reina de corazones	Alejandra Guzmán
10	Con las manos vacías	Miguel Bosé

Lista anual de popularidad de 1992⁷⁶

#	Título	Intérprete
1	No podrás	Cristian Castro
2	No sé tú	Luis Miguel
3	Inolvidable	Luis Miguel
4	Pisando fuerte	Alejandro Sanz
5	Llorar	Lucero
6	Mira, mira, mira	Magneto
7	Si esto no es amor	H2O
8	Ese soy yo	Emmanuel
9	Fuego contra fuego	Ricky Martin
10	María bonita	Mijares

Lista anual de popularidad de 1993⁷⁷

#	Título	Intérprete
1	Nunca voy a olvidarte	Cristian
2	Ayer	Luis Miguel
3	Hasta que me olvides	Luis Miguel
4	América	Luis Miguel
5	Mala hierba	Alejandra Guzmán
6	Veleta	Lucero
7	Háblame	Ilse
8	Vivir sin aire	Maná
9	Sobreviviré	Lucero
10	Amor de mujer	Paulina Rubio

⁷⁵ Tabulación hecha para la investigación usando las listas de popularidad de la revista *Eres*. Se consultaron los números correspondientes a los días 15 de cada mes.

⁷⁶ *Idem.*

⁷⁷ *Idem.*

Lista anual de popularidad de 1994⁷⁸

#	Título	Intérprete
1	Amor	Mijares
2	La media vuelta	Luis Miguel
3	Siempre contigo	Lucero
4	Mi forma de sentir	Pedro Fernández
5	Lentamente	Juan Gabriel
6	Realmente no estoy tan solo	Ricardo Arjona
7	Mañana	Cristian Castro
8	Quiero un beso	Emmanuel
9	Tal vez	Martha Sánchez
10	Tu libertad	Magneto

Lista anual de popularidad de 1995⁷⁹

#	Título	Intérprete
1	Todo y nada	Luis Miguel
2	Palabras	Lucero
3	Dime la verdad	Martha Sánchez
4	Amores extraños	Laura Paussini
5	Ayer me dijo un ave	Caifanes
6	Piel morena	Thalía
7	Mi media naranja	Fey
8	Te extraño, te olvido, te amo	Ricky Martin
9	Gatos en el balcón	Fey
10	Se fue	Laura Paussini

Lista anual de popularidad de 1996⁸⁰

#	Título	Intérprete
1	Dile que la amo	Kairo
2	Estoy aquí	Shakira
3	Mi historia entre tus dedos	Gianluca Grignani
4	Me quedaré solo	Amistades Peligrosas
5	Dónde estás corazón	Shakira
6	La cosa más bella	Eros Ramazzoti
7	Por amarte	Enrique Iglesias
8	Detrás de los cerros	Jaguares
9	Dame	Luis Miguel
10	La mujer que amas	Pedro Fernández

⁷⁸ Mejía Barquera, *op. cit.*

⁷⁹ Fuente: Revista *Eres*.

⁸⁰ Mejía Barquera, *op. cit.*

Lista anual de popularidad de 1997⁸¹

#	Título	Intérprete
1	Antología	Shakira
2	No rompas mi corazón	Caballo Dorado
3	Mírame	Sentidos Opuestos
4	Vivimos siempre juntos	Nacho Cano
5	Tácticas de guerra	Lucero
6	Vive	Kabah
7	Sin ti	Aleks Syntek y La Gente Normal
8	Enamorado por primera vez	Enrique Iglesias
9	Sé que no volverás	Diego Torres
10	El destino	Juan Gabriel y Rocío Durcal

Lista anual de popularidad de 1998⁸²

#	Título	Intérprete
1 (04)	Mr. P	Plastilina Mosh
2 (14)	Gimme tha power	Molotov
3 (16)	En el muelle de San Blas	Maná
4 (18)	Cómo sé	Julieta Venegas
5 (21)	El club de los humildes	Mecano
6 (27)	Supersónico	La Lupita
7 (30)	Dormir soñando	El Gran Silencio
8 (34)	Afroman	Plastilina Mosh
9 (36)	Hechicera	Maná
10 (37)	Celofán	La Gusana Ciega

Lista anual de popularidad de 2000⁸³

#	Título	Intérprete
1 (36)	No creo (MTV Unplugged)	Shakira
2 (41)	Corazón espinado	Carlos Santana y Maná
3 (48)	Aquí	La Ley
4 (52)	El Mundo	Molotov
5 (54)	Be with you	Enrique Iglesias
6 (56)	Tú necesitas	Aleks Syntek
7 (62)	Regreso a casa	Moenia
8 (66)	Antro	Kabah
9 (68)	De perros amores	Control Machete y Ely Guerra
10 (69)	She bangs	Ricky Martin

⁸¹ *Idem*, esta lista fue creada con información de enero a junio de 1997.

⁸² Los 100 + Pedidos de MTV Latinoamérica. Los números entre paréntesis pertenecen al lugar real en el conteo. Para esta tabla sólo fueron usados los temas de músicos hispanohablantes.
http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_de_1998.

⁸³ *Ibid.* http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_del_2000

Lista anual de popularidad de 2001⁸⁴

#	Título	Intérprete
1 (15)	Imagina	Genitallica
2 (17)	Mentira (MTV Unplugged)	La Ley
3 (20)	Déjenme si estoy llorando	El Gran Silencio
4 (26)	La playa	La Oreja de Van Gogh
5 (39)	Here comes the mayo	Molotov
6 (45)	Enséñame	Morbo
7 (47)	¿Qué fue lo que pasó?	Genitallica
8 (51)	Love colada	OV7
9 (58)	El duelo (MTV Unplugged)	La Ley y Ely Guerra
10 (60)	Suerte	Shakira

Lista anual de popularidad de 2002⁸⁵

#	Título	Intérprete
1 (08)	Te aviso, te anuncio	Shakira
2 (10)	A Dios le pido	Juanes
3 (15)	Don't say goodbye	Paulina Rubio
4 (26)	La vida que va	Kabah
5 (28)	Ángel de amor	Maná
6 (29)	Héroe	Enrique Iglesias
7 (34)	Underneath your clothes	Shakira
8 (37)	En el 2000	Natalia Lafourcade
9 (45)	Borracho	Genitallica
10 (52)	Sé que lo vendrá	Fey

Lista anual de popularidad de 2003⁸⁶

#	Título	Intérprete
1	Tal vez	Ricky Martin
2	Te lo pido por favor	Jaguares
3	El problema	Ricardo Arjona
4	No es lo mismo	Alejandro Sanz
5	Un siglo sin ti	Chayanne
6	Te necesito	Luis Miguel
7	Fotografía	Juanes y Nelly Furtado
8	Mientes tan bien	Sin Bandera
9	Rosas	La Oreja de Van Gogh
10	Amor real	Sin Bandera

⁸⁴ *Ibid.* http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_del_2001

⁸⁵ *Ibid.* http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_del_2002

⁸⁶ Mejía Barquera, *op. cit.*

Lista anual de popularidad de 2004⁸⁷

#	Título	Intérprete
1	Andar conmigo	Julieta Venegas
2	Miedo	Pepe Aguilar
3	Mientes tan bien*	Sin Bandera
4	Un siglo sin ti*	Chayanne
5	Te necesito*	Luis Miguel
6	Rosas *	La Oreja de Van Gogh
7	Desde que llegaste	Reyli
8	Te quise tanto	Paulina Rubio
9	Eres	Café Tacvba
10	Tardes negras	Tiziano Ferro

*Canciones que también aparecen en la lista de 2003.

Lista anual de popularidad de 2005⁸⁸

#	Título	Intérprete
1	La tortura	Shakira y Alejandro Sanz
2	Volverte a ver	Juanes
3	La camisa negra	Juanes
4	No	Shakira
5	Amor del bueno	Reyli
6	Yo quisiera	Reik
7	Nada valgo sin tu amor	Juanes
8	Amar sin ser amada	Thalía
9	Muriendo lento	Moderatto y Belinda
10	Nuestro amor	RBD

Lista anual de popularidad de 2006⁸⁹

#	Título	Intérprete
1 (01)	Disculpa los malos pensamientos	Panda
2 (02)	Hips don't lie	Shakira y Wyclef Jean
3 (10)	No me digas que no	Nikki Clan
4 (11)	Rosa pastel	Belanova
5 (13)	Frágil	Allison
6 (16)	Sismo	División Minúscula
7 (17)	Labios compartidos	Maná
8 (18)	Dime ven	Motel
9 (20)	Sin despertar	Kudai
10 (21)	Vía Láctea	Zoé

⁸⁷ *Idem.*

⁸⁸ *Idem.*

⁸⁹ Los 100 + Pedidos de MTV Latinoamérica (Norte). Los números entre paréntesis pertenecen al lugar real en el conteo. Para esta tabla sólo fueron considerados los temas de músicos hispanoparlantes.

http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_del_2006

III.5.2. La industria discográfica incluye nuevos actores

El periodo 1988-2006 ofrece datos muy interesantes ya que se puede asegurar, con base en las listas anteriores, que dicha etapa ha sido la de más apertura musical en la radiodifusión de la Ciudad de México. Por primera vez en este escrito no se puede aseverar categóricamente la supremacía de las baladas en el cuadrante; tampoco es que estas hayan desaparecido, no obstante sí hubo una búsqueda por parte de los radiodifusores –y la industria discográfica- por ofrecer contenidos musicales más diversos.

La difusión en radio de propuestas musicales distintas a las acostumbradas desde mediados de la década de 1960 no es producto sólo de las prácticas radiofónicas, es resultado de la intervención de nuevos factores en la industria, tales como: cambios estructurales en las discográficas transnacionales (junto al advenimiento de las *cuatro grandes* disqueras), el inicio de la señal de *MTV Latinoamérica*, el nacimiento de Ocesa como la principal empresa dedicada a la organización y promoción de conciertos, la llegada de internet como medio de difusión de los productos de la industria discográfica y, por último, pero no menos importante, la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) que entró en vigor el primer día de 1994. A continuación se desglosará de una manera breve cada una de los que, entonces (primer lustro de 1990), fueron nuevos actores en el medio discográfico y radiofónico de México.

III.5.2.1. El TLCAN en la música

Se debe hacer mención del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Dicho convenio económico ha permitido desde el 1 de enero de 1994 el intercambio de, entre muchos otros productos: obras musicales (CDs, DVDs, KCTs, discos de vinilo, etcétera) y publicaciones (revistas, periódicos, libros) producidos en Canadá, Estados Unidos y México. Esto tiene pertinencia dentro del campo de la industria discográfica con la inauguración en México de tiendas de música como Mixup, perteneciente a Grupo Carso y fundada en 1994.⁹⁰ En este punto, cabe

⁹⁰ http://www.carso.com.mx/ES/divisiones/division_comercial_grupo_carso/Paginas/Grupo_sanborns.aspx
Visitado el 29 de marzo de 2012.

hacer el recordatorio de que una de las fuentes usadas para realizar las listas de popularidad es el nivel de ventas de discos en tiendas.

La llegada de Mixup y tiendas similares, como Discolandia o Tower Records, permitió que los discos de agrupaciones de rock mexicanas ya no fueran objetos exclusivos de Hip 70 (local localizado en avenida Insurgentes que también era usado para conciertos desde 1980)⁹¹ o del Tianguis Cultural del Chopo. Después del TLCAN, los discos de rock comenzaron a estar a la vista de más personas no especializadas en la escucha de este tipo de música.

III.5.2.2. *Las cuatro grandes*

En el capítulo II de este trabajo ya se habló de las *cuatro grandes* disqueras internacionales: EMI, Universal, Warner y Sony. Sin embargo, dicha situación comenzó precisamente en el periodo 1988-2006. Antes de la década de los ochenta –y aún durante algunos años de la última década del siglo XX- existieron otras disqueras que compartían el control del mercado discográfico internacional. Se pueden mencionar, entre algunas de ellas: RCA, CBS, Ariola, Capitol, Polydor y Polygram, además, por supuesto, de EMI, Sony y Warner (Universal no se menciona puesto que nació con ese nombre en 1996).

Para inicios del siglo XXI, RCA, CBS, Capitol, Polydor y Polygram ya estaban absorbidas por alguna de las compañías que actualmente se conocen como las *cuatro grandes*. A partir de esto, la industria se redujo a ese número de empresas y sus múltiples filiales o sub sellos (asunto también expuesto en el capítulo II). Aunque sin dejar de lado la presencia en la industria de una infinidad de discográficas pequeñas o independientes, de las cuales se pueden recordar algunas mexicanas como Discos Pentagrama, Fonarte Latino, Opción Sónica y Cintas y Discos Denver, entre otras.

III.5.2.3. *MTVLA*

El caso de *MTV Latinoamérica* también es digno de mención. La cadena estadounidense nació en 1981. Pasaron 12 años desde su fundación en Estados Unidos para que se estableciera una señal especializada en México, el centro y el sur del continente americano. El modo de funcionamiento

⁹¹ http://www.riff111.com.mx/radiografias.php?id_bio=56 Visitado el 21 de marzo de 2012.

de la cadena televisiva no distó del de una estación de Top 40, es decir, se nutría de un grupo de videoclips actuales (los cuales siempre ha tenido en competencia por medio de *charts*), que eran complementados con videoclips *de catálogo*, además de caricaturas, animaciones y *reality shows*. Esto significó para las discográficas, los grupos y el público, la obtención de un nuevo canal de difusión de música e imagen. A partir de 1993, la popularidad de un grupo o solista en México ya no se medía sólo por su presencia radiofónica, sino que también se tenía que revisar el lugar que ocupaba el videoclip en el conteo de *MTV*.

III.5.2.4. Rock en vivo

En 1990 nació Ocesa,⁹² organizadora y promotora de conciertos. En ese mismo año Santana tocó por vez primera en el Palacio de los Deportes el 26 de junio y al inicio del siguiente año comenzó el arribo de agrupaciones anglosajonas exitosas con la presentación de INXS en el Palacio de los Deportes.⁹³ A partir de entonces han desfilado por foros importantes de la capital (Foro Sol, Estadio Azteca, Palacio de los Deportes, Teatro Metropolitan y Auditorio Nacional, este último, el único que no es operado por Ocesa) grupos internacionales como Soda Stereo, Bob Dylan, Chicago, Guns n' Roses, Los Fabulosos Cadillacs, Elton John, U2, Roger Waters, Metallica, Radiohead, Michael Jackson y The Rolling Stones, entre muchos otros. Por el lado nacional, también agrupaciones mexicanas lograron trascender el escenario de Rockotitlán, uno de los lugares especializados en rock más recordados por el público, y presentarse en los foros mencionados: Maldita Vecindad, Caifanes, Jaguares, Molotov, Café Tacvba, Zoé y El Tri, entre algunos otros.⁹⁴ En 1998, Ocesa organizó el primer Festival Vive Latino en el Foro Sol (Autódromo de los Hermanos Rodríguez), espectáculo que para 2006 sumaba siete ediciones y en el que ya habían tocado un sinnúmero de agrupaciones de rock latinoamericanas, lo que era (y es aún) el principal atractivo del encuentro anual.

⁹² <http://www.cie-mexico.com.mx/cieCorporativo.php> Visitado el 26 de marzo de 2012.

⁹³ Obviamente, no fue el primer concierto de una agrupación anglófona en México. No se pueden dejar de lado los siguientes conciertos que ocurrieron fuera del DF: Queen en octubre de 1981 en Puebla, Carlos Santana en el estadio Nou Camp de León, Guanajuato, en 1988 y Rod Stewart en el estadio Corregidora de Querétaro en 1989. Un concierto que sí ocurrió en la capital del país pero pertenece al periodo de 1972-1987, es el de The Police en el World Trade Center en 1980.

⁹⁴ Para una información más detallada de la agenda de conciertos en México entre 1965 y 2012 véase <http://marciano.atomkinder.net>

Ese es el lado industrial de las presentaciones en vivo, pero así como hubo más apertura en la radio capitalina, también fue posible la inauguración y supervivencia de algunos foros independientes para música en vivo. Uno de los más recordados dentro del ámbito del rock es Rockotitlán (1985-1998),⁹⁵ uno de los espacios ideados especialmente para conciertos y que dio otra perspectiva para las presentaciones de rock alejada de los hoyos funkies.⁹⁶ Además, paralelo a Rockotitlán, estuvieron La Última Carcajada de la Cumbancha (LUCC), el Bar 9 y el Tutti Frutti. En 1995, se fundó el Multiforo Alicia como parte de una nueva generación de lugares donde escuchar música en vivo. También surgieron el Circo Volador, Dada X, el Faro de Oriente, además del acondicionamiento para conciertos en centros de reuniones ya existentes como el Centro Cívico Ecatepec, el ex Balneario de Pantitlán, el Centro de Convenciones Tlatelolco, el Toreo de Cuatro Caminos, el Centro de Convenciones Tlalnepantla, La Plaza de Toros México y el deportivo Plan Sexenal.

Por último, no se pueden dejar de lado los conciertos masivos de 1995 (Rock por la Paz y la Tolerancia, Doce Serpiente y Rock de la Consulta) en Ciudad Universitaria en apoyo al Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y los organizados por La Serpiente sobre Ruedas a partir de ese mismo año a lo largo del país, en los que, entre otras agrupaciones, participaron Santa Sabina, Caifanes, Guillermo Briseño, Tere Estrada, Fratta y Maldita Vecindad. Además de los conciertos gratuitos en el Zócalo de la Ciudad de México y diversas explanadas delegacionales a partir de 1997.⁹⁷

III.5.2.5. Internet irrumpe en la industria

En la actualidad se discute todavía el destino de la industria discográfica debido a las facilidades que *softwares* P2P (*peer to peer*; persona a persona) y redes sociales como *MySpace* y *YouTube*

⁹⁵ La historia de Rockotitlán contada por Tony Méndez, uno de los propietarios:

<http://www.rockotitlan.com/botones/historia/main.htm>

⁹⁶ Término empleado para los lugares adaptados (como bodegas, estacionamientos) para realizar conciertos de rock durante la década de los setenta y parte de los ochenta que carecían de todo tipo de servicios adecuados para el público (baños, iluminación, servicio médico, salida de emergencia, sistemas de audio óptimos, etcétera). Algunos de los hoyos funkies más recordados son Siempre es lo Mismo, El Herradero, Salón Chicago y Petunias. Martínez Peláez Manuel,

<http://www.maph49.galeon.com/avandaro/avandaro8a.html>

⁹⁷ Los conciertos en apoyo al EZLN no fueron los primeros realizados en Ciudad Universitaria. Durante la huelga del Consejo Estudiantil Universitario (CEU) de 1987, en enero, se realizó un concierto en *las islas* en el que participaron Cecilia Toussaint, Nina Galindo y Eugenia León.

han dado a los usuarios para consumir música sin necesidad de pagar por ella. Esta discusión no es nueva, data, al menos, del año 2000 en que Lars Ulrich, baterista de Metallica (a la par de las empresas discográficas), emprendió acciones legales en contra de *Naptser* por permitir el intercambio de canciones de la banda de thrash metal sin permiso de los músicos, acción que según el fallo de la juez Marilyn Pattel de San Francisco, Estados Unidos, violaba derechos de autor.⁹⁸ Sin embargo, no todo en internet es piratería (o descargas ilegales); desde 2001 existe uno de los modelos de venta musical auspiciados por las discográficas más exitoso: *iTunes* de *Apple*.

Ambos fenómenos han modificado no sólo el modelo de negocio de la industria discográfica; también han hecho mella en la forma de medir la popularidad musical. Así como desde 1993 se comenzaron a tomar en cuenta los *charts* de *MTV* para medir la popularidad en México, en el transcurso de la primera década del siglo XXI, el *top* de canciones descargadas de *iTunes* comenzó a ser una fuente más para medir la popularidad de una canción. Paralelo a esto, se encuentran redes sociales virtuales como *MySpace*, *Last.fm* y *YouTube* que ofrecen información de las canciones y grupos más solicitados por los internautas. Por último, también se suman sitios especializados en la difusión de letras musicales, como *Metrolyrics* o *Terra*, que ofrecen un *top* de las letras de canciones más buscadas por internautas.

III.5.3. *Cue* para el rock mexicano

Quizá la lista de 1989 pueda resultar polémica, pues, para esta investigación, fue tomada en cuenta como canción de rock “Acelerar” de Timbiriche y no “La negra Tomasa” de Caifanes. Pues bien, aunque Caifanes sea una de las bandas más sobresalientes, mediáticamente hablando, del rock mexicano, “La negra Tomasa” es, musicalmente, una cumbia. Por el contrario, “Acelerar” tiene toda la estructura de una pieza de rock, hasta cuenta con un solo de guitarra.

Lo mismo puede decirse en el caso de Alejandra Guzmán y Maná, dos de los representantes del rock mexicano en medios de comunicación que son descalificados por algunos músicos, periodistas, locutores y escritores enfocados al rock. Para fines de esta investigación es innegable la identidad roquera de canciones como “Reina de corazones” y “Mala hierba” de Alejandra

⁹⁸ http://elpais.com/diario/2000/07/28/cultura/964735201_850215.html Visitado el 29 de marzo de 2012.

Guzmán, y “Ángel de amor” o “Hechicera” de Maná. Para Moderatto y su versión de “Muriendo lento” (por cierto, cantada originalmente por Timbiriche), a dueto con Belinda, aplica lo mismo, el arreglo es esencialmente roquero.

Si bien desde 1986 ya hay asomos de rock en la lista anual gracias a la presencia de “Corro, vuelo, me acelero” de Timbiriche y “Dame un beso” de Yuri, el momento en que el rock mexicano comenzó a apoderarse nuevamente (como entre 1961 y 1964) de las listas de popularidad fue a partir de 1998. Cabe aclarar que la lista de ese año fue tomada del *ranking* anual de *MTV* Latinoamérica. En ese entonces, la cadena televisiva tenía cierta preferencia por la programación de videoclips de rock hechos en América Latina. No obstante, esta característica no se refleja en todas las listas de la cadena televisiva especializada en videoclips pues el *chart* del año 2000 también es de *MTV* y la presencia de rock mexicano no se iguala a la de dos años antes.

1998 es un año representativo no sólo para la presencia de rock mexicano en las listas de popularidad, sino también para el rock mexicano en general. Para empezar, es el año de la primera edición del Vive Latino, cuyas cabezas de cartel fueron Café Tacvba y El Tri. Por otro lado, se puede observar el comienzo de la difusión mediática de una nueva generación de grupos de rock, lo que es más, el cambio generacional es tan claro que para entonces, Caifanes y Fobia ya se habían separado (1995 y 1997, respectivamente); La Cuca lo hizo en 1999. Estas tres bandas lograron la transmisión radiofónica gracias a la campaña Rock en Tu Idioma. A la nueva camada de grupos de finales de la década de los noventa se les englobó bajo el término *Avanzada regia* gracias a que en su mayoría eran oriundos de Monterrey (El Gran Silencio, Plastilina Mosh, Jumbo, etcétera); sin embargo, también hubo representantes defechos como Molotov y La Gusana Ciega.

En 2000 y 2001, se puede observar otro fenómeno interesante: la promoción de películas mexicanas por medio de sus *soundtracks*, en los cuales se incluyen canciones de rock mexicano. Esto se inició en 1999 con el disco de *Sexo, pudor y lágrimas*, el cual se hizo acreedor a un disco doble de platino.⁹⁹ En la lista de 2000 aparece “De perros amores” interpretada por Control Machete y Ely Guerra, canción incluida en el *soundtrack* de *Amores perros*. En 2001, los temas oficiales de las cintas *Piedras verdes* (“Déjenme si estoy llorando” a cargo de El Gran Silencio) e *Y*

⁹⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Aleks_Syntek Visitado el 29 de marzo de 2012.

tu mamá también (“Here comes the mayo” de Molotov) lograron obtener un lugar en la lista de popularidad anual, independientemente del éxito en taquilla de los filmes.

En 2006, último año analizado en esta investigación, es posible identificar a otra generación de músicos de rock: Panda, División Minúscula, Nikki Clan, Allison y Motel son representantes del punk pop,¹⁰⁰ género musical que conserva la estética musical del punk (canciones basadas en no más de cinco acordes, composiciones de no más de cuatro minutos) pero carente de las temáticas violentas, antipolicíacas y prorrevolucionarias de bandas como Síndrome, Colectivo Caótico o Rebel’ Punk. En el caso de División Minúscula y compañía, las letras tratan, en su mayoría, de noviazgos, declaraciones de amor o rompimientos amorosos.

Zoé debe tener mención aparte. Es considerada una banda representativa del *indie* mexicano. *Indie* es apócope para la palabra inglesa *independent* (referida a grupos sin contrato con alguna de las *cuatro grandes* o alguna de sus filiales o sub sellos). El término se relaciona con la posibilidad que bandas del siglo XXI han tenido para grabar un disco con las tecnologías a la mano y dar a conocer su obra en redes sociales virtuales como *MySpace* y *YouTube* (actualmente, también *Twitter*, *Soundcloud*, *Bandcamp* y *Facebook*). Por ello optan por la vía independiente, es decir, ya no es necesario el apoyo de una disquera para que una banda sea conocida por el público. Con las herramientas tecnológicas actuales se puede grabar, producir y difundir sin la necesidad de un estudio de grabación profesional. Zoé lanzó su álbum homónimo (2001), el primero de su discografía, con Sony. Posteriormente, *Rocanlover* (2003) y *Memo Rex commander y el corazón atómico de la Vía Láctea* (2006) fueron producidos por Noiselab Records, disquera independiente (aunque la distribución corrió a cargo de EMI).¹⁰¹ El tema incluido en la lista de popularidad anual de 2006, “Vía Láctea”, pertenece al disco *Memo rex commander*.

El asentamiento de la música rock durante el periodo 1988-2006 es tan claro que las radiodifusoras de Top 40 han incluido dicho género no sólo en su programación radiofónica sino también en la programación de sus conciertos. Un ejemplo sobresaliente es el que *Exa* ha realizado con Rock n Exa, un festival anual iniciado en 2003 en la Plaza de Toros de la Ciudad de

¹⁰⁰ El grupo regiomontano Panda a veces suele catalogarse también como música emo; sin embargo, vale la mención de que no es la única representante de ese estilo en México pues existen agrupaciones subterráneas como Aerodoberman.

¹⁰¹ En la actualidad suman dos discos más: *Reptiletric* de 2008 y *MTV Unplugged: Música de fondo* de 2011.

México con la presencia de bandas como Café Tacvba, Control Machete e Inspector, entre otras. Dicho festival aún se realiza.

El porcentaje de la presencia del rock mexicano en las listas de popularidad anteriores y, por lo tanto, una muestra de la cantidad de veces que se programó en las radiodifusoras Top 40 durante el periodo 1988-2006 es 21.6867%. Curiosamente, la cifra es casi la misma alcanzada durante el primer periodo analizado en esta investigación (1956-1971: 21.875%). Sin embargo, hay que hacer hincapié en que, contrario a los periodos anteriores, entre 1988 y 2006 la balada no fue reina absoluta de la programación radiofónica. Para este periodo, las canciones bailables acrecentaron su presencia, por ejemplo: "Love colada" de OV7, "Tú necesitas" de Aleks Syntek y "Antro" de Kabah. Además de que, dentro del pop, hubo letras ajenas a los clásicos temas de amor-desamor; una muestra de ello es "En el 2000" de Natalia Lafourcade.

En cuanto a las disqueras, como ya se ha mencionado, una de las que más apoyo dio al rock mexicano fue BMG Ariola que tenía contrato directo con Caifanes, Maldita Vecindad, Julieta Venegas y Los Amantes de Lola. Culebra, subsello de BMG Ariola especializado en rock, publicó discos de Santa Sabina, La Barranca, La Lupita, La Cuca y Fratta, entre otros. En 1988, WEA (Warner) compró Comrock con tal de hacerle competencia a BMG,¹⁰² además, contrató los servicios de El Tri, Café Tacvba y Maná. Por su parte, EMI apareció en el terreno del rock hasta finales de la década de 1990 con discos de El Gran Silencio y Plastilina Mosh, mientras que Universal hacía lo propio con Molotov y La Gusana Ciega (además de tener como filial a Manicomio, que tenía contratados a Zurdok y Flor de Lingo). Por último, Sony sólo tuvo como filial a Discos Termita, disquera que sacó álbumes de Yucatán a Go Go y Las Ultrasónicas, no obstante, en 2004 se alió con BMG, para finalmente comprar las acciones de la disquera alemana en 2008 y apropiarse de todo el catálogo de dicha compañía, incluyendo, por supuesto, toda la discografía de Rock en Tu Idioma.

Panda y División Minúscula, junto a Zoé, son ejemplos de la independencia con respecto a contratos con disqueras.¹⁰³ Panda ha lanzado sus discos bajo el sello Movic Records (aunque con

¹⁰² <http://archivodelrockmexicano.blogspot.mx/2006/12/duele-se-estremece-el-corazn-cuando-lei.html>
Visitado el 1 de abril de 2012.

¹⁰³ Por supuesto no son los únicos casos. Desde finales de la década de los noventa hasta la actualidad, las disqueras independientes especializadas en rock han aumentado su presencia. Algunos ejemplos: Opción

distribución de Warner) y División Minúscula publicó sus dos primeras obras con Sones del Mexside (con distribución de Universal). Como se habrá visto en la lista de popularidad de 2006, ello no impidió que ambas agrupaciones lograran colocar dos sencillos dentro de ellas.

Finalmente, hay que revisar cuáles fueron las agrupaciones que más canciones de rock colocaron en las listas de popularidad anuales durante este periodo. Maná, seis canciones: “Vivir sin aire”, “En el muelle de San Blas”, “Hechicera”, “Corazón espinado”,¹⁰⁴ “Ángel de amor” y “Labios compartidos”. Esto convierte a Maná en la banda que más temas de rock ha colocado en listas de popularidad anuales de los primeros 50 años de rock mexicano. Su competidor más cercano es Los Hermanos Carrión con cuatro canciones dentro del periodo 1956-1971. Volviendo al tercer periodo analizado en este escrito, Molotov y Genitallica colocaron tres canciones cada uno: el primero tiene “Gimme tha power”, “El mundo” y “Here comes the mayo”; mientras el segundo “Imagina”, “¿Qué fue lo que pasó?” y “Borracho”.

III.5.4. Las mil y un caras del rock mexicano

Con el fin de no hacer extenso el final de este último capítulo, el siguiente apartado pretende exponer brevemente que en el periodo 1988-2006 el rock mexicano se ramificó en una innumerable cantidad de subgéneros musicales. No todos ellos encontraron la programación radiofónica de Top 40, pero no por ello deben ser ignorados. A continuación se hará una reseña de algunos de los géneros y grupos más significativos que son relacionados a que comúnmente conocemos como rock:

El ska encontró a finales del siglo XX una época dorada en México. No fue la primera vez en que se escucharon piezas de este ritmo musical realizadas por mexicanos, hay que recordar que a mediados de la década de los sesenta Toño Quirazco lanzó álbumes como *Jaimaica ska* y *Ska Vol. II*. Sin embargo, fue hasta la década de 1990 en que el ska alcanzó uno de sus momentos cumbres

Sónica, Nene Records, Noiselab, Happy Fi, Antídoto, Iguana Records, Bakita Records, Grabaxiones Alicia, Madame Records, Producciones PyP, Nuevos Ricos, Fonarte Latino, Discos Konfort y Discos Intolerancia. Hasta el Tianguis Cultural del Chopo tiene su propio sello: Chopo Records. Es tal la oferta de disqueras independientes, que desde 2004 se lleva a cabo el Festival Diego Rivera y Feria de las Disqueras Independientes en el museo Diego Rivera-Anahuacalli. http://www.rocksonico.com/nota.asp?not_id=3525

¹⁰⁴ Si bien la canción fue incluida en el álbum *Supernatural* de Carlos Santana, los autores del tema son Carlos Santana y Maná, por lo que pertenece a ambos. Ver créditos del *booklet* del disco *Supernatural*.

de la mano de bandas como Maldita Vecindad, Tijuana No, La Matatena, Los Estrambóticos, Sekta Core, Panteón Rococó e Inspector, entre muchísimas otras más.

Uno de los géneros más cercanos al ska es el reggae. También durante este periodo se dio su florecimiento en México. En los primeros años de la década 1990, irrumpieron grupos como Splash, Antidoping, Los Rastrillos, La Comuna, Los Yerberos y Ganja. De igual manera puede ser mencionado El Personal, aunque esta banda nunca se limitó a componer canciones de reggae.

El metal y la infinidad de subgéneros emanados de él (desde el death hasta el nü metal) tuvo de igual forma uno de sus momentos más elevados. Es cierto que el metal mexicano no nació en este periodo pues ya desde la década de los setenta se podía escuchar la música de Ciruela o Enigma, o en los ochenta a Luzbel, Cristal y Acero y Transmetal. Pero durante el periodo 1988-2006 surgieron grupos que revitalizaron este tipo de música. Next, Leprosy (fundada por Alberto *Thrash* Pimentel, vocalista de Transmetal), Raxas, Ágora, Brujería, Resorte, Garrobos, Muluc Pax, qbo y Maligno son algunos de los nombres más sobresalientes de esta etapa.

Aunque desde fines de la década de los setenta comenzó a ser conocido en el mundo el rock gótico gracias a grupos como Bauhaus, en México, este género no llegó hasta la década de los noventa. Es cierto que Caifanes guardó cierta similitud con el estilo, sobre todo en el álbum *Caifanes*, y, en Guadalajara, Mask (donde cantaba José Fors, posterior cantante de La Cuca) hicieron lo propio en la década de 1980. Sin embargo, no fue hasta el periodo 1988-2006 cuando surgieron grupos especializados en la que también se conoce como *escena oscura* (la cual aglutina desde el rock gótico hasta la Electronic Body Music o EBM, la música industrial y en ocasiones también se emparenta con el metal sinfónico). El Clan es una de las bandas más importantes pues no sólo es de las pioneras sino que ganó el segundo lugar en la segunda Batalla de Bandas organizada por Rockotitlán en 1992. Además, también se encuentran Hueco, Anabantha, Exsecror Vecordia, Erzebeth y los hijos pródigos del género en México: Hocico. San Pascualito Rey también puede ser incluido en esta clasificación.

Por su parte, el rock progresivo, el jazz-rock, el art-rock y el rock experimental continuaron su desarrollo. Es necesario hacer mención de una agrupación que en lo general no era experimental, pero que en 1999 ofreció una obra cercana a dicho estilo: Zurdok con *Hombre sintetizador* (sobre

todo con la composición que da título al disco). Otras bandas relacionadas con los estilos mencionados son: Alquimia, Austin TV, Germán Bringas, Cast, Consumatum Est, Cráneo de Jade, La Función de Repulsa, Nine Rain, Santa Sabina, Oxomaxoma y Cabezas de Cera.

La camada de músicos liderados por Rockdrigo González y El Tri desembocó en conjuntos arraigados entre el público joven de escasos recursos económicos (algunos de ellos conocidos como chavos banda) y que musicalmente mezclan blues, punk y metal, sumado a que sus letras suelen tratar temas ciudadanos y cotidianos, por ello se le denomina rock urbano. Algunos de los ejemplos más representativos son El Haragán y Compañía, Liran Roll, Interpuesto, Charly Montana (antes vocalista de Mara y Vago), Isis, Heavy Nopal, Sam Sam y Tex Tex (aunque la agrupación también conocida como *los muñecos* inició actividades en 1986).

A pesar de que el surf colocó sus primeros éxitos en California, Estados Unidos, con canciones de Dick Dale y los afamados Beach Boys desde mediados de 1960,¹⁰⁵ el género no se arraigó definitivamente en México hasta la década de los noventa, cuando no sólo comenzó a ser tocado por diversos conjuntos, sino que gracias a la estética visual de grupos como Lost Acapulco, las máscaras de luchador, el pancracio y este tipo de música formaron una comunión única en el mundo. Bandas representativas: Los Esquizitos (escrito así), Sr. Bikini, Twin Tones (con una estética apegada a lo western), Los Elásticos, Las Ultrasónicas y Yucatán a Go Go, entre otros.

Uno de los movimientos seminales del rock regresó a los escenarios: el rockabilly. De la mano de conjuntos que retoman el contrabajo y las baterías austeras (tan sólo con tarola, bombo y uno o dos platillos) como Los Gatos y Rebel Cats, se dio la proliferación de este tipo de música a mediados de la primera década del siglo XXI en foros independientes como el Multiforo Alicia o el Faro de Oriente.

Sin importar las veces que el punk ha sido declarado muerto, la formación de grupos, conciertos y estética punk continúa siendo una de las más prolíficas del rock mexicano. Síndrome, Redeld' Punk, Colectivo Caótico y Atoxico son algunas de las bandas pioneras (además de Size, más cercana al post punk o new wave) de la década de los ochenta. Pero para el periodo que atañe a este subtema surgieron y se hicieron populares (entre el público especializado) grupos como

¹⁰⁵ <http://www.allmusic.com/explore/style/surf-d389> Visitado el 27 de marzo de 2012.

Vomito Nuclear (escrito así), Seguimos Perdiendo, Kagada de Perro (escrito así), Black Violettes, 34-D y La Venganza del Punk Ramón. Estas bandas representan el lado más segregado, en cuanto a difusión mediática, del género. No obstante, en paralelo, surgió el llamado punk pop (o a veces conocido como happy punk), el cual está presente en la lista anual de 2006 con Panda, División Minúscula, Allison, Nikki Clan y Motel. Otras bandas representativas del punk más difundido en medios son Thermo, Canseco, Tolidos y, de inicios de la década de los noventa, Los Lagartos.

El blues que llegó a México desde la década de los sesenta con algunas canciones de Los Locos del Ritmo se desarrolló en todas las décadas tomadas en cuenta para esta investigación. Para la de 1980 encontró a cuatro de sus máximos exponentes: Real de Catorce, Guillermo Briseño, Follaje y Betsy Pecanins. Durante el periodo 1988-2006 más bandas se acercaron a este tipo de música. Ejemplo de ello son Perro Andablues, Las Señoritas de Avignon, Radio Blues y La Dalia Negra, entre otras.

Estos son sólo algunos de los géneros y bandas que proliferaron durante el periodo 1988-2006. Si desde la década de los sesenta no se podía hablar de un único rock, para este último periodo analizado, más que nunca se debía hablar de los distintos tipos de rock en México. Obviamente no todos iban a tener cabida en la programación de radio Top 40, lo que es más, ni siquiera las estaciones de rock (como *Rock 101*, *Espacio 59*, *Radioactivo* y *Órbita*, las principales) se dieron abasto para programar todas las expresiones emparentadas con esta música.¹⁰⁶

De entre todo el universo de temas musicales de rock que se han dado en México desde 1956, tan sólo un puñado de canciones ha logrado ser programadas a lo largo de los primeros cincuenta años de la relación que el rock mexicano ha tenido con la radio de Top 40. El panorama podría ser decepcionante para un fanático de este género, pero es importante entender que esto no se debe a cuestiones de calidad como a veces se podría creer, sino a un desarrollo propio de las industrias

¹⁰⁶ De hecho, entre las principales estaciones de rock de la década de los noventa, *Órbita FM* solía tocar más rock mexicano que *Radioactivo*, estación que era acusada de ser *malinchista*. Esta situación se reavivó en octubre de 2004 cuando la frecuencia 105.7 FM mutó de *Órbita* a *Reactor*, emisora manejada a partir de entonces por ex integrantes de Radioactivo (Rulo, Sopitas, Julio Hernández, Warpig, Ileana Rodríguez) y algunos sobrevivientes al cambio de nombre que ya estaban en la estación desde que se llamaba *Órbita* (Clauzen, Güicho, Jinete, Ariadna Montañéz, Miguel Solís). Jorge Caballero, *La Jornada*, <http://www.jornada.unam.mx/2004/12/01/08an1esp.php>

discográfica y radiofónica de la Ciudad de México, el cual no puede ser igualado al de ninguna otra ciudad en el mundo.

IV. Conclusiones

Yo hago música impopular,
por lo tanto, me gustaría acuñar el término *impop*,
pero sí creo en el pop porque de ahí vengo.
Jaime López¹

OP: ENTRA ROCK MEXICANO DESDE 1956 EN PRIMER PLANO, SE MANTIENE HASTA 1967, BAJA A FONDO HASTA DESAPARECER. FADE IN DE ROCK MEXICANO A PARTIR DE 1986, SE MANTIENE EN TERCER PLANO HASTA 2006.

Si la presencia del rock mexicano en listas de popularidad de radio Top 40 pudiera expresarse como una indicación para operador en un guión sería muy parecida al señalamiento que abre esta conclusión. Dicho estilo musical ha tenido una presencia tenue en la programación regular de las emisoras de radio mencionadas, sin embargo, ha gozado de momentos estelares en los que en lugar de ser parte del telón de fondo, ha sido parte del primer plano de la rotación musical radiofónica.

Rock impop. A pesar de que en la introducción de este trabajo se aseguró que para el mismo, el rock mexicano sería tomado como algo popular *per se*, podría parecer una contradicción que el título de la investigación exprese lo contrario: *impop* (impopular). Es un oxímoron, un encuentro de contrarios. Y es que así ha sido la relación que el rock mexicano ha guardado con la radio de Top 40, a veces también conocida como radio *pop*. Volvamos a la indicación al operador: el rock mexicano ha estado ahí, en la radio, pero no siempre en primer plano; digamos que no ha sido lo pop de lo pop, sino que ha sido lo *impop* de lo pop, al menos, radiofónicamente. De acuerdo con las listas de popularidad presentadas en este documento, lo pop de lo pop ha sido la balada.

Me explico: Es imposible negar la incorporación del rock en la cultura popular mexicana, en específico, en el Distrito Federal. Por las calles, bodegas, terrenos baldíos, antros y hasta foros de gran importancia, como el Auditorio Nacional, innumerables músicos han hecho sonar acordes definidos como rock. Por ello, no es difícil asegurar que la población de esta ciudad al menos conoce que hay algo con ese nombre.

¹ Jaime López, entrevista realizada para este trabajo, pregunta 2, véase completa en Anexo.

La radiodifusión de la capital del país no ha sido indiferente ante tal expresión musical; al contrario, ha echado mano de ella con fines comerciales en algunos momentos. No sólo las emisoras de rock clásicas, como *La Pantera*, *Rock 101*, *Radioactivo* u *Órbita*, lo programaron, sino que otras estaciones no especializadas también le han abierto las puertas de su programación. El formato específico al que se abocó este documento no fue escogido al azar. La radio de Top 40 es uno de los estilos radiofónicos más exitosos en la radio de la capital del país, así lo demuestra el número de emisoras que han existido y el tiempo que han durado.

Radio Variedades, *FM Globo* y *Los 40 Principales*, entre otras emisoras consideradas en este trabajo como de estilo Top 40, han sido las encargadas de difundir la parte más conocida de la música popular contemporánea por medio de su programación. Es decir, muchos de los compositores e intérpretes más reconocidos por el público defenieron a partir de la segunda mitad del siglo XX han sonado en los radioreceptores gracias a que estaciones de Top 40 los han programado. Desde Los Teen Tops hasta Alejandro Fernández, pasando por José José, Juan Gabriel y Timbiriche, son algunos ejemplos de músicos que han logrado que sus sencillos se transmitan en la radio Top 40.

Por supuesto que sonar en la radio no es la única vía para que el público conozca a un músico, hay otras opciones. Pero no cabe duda de que entrar a la programación de una emisora de Top 40 ayuda mucho a los artistas para ser (re)conocidos por la audiencia. A eso me refiero cuando hablo de que el rock mexicano ha sido lo impop de lo pop. Pues, aunque dicha música ha sido programada, no ha sido lo más popular dentro de la difusión radiofónica.

A lo largo de este escrito el término popularidad ha estado amarrado a su relación con la radio. Esto se debe a la teoría en la que se basó: la teoría de la *agenda-setting*. Esta da por hecho que lo que se transmite por los medios de comunicación se torna públicamente conocido y, más allá de imponer opiniones, los medios ofrecen un *menú* de temas que serán aprehendidos por el público. La transmisión musical radiofónica no está exenta de ello. Las canciones que se transmiten por la radio de Top 40 pueden llegar a ser más conocidas que aquellas que sólo son interpretadas en una banqueta por un músico callejero y, por ende, se vuelven parte del conocimiento musical del público. Si gustan o no, es otro tema totalmente diferente.

Dentro del medio de la comunicación quizá haya quien piense que estudiar temas de la cultura popular de masas, supuestamente ajenos a los político-sociales, sea una labor banal. En primer lugar, no se puede ignorar que las industrias radiofónica y discográfica resultan en determinados momentos igual de importantes para el desarrollo económico de una nación que la industria petrolera, por ejemplo. Tampoco resulta acertado ignorar los nexos que la música puede tener con la coyuntura político-social de un país, como si el quehacer artístico se realizara en una burbuja a la que no llegara ninguna influencia exterior. Estudiar listas de popularidad radiofónicas ofrece otro punto de vista acerca de la sociedad y algo así no debe ser desechado de manera automática. En segundo lugar, la radio y la música tienen una característica de tipo emocional insoslayable: son evocativas. Este trabajo junta ambos elementos (música y radio) a partir de las listas de popularidad. La música de cada uno de esos listados puede recordar al lector momentos importantes de su vida o aquellos hechos que cree fueron significativos para el Distrito Federal: ¿qué canciones tuvieron éxito en el 68 o en el 85?

Por estas razones no resulta fútil hacer una revisión retrospectiva de lo que se programó en uno de los formatos radiofónicos más escuchados en la capital del país.

¿Es posible llevar la teoría de la *agenda-setting* a un campo ajeno al político-social en el que siempre se le ha usado, en especial en el de la radio Top 40? Esa fue la pregunta planteada en el primer capítulo de esta tesis. No debió haber existido duda sobre la respuesta. Por supuesto que dicha teoría se puede aplicar en la programación de una emisora de tipo Top 40, es más, pocos ejemplos de “jerarquización” pueden ser tan claros como una lista de popularidad radiofónica.

IV.1. ¿Roqueros vendidos? ¿Choteados?

Hablar o escribir sobre rock en México es entrar a un terreno espinoso y lleno de generalidades, además de prejuicios. Con el desarrollo de la investigación, sobre todo con las entrevistas, pude darme cuenta que pocos de los entrevistados están satisfechos con los trabajos publicados sobre el tema. Autores descalifican a otros investigadores, músicos arremeten contra sus colegas. Todos ellos se basan en una idea de lo que *debe* ser el rock, como *debe* usarse y los resultados que *debe* producir. Definitivamente, echarse un *slam* es más seguro que debatir sobre rock. No es que

debamos conformarnos con lo que hay, es que en ocasiones las críticas carecen de argumentos sólidos y quedan en meras descalificaciones.

Para muchos fanáticos, periodistas, conductores, músicos y personas que se autodenominan roqueros no existe peor pecado que *venderse*. Ese término es usado de forma despectiva contra todo aquel músico al que se le consideraba *auténtico* pero cuando logra sonar en la radio traiciona ese halo de pureza –impuesto por el público o la crítica en variadas ocasiones–, peor aún si es en una emisora de Top 40. Esta es una idea generalizada que para el presente trabajo no tiene validez, sin embargo existe y determina en gran medida la actitud que las comunidades del rock mexicano tienen hacia la radio concesionada no especializada en esta música.

Parecería que el simple hecho de sonar en una emisora de Top 40 manchara o violara la obra, es decir, la música. Panda, Inspector, Moderatto y Zoé son las últimas bandas de rock a las que muchos descalifican por ser exitosas, como si hubiera algo de condenable en ello.²

Hay otro término usado cuando una canción se vuelve conocida o se “vulgariza”: *choteado*. La acepción del Diccionario de la Lengua Española dedicada a México lo equipara con el término *desacreditar*, o sea, “disminuir o quitar la reputación de alguien, o el valor o estimación de algo.”³ No obstante, cuando alguien califica una canción o grupo como *choteado* se refiere, por lo general, a que su presencia en medios de comunicación es exagerada. En la radio aplica cuando una canción es tocada en periodos consecutivos.

Este tipo de términos son muy comunes en las discusiones cotidianas de música y demuestran cierta aberración de algunos sectores del público hacia la presencia mediática, la radiofónica incluida, que puedan tener algunos músicos. Aunque este trabajo no tuvo por objeto hacer una revisión sobre el público que escucha las emisoras Top 40, no se puede dejar pasar la invitación a otros estudiantes e investigadores para que observen ese lado faltante en la presente

² El caso de Panda tiene otras vertientes como los casos de plagio a grupos como Green Day o Smashing Pumpkins.

³ Diccionario de la Lengua Española, http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_HTML=2&TIPO_BUS=3&LEMA=desacreditar visitado el 1 de mayo de 2012.

investigación, así como la muy comentada reticencia del público mexicano a que los músicos logren presencia mediática.

Otro de los grandes problemas a los que se enfrenta uno al investigar sobre rock es la polisemia del término mismo. Y no sólo eso, la inclusión o exclusión de músicos respecto de un *selecto* grupo de *roqueros* debido a argumentos extramusicales. Hay quienes definen al rock como una actitud pero se ofenden al escuchar que alguien llame roquera a Alejandra Guzmán. En ocasiones, la definición de rock es producto de un arranque emotivo en lugar de una reflexión razonada.

Ante esto me voy a permitir exponer el concepto de rock que me queda después de realizar la presente investigación. Rock: Expresión artística-musical de alcances multidisciplinarios de carácter polisémico. Se le califica a partir de parámetros subjetivos, espacio-temporales, de objetivos de mercado y relaciones públicas. Sin embargo, tiene como imagen aceptada en forma mayoritaria ser juvenil, urbana, liberal y transgresora.⁴

En pocas palabras, rock puede ser casi cualquier cosa, sólo que un rasgo común es que la consideración de aquello que es rock recae por lo general en quien interpreta la música, no la pieza en sí misma. *Rock impop* se alejó de la generalización del rock a partir de quién lo compone o interpreta. Para este trabajo el rock no fue el músico, el rock fue la canción. Poco importó si esta es interpretada por Yuri o Caifanes, si la música suena a eso que socialmente entendemos como rock no hubo más, se le consideró como tal.

Y es que a veces tendemos (investigadores, músicos, periodistas, público, todos) a dividir las obras musicales como si fueran algo puro. En especial el rock tiene un gran lío: su contraposición con el

⁴ Es una expresión artística-musical de alcances multidisciplinarios puesto que no se limita a la música misma. En el plano mexicano, películas como *Un toque de roc* de Sergio García Michel o literatura del estilo *Diario íntimo de un guacarróquer* de Armando Vega Gil también podrían ser consideradas una traducción del rock a otras expresiones artísticas. Se califica a partir de parámetros subjetivos, por ello es polisémica; espacio-temporales, pues al ser polisémico, el término mismo parece evolucionar en el tiempo y cambiar de acuerdo a distintas geografías. Tienen que ver los objetivos de mercado porque, a final de cuentas, cuando en una tienda de discos un álbum es etiquetado como rock, dicha etiqueta se vuelve su atributo más importante. Finalmente, también depende de las relaciones públicas gracias a que la convivencia entre músicos relacionados con esta música genera comunidades, las cuales en diversas ocasiones son señaladas como comunidades de rock, ejemplo de esto: Celso Piña hace cumbia, sin embargo, debido a colaboraciones que ha hecho con músicos considerados de rock y la amistad con algunos de ellos, puede presentarse en festivales de rock sin ser recriminado por tocar cumbia. No es que Celso Piña se vuelva roquero, es que por sus relaciones públicas es aceptado dentro del círculo de roqueros.

pop. En ocasiones se da por hecho que ambos, rock y pop, son entes contrarios que no se deben mezclar. Pero el rock y pop son siameses, ya están mezclados, tienen el mismo cuerpo pero dos cabezas diferentes, o mejor aún, tienen la misma cabeza pero cuerpos diferentes y visten esos dichos cuerpos de distinta forma; uno lo hace con ropa *nice* y el otro con estoperoles.

No cabe duda de que etiquetar o inventariar la obra musical resulta una labor excluyente. Hacerlo sólo sirve para fines mercantiles o investigaciones periodísticas o académicas. Sellar una canción, disco o intérprete como *rock* en una tienda de discos o en una emisora de radio concede atributos a la grabación que será dirigida a determinado público. En las investigaciones, clasificar la obra sólo tiene por intención delimitar al objeto de estudio. Para nada más sirven las definiciones musicales, salvo dividir también a los públicos. Rock mexicano, rock chicano, noise, twee pop, lo-fi, cowpunk, space rock, neo-psicodelia, post-rock, avant garde, British invasion, rock urbano, indie, bubblegum, symphonic black metal, merengue, latin rock, urban folk, psychobilly, J-rock, cumbia villera, oi!, surf revival, tex mex, power pop, garage rock, rock rupestre, EBM (Electronic Body Music), hair metal, chamber pop, grindcore, sludge metal, acid rock, baroque pop, anti-folk, a go go, anarchist punk, kraut rock, shoegaze, screamo, música nortea, math rock y grunge son sólo algunos vocablos para tratar de acotar musical, social, geográfica o históricamente la creación musical. Todos ellos generalizan a partir de ciertas características sonoras y/o visuales a la obra o al músico mismo; sin embargo, ninguna de esas palabras representa algo puro, al contrario, representan maneras, estilos diferentes de hacer música que han emergido gracias a las combinaciones de elementos que parecían distantes.

Este trabajo partió de una división histórica del rock mexicano poco frecuente e incluso arbitraria. Al inicio creía que dentro del periodo 1956-1971 el rock mexicano había gozado de uno de sus momentos más sobresalientes y uniformes, en cuanto a presencia constante durante todo el periodo en la programación radiofónica; lo mismo pensé para el lapso 1988-2006. Nada más alejado de la realidad, la radiofónica al menos. Este tipo de música sólo se apropió de los *charts* en 1961, 1962, 1963, 1966, 1998, 2001 y 2006. En todos los demás años estudiados en esta investigación, el rock mexicano fue parte de ese tercer plano sonoro referido al inicio de estas conclusiones, el mismo al que a lo largo de esta parte del documento se le ha llamado: *impop*.

¿Entonces por qué se aseguró en la introducción que el rock mexicano es popular? Porque la presencia en un medio de comunicación no lo es todo. Un ejemplo magnífico es Alex Lora (Three Souls in My Mind y El Tri). Incluso las mamás que no son roqueras lo identifican, saben que es un músico que por lo regular hace rock, es decir, es popular. Sin embargo, ¿el lector vio a Three Souls o a El Tri en alguna lista presentada en este trabajo? Se puede ser popular socialmente sin necesidad de aparecer en *charts*. Músicos vinculados a esta música la han tocado en foros adecuados o no para conciertos y mucha gente la ha difundido de boca en boca, o ha *rolado* los discos como se hizo en la época primigenia del Tianguis Cultural del Chopo (ahora se comparten por medio de *YouTube* o servicios de almacenamiento en internet como *Mediafire*). El rock mexicano o, mejor dicho, los *rocks* creados por mexicanos en México han sobrevivido gracias a toda una serie de procesos comunicativos de los cuales la programación radiofónica de Top 40 es sólo una parte. En relación con la música de rock en el Distrito Federal, desde los carteles que anuncian conciertos hasta la experiencia de ver a un grupo en vivo (ya sea en la calle o un foro establecido) constituyen también procesos comunicativos que deben ser estudiados académicamente. Sin embargo, esa labor ya será materia de otra investigación.

V. Anexos

Con el fin de sumar al conocimiento de los cambios ocurridos en las estaciones y frecuencias de la radiodifusión del Distrito Federal, a continuación se presentan *links* a cuadros y líneas del tiempo que muestran las transformaciones del dial.

[Cuadros](#): La radio AM de la Ciudad de México.

[Cuadros](#): La radio FM de la Ciudad de México.

[Línea del tiempo](#) de la AM de la Ciudad de México.

[Línea del tiempo](#) de la FM de la Ciudad de México.

Tanto los cuadros como las líneas están basados en la información de las siguientes fuentes:

- Alva de la Selva, Alma Rosa, *Radio e ideología*, Caballito, México.
- Mejía Barquera, Fernando, *El soundtrack de la vida cotidiana. Radio y música popular en México D.F.*, tesis de Maestría en Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 2006.
- Asociación de Radiodifusores del Valle de México. Cuadros proporcionados al autor.
- Garza, Ramiro, *Radio sintonías*, UANL, México, 2008.
- Alva de la Selva, Alma Rosa, *La radio de la capital y sus aspectos ideológicos*, tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 1981. (Cuadro III)
- Medina Ávila, Virginia, *Nuestra es la voz, de todos la palabra. Historia de la radiodifusión mexicana 1921-2010*, UNAM, México, 2011.
- De Anda y Ramos, Francisco José, *La radiodifusión en el Valle de México y su apego a la ley*, Tesis de Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información, Universidad Iberoamericana, México, 1972.
- *Diario Oficial de la Federación*, México, 17 de noviembre de 1970, 2ª sección.
- *El universo de la radio (Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal A.C.)*, México, Vol. I, No. 2, primavera 1996, 46.
- Documento [Wikipedia](#): Estaciones de radio del Distrito Federal

V.1 Entrevistas

Las entrevistas exponen la forma de pensar de cada entrevistado y no necesariamente la del autor. Además, debido a que muchas de ellas apuestan al recuerdo, tienen ciertas imprecisiones por lo que se recomienda su cotejo con otras fuentes. No obstante, todas arrojan información interesante.

Agustín Meza de la Peña

Locutor de *Radio Juventud* que, junto a Félix Ruano Méndez, se encargó de la transmisión de dicha emisora en el Festival de Rock y Ruedas de Avándaro.

Entrevista telefónica.

1. ¿Recuerda los nombres de las personas involucradas en la transmisión del festival?

Sí, como no. Mi comentarista era Jaime Marín (ya le perdí la huella, hace mucho que no sé nada de él), era muy autorizado en materia musical, sobre todo de rock; y la otra persona, mi compañero de transmisión de la 660, era Félix Ruano Méndez, también le perdí la huella, no sé nada de él.

2. ¿Ustedes transmitieron desde Avándaro?

Sí. Los tres. Claro, con el equipo de transmisión: el operador de audio, un teléfono y nada más. La 660 fue la única estación que estuvo al aire durante... no recuerdo exactamente la cantidad de horas, aunque *Radio Mil* y la 590 nos pidieron permiso para enlazarse a nuestra transmisión. Fueron las únicas tres estaciones que transmitieron desde Avándaro. Pero la estación oficial fue la nuestra, la 660.

3. ¿Cómo sabían que estaban siendo escuchados?

Sabíamos que éramos escuchados porque hicimos promoción durante quince días antes del festival y mucha gente estaba pendiente de nuestras transmisiones, sobre todo los chavos que no consiguieron el permiso para asistir personalmente al festival.

4. ¿Cómo era el ambiente con ustedes –locutores- una vez iniciado el festival?

Extraordinario, mucha alegría. Hay varias versiones de que hubo heridos y hasta muertos, violaciones; no es cierto, nada de eso, lo que pasó, es que hubo bastante marihuana alrededor de todos los chavos y que la mayoría se estaba drogando. Y a nosotros que estábamos trabajando sí nos llegaba el olor de la droga... bueno, no la mayoría, sería un 40% de chavos y chavas que sí estaban fumando.

5. ¿Es cierto que se cortó la transmisión alrededor de las tres de la mañana cuando estaba tocando Peace and Love?

Sí. Bueno, no se cortó, fue cuando tuvimos el exabrupto de que el grupo que comandaba en aquel entonces Lora¹ empezó a decir muchas majaderías al aire. Nosotros no pudimos controlar eso porque no sabíamos que iban a tocar esa serie de canciones que estaban, no insultando a nadie personalmente, pero sí estaban con malas palabras.

¹ No fue la banda de Alex Lora, Three Souls in My Mind, sino Peace and Love, agrupación comandada por Ricardo Ochoa en la voz.

6. ¿A ustedes cómo les avisan que la transmisión fue cortada?

Nosotros fuimos los que cortamos, nadie nos cortó la transmisión. El gerente de la estación nos ordenó que ya eran muchas horas de transmisión y que ya podíamos descansar. Nosotros mismos fuimos los que dimos el final de la transmisión.

7. ¿Entonces no fue cuestión del gobierno?

No, para nada. Posteriormente el gobierno nos impuso una multa por haber permitido que salieran al aire esas canciones con maldiciones. Después pretendieron suspendernos de por vida a Félix Ruano y a mí porque pensaban que éramos los culpables de incitar a los músicos a que dijeran barbaridades. Pero la cosa que no fue así. Por cierto, únicamente nos suspendieron diez días.

8. ¿Los llamaron a las oficinas de la Secretaría (de Gobernación) o cómo se dio esto después del festival?

Nos llegó un oficio con los nombres nuestros, dirigido al gerente de la estación para aplicarnos esa multa, pero el gerente, tan estuvo en su papel, que en lugar de suspendernos o multarnos, o quitarnos la chamba, nos felicitó, nos programó y nos dio esos diez días de vacaciones con gastos pagados a Acapulco.

9. ¿Qué pasó con Félix Ruano inmediatamente después de esto y usted dónde siguió?

Yo trabajaba en la 660 y Jaime Marín también, nosotros teníamos un programa en la noche que se llamaba *2 a la medianoche* que empezaba a las 12 de la noche, de lunes a viernes, y terminaba a las dos de la mañana, y obviamente manejábamos la música de rock.

10. ¿De Félix Ruano tuvieron noticias?

Félix Ruano era el gerente de la 660, después de la suspensión siguió trabajando no recuerdo cuánto tiempo más y parece que se fue de gerente a un boliche de la Narvarte. Ya después de ahí le perdimos la huella, no supimos qué se le hizo. Él era poblano,² creo que se regresó a Puebla.

11. ¿La transmisión de radio tuvo patrocinios?

Sí, obviamente. No recuerdo quiénes eran nuestros patrocinadores, pero, por ejemplo, en un número musical de uno de los conjuntos que estaban actuando, bajaban el volumen de la música y en cabina, aquí en México, pasaban los comerciales de nuestros

² Ramiro Garza asegura que Ruano era de Saltillo.

patrocinadores. No recuerdo quiénes eran porque no llegamos a oír.

12. ¿Recuerda qué día llegaron a Avándaro para preparar la transmisión?

Llegamos la noche anterior a que comenzara el festival.

13. ¿Sabe si se grabó esa transmisión?

No, no se grabó. Televisa, que en aquel entonces era Telesistema Mexicano, grabó con sus cámaras parte del festival pero tuvo prohibición para sacarlo al aire y jamás difundió al aire las escenas del festival. Lo que sí, Abel Salazar³ hizo varias tomas de cine, pero tampoco hubo un documental que saliera a la luz pública.⁴

³ El encargado del grupo de superocheros en el festival fue Alfredo Gurrola.

⁴ El documental sí existe. Se puede ver aquí <http://www.youtube.com/watch?v=6Yxrd5XP97I>

Armando Vega Gil

Bajista y vocalista de Botellita de Jerez. Escritor.
Entrevista realizada el martes 02 de noviembre de 2010.

1. Para ti, ¿qué es el rock en cuestión musical?

Es un monstruo de mil cabezas. Es como un espectro muy amplio, puedes decir que rock es Elvis Presley; incluso en esa época, si piensas en Elvis Presley y por otro lado en Little Richard o en Chuck Berry, la parte de Elvis era como blanquear el rock que venía más negro de Chuck Berry o Little Richard y que siempre estuvo rodeado de escándalos. Creo que el rock es un negocio antes que nada. Se le nombra rock y lo manejan en la radio como una posibilidad de que saquen mucha lana unos empresarios.

Hasta donde tengo entendido, fue un locutor en una estación gringa al que se le ocurrió ponerle rock and roll, y claro, era una cosa para hacer una gran venta. Entonces, hay mucha gente que de repente se enoja y dice: "han prostituido al rock", y no, yo digo que el rock nació puta y que ha habido algunos artistas que lo han dignificado, que lo han vuelto una manifestación artística. Hasta pensando en los grandes artistas de rock, parece que son rebeldes pero son grandes negociantes; como los Rolling Stones, Mick Jagger es economista si no me equivoco y hacen grandes negocios de sus rolas, sacan mucha lana. *Exile on main street*, por ejemplo, lo compusieron en una casa gigantesca en Francia, y con todo este mundo glamouroso. Rock también es Emerson, Lake and Palmer, Police, Nirvana, supuestamente Zoé... o no (esos grupos que me cagan, los grupos mexicanos que cantan en inglés), creo que hay una idea falsa de que el rock es una unidad, pero es un bloque completo que se explica a sí mismo con sus maneritas, ¿no?

El rock tiene un montón de vertientes, te lo repito, el rock nació siendo una puta, sale a vender y a enseñar los calzones, aunque sí, si uno piensa en los Beatles, siempre fueron unos compositores geniales, música increíble, pero siempre estuvo al lado del gran negocio. También puede haber grupos como Godspeed You! Black Emperor (o la banda anterior a ellos que se llama Mt. Zion); a esos güeyes les caga ganar lana, les caga que les saquen notas en los periódicos, les caga que les saquen fotos, y es porque esos güeyes son tan radicales que dicen que no quieren entrar en el *mainstream*. Entonces puede haber posturas tan radicales y cabronas como esas, hasta cosas tan abiertamente mercantiles como, te digo, los Rolling Stones. Puedes tener cosas muy raras, puede haber el guacarrock o rock chileno, que nadie pela, la música islandesa es muy extraña. A lo mejor el rock es una música muy energética que tiene cierto tipo de cadencia, armonías de velocidad; también, no se parece Chuck Berry, otra vez yéndote a lo más básico, o Bill Halley y los Cometas a Björk, si pones las dos

músicas al mismo tiempo quizá no pudieras encontrar un punto de unión a nivel musical, a lo mejor porque usan amplificadores, batería y bajo eléctrico, pero también usan batería, amplificadores y bajo eléctrico los que tocan cumbias. Sin embargo, es muy fácil decir cuando oyes una música: "eso es rock", es muy fácil, en cómo suena, el volumen, los tipos de energía, la instrumentación, pero bueno, es un terreno espinoso.

2. Ahora, siguiendo esta línea de negocio ¿es importante la radio comercial, estaciones como las actuales *Exa* o *Los 40 Principales*, para el rock mexicano?

No, no es importante porque el rock mexicano creo que existe por sí mismo, yéndonos a la parte radical, o quizá sea una radicalidad consciente y manifiesta tal cual, o sea porque nadie los pela, pero en México hay un montón de grupos que nadie sabe de ellos, ni sabrán quizá, y eso sería una pena. Por ejemplo, en Xalapa, Veracruz, hay un movimiento de música bien interesante. Están Los Aguas Aguas, Mandombe, Sonex, que hacen unas cruces de música jarocho con salsa, con música cubana, con rock, con ska y es una cosa bien rara y bien chingona, esos grupos existen por sí mismos, tienen sus propuestas por sí mismos y nunca van a salir en *Los 40 Principales*, difícilmente saldrían en *Reactor* o en *Radio Ibero*, que son las estaciones donde podría ocurrir algo así. Es muy difícil que salgan porque están fuera de la línea de lo puramente mercantil y lo que está de moda. Digo, estaría muy chingón que mucha más gente se enterara, claro, están los canales alternativos como el *MySpace* o sus páginas web, lo que sea, pero siempre falta como algún impulso o un aventón, que muchas veces te lo pueden dar los medios masivos de comunicación.

Que en eso Botella, por ejemplo, es de los casos importantes porque nosotros no estamos programados habitualmente, nos pasan algunas veces en *Reactor*, no sé ahorita qué tan seguido, pero en una época, hace dos o tres años, que nos ponían más o menos unas dos, tres, cuatro veces a la semana, pero ahorita existimos sin estar en *Los 40 Principales*, ¡impensable!, ni en cualquier otra estación que pasara música pop en español. Sin embargo, también nos hemos servido de los medios masivos para que la gente se entere que estamos tocando otra vez, que estamos ahí: noticieros, periódicos, cine, radio, tele. La radio no es la que difunde nuestra música, hace notorio para la gente que ahí estás, pero ellos no son los que hacen circular la música. Y el caso de Botella es loco porque son rolas viejas que tienen, no sé, veinte años de existencia y a la gente le sigue gustando. Te preguntas por qué chavos de quince años se saben las rolas de

Botella, van a los conciertos y se sacan fotos con nosotros, es porque ha habido una manera de distribución que no tiene que ver con el *merchandising* o con el mercado como lo conciben los del gran capital y no ha necesitado la difusión de los medios masivos. Es como si estuviéramos al margen, pero estar al margen también te da cierta independencia, cierta personalidad y cierta postura que a lo mejor si estás en los medios masivos no puedes tener.

Yo comparo, por ejemplo, un grupo de estos que te digo: Los Aguas Aguas de Xalapa, los comparo con Zoé que son unos güeyes bien mamones, bien pedotes, les sacan periodicazos y la chingada, es gente muy pendeja, sin ninguna postura ante la vida más que querer ser famosos y tener viejas, salir en *MTV*. Cantan en inglés o se llaman así: Zoé, para que puedan triunfar en el extranjero, es como si fueran la representación de una manipulación ideológica bien cabrona. Ellos, sin darse cuenta, son las piezas de un ajedrez, el gran mercado los utiliza como peones y los va moviendo. A ellos les gusta eso, se dejan mover, pero no hay ningún sostén interesante en sus posturas, ni en sus letras, ni en su música. Pueden tocar muy bien y puede ser muy pegajoso lo que hagan pero no hay una postura chingona, interesante, combativa, contestataria; o bueno, pon tú que fuera una postura narco-satánica, pero que hubiera una postura ante la vida, no la hay. Entonces, esos grupos sí dependen del radio y de la tele. Alguna vez un periodista gringo nos dijo que se le hacía bien chingón que nosotros fuéramos un grupo marginal porque teníamos la independencia y las posibilidades de hacer lo que se nos pegara la gana. No es que los medios le digan a los grupos: “tienes que tocar esta rola”, sino que ellos [los grupos] se adaptan a lo que está manejándose en la radio, a lo que vende, a lo que está de moda, a lo que está en *MTV* y lo que se programa en las estaciones de rock y lo que anda triunfando en el mundo. Si tú comparas todos los grupos que salen en la radio, todos suenan igual, ¿por qué?, porque lo que quiere el mercado es uniformarlos, es como si fuera un solo compositor, un solo grupo, tocando bien o mal, mejor o peor, una misma rola.

Lo que quiere el mercado es volvernos consumidores. Ese es el pedo del gran capital, que todos consumamos, y que en eso se exploten obreros, se contamine el mundo, te quedes sin cultura, porque a todo mundo se tasa. En este caso pareciera que los grupos de rock que están en el radio son como maquiladores: tienen que sonar así, la batería así, el que cante tiene que ser así y tiene que cantar en inglés. Un grupo de esos que canta en inglés son como los tenis *Nike*.

3. Existe una idea en la historia del rock mexicano de dividirla según su presencia en medios de comunicación: una era antes de Avándaro, una después de Avándaro y una después de la generación de Rock en Tu Idioma. ¿Tú crees que de verdad se puede dividir así al rock mexicano?

Fijate que es tan cabrón el mercado y sus cercos, que han roto lo que podría haber sido una continuidad musical. Avándaro fue una cosa mediática. Los periódicos, la tele, todo lo que dijeron y la chingada, y que de ahí se desencadenó o se recrudesció la represión. Después de Avándaro, la represión se volvió más cabrona, cerraron más cafés cantantes, persiguieron más a los grupos, si te veían en la calle con mata te agarraban, te metían a un camión y te cortaban el pelo de güevos, los policías se metían a los cafés cantantes donde no había alcohol. Es un pedo bien cabrón y fue promovido con un asunto mediático que tenía que ver con un asunto político: lo acontecido el 10 de junio, las siguiente movilización importante de estudiantes después del 68, van y les parten la madre, y meses después [ocurre] Avándaro, que no es que haya sido planeado maquiavélicamente: *vamos a hacer un concierto de rock para que a los chavos que todavía tienen algo de rebeldía les partamos la madre*, simplemente se dio, quizá porque se reblandeció un poco la represión y como que la gente tenía más chance de salir a la calle. Pero vienen el 10 de junio y Avándaro, y el ser joven es sinónimo de ser delincuente: les parten la madre y los tasan a todos, tienen que usar corbata, que trabajen en bancos, como servidumbre del gran capital.

Cuando Rock en Tu Idioma, también pasó eso, había un movimiento bien interesante de rock, y el mercado viene y dice “vamos a traer a grupos argentinos y españoles que son muy exitosos, muy pegajosos” y le ponen un cerco a la música mexicana, la sacan de la jugada y empiezan a meter en radio a los Hombres G y Gigante, Miguel Mateos, Ángel del Rock y la chingada, y no figuran los grupos mexicanos, sólo alguna excepción: “La negra Tomasa”, o no sé si siquiera la Maldita [Vecindad] con “Kumbala” fueron apoyados por toda esta movilización mercantil.

De hecho, había un movimiento interesante de antes que se llamaba Comrock que aparte giraba en torno a un sello disquero, ya ni me acuerdo qué disquera era, no sé si era A&M, no me acuerdo bien, pero el caso es que el mercado rompe la continuidad del rock mexicano, lo aísla y lo que pudo haber sido una continuidad se desvanece. Claro, si te pones a investigar sí ves una continuidad en bandas que sobrevivieron al cataclismo de Rock en Tu Idioma como Café Tacvba, un poco la Maldita, medio golpeados, Caifanes... yo creo que ya, no te podría decir alguien más.

4. Dentro de tu experiencia con Botellita, ¿alguien les decía que compusieran cierto tipo de rolas para entrar en la radio?

No, nunca nos pasó eso. Sobre todo en la etapa del trío hacíamos lo que se nos daban los güevos, nos decíamos: *Vamos a hacer una rola, así de que 'saca', sí, de saca la mota y saca*. No, nunca nos propusimos temas mercadológicamente hablando, eran temas que se nos hacían graciosos y chidos: *Vamos a hacer una rola sobre la lucha libre o sobre el Santo*, pero no, nunca hubo ningún redireccionamiento de lo que hacíamos y de los temas que abordábamos por nadie que estuviera fuera de nosotros. Adentro de nosotros no había esas limitantes, la única era si nos gustaba o no la rola, si entre todos le entrábamos, entonces quedaba, se grababa o la tocábamos en vivo.

Quizá por las propias características de Botellita cuando estábamos en Polygram (que después se volvió Polydor y después se volvió Universal) algún *manager* de la compañía nos dijo: *Ustedes toquen nada más lo que se les antoja, no quieran incrustarse en el mercado, sean libres y honestos. Ahí va a estar el secreto de si gustan o no, si se masifican o no*.

5. ¿Cómo era la relación con las estaciones de radio de pop? ¿Existía alguna relación?

No. *Espacio 59*, por ejemplo, nunca nos programó, pasaba de repente una rola cuando íbamos de invitados a una entrevista, pero nunca estuvimos en rotación. La rotación vino, te digo, hace algunos años en *Reactor*, que antes se llamaba *Órbita*, sí hubo alguna rotación pero nuestra única relación ha sido esa de que nos invitan a entrevistas, y que vamos y decimos lo que toca en el momento. Nunca ha habido ni de payola, ni de relación de acuerdos ni de nada. Pienso, por ejemplo, en La Barranta, esos cuates tampoco tienen sus rolas en la radio, en ninguna estación, pero convocan a un concierto en el Metropolitan y se llena, y dice uno: *¿Por qué?*, porque existen otros canales, otros medios. Es que es un poco complicado este asunto de masificarse, porque eso quiere decir que lo consume mucha gente, yo digo entonces que es para que mucha gente sepa de tu existencia, aunque no tengas qué vender.

6. ¿En algún momento se enteraron de que ustedes fueran censurados en alguna estación de radio?

No es que nos censuraran directamente pero "Alármala de Tos" era una rola que no podíamos tocar en radio.

7. ¿Había alguna razón en especial?

Porque decíamos que violola y matola con una pistola ¿no? Era una rola que nos decían: *no, esta rola no la pueden tocar*.

8. ¿Era más por cuestiones de "lenguaje soez" que por políticas de la estación?

Yo creo que era la suma de las dos cosas. Alguna vez íbamos a tocar la canción de "Pique" en un programa con Guillermo Ochoa, que tenía un noticiero en las mañanas. La canción decía: *Pique por arriba, pique por abajo, pique por delante, pique por atrás* y, puta, no sabes el desmadre que nos hizo una locutora que se llamaba Lourdes Guerrero, nos dijo: *No. Eso no puede pasar, qué les pasa*. Ahí al vuelo lo tuvimos que cambiar, supongo que había alguna política, bueno, no supongo, hay una política general en las televisoras, pero aparte también entraba el conflicto moral del locutor en ese momento. "Alarma" no la podíamos tocar y justamente la canción más acotada fue la canción que se hizo más popular.

Sí, pues sí, sí hubo censura y limitaciones un tanto, pero también podíamos estar ahí, era como un juego de equilibrios, a lo mejor si hubiéramos sido muy radicales hubiéramos dicho: *no, pues váyanse a la verga y no vamos a salir en la tele porque nos prohíben cantar 'Alarma'*, pero ahí dijimos: *¿es útil o no es útil?, en qué términos es útil y en qué términos es inútil*, llegamos a la conclusión de que sí era útil que mucha gente supiera de la existencia de nosotros, porque en nuestros conciertos en vivo cantábamos "Alármala de tos". Aunque no la cantábamos en la tele posibilitaba que la gente conociera todo el repertorio completo de Botellita en un lugar que no era la tele porque ella tiene sus limitantes y sus censuras, sus políticas.

Arturo Lara Lozano

Realizador del *Árbol genealógico del rock mexicano*.
Entrevista realizada el 24 de noviembre de 2011.

1. ¿Me podría explicar qué es el *Árbol genealógico del rock mexicano*?

El *Árbol del rock mexicano* se crea aquí en el DF y se termina en Houston, Texas. Los objetivos de este proyecto que inicié en 1996: yo tenía en ese momento el *Árbol del rock* de Inglaterra y el de Estados Unidos, los dos en blanco y negro, no existían a color, y contenían las tipografías originales de los grupos. Entonces un día equis, yo como músico (yo tuve un grupo de rock allá por 70 o 71) y me dije: *¿Cómo que nosotros no tenemos nuestro árbol genealógico siendo que aquí hay muchísima gente que ha dejado sus mejores años y sudor en la tarima por hacernos bailar y cantar?* Se me metió la idea y ya no la saqué. Entonces, el *Árbol* se gesta exactamente en 1998 cuando digo: "Yo lo voy a hacer para tener el *Árbol genealógico del rock mexicano*."

Siempre quise que fuera algo inédito, especial, que fuera atractivo para la gente cuando lo viera y que pudiera adornar las paredes de las casas. Se hizo cronológicamente desde las raíces hasta los últimos años. Me di a la tarea de ver los grupos que habían existido desde 1955 a la fecha y fue una labor que, en ese momento, no sabía lo que representaba pero estaba convencido de que lo iba a hacer.

En 1998, 1999, empecé a conseguir la música de México y me di cuenta de que todo está discontinuado, no existe absolutamente nada para poder documentar. Yo ya traía la idea de meter al grupo Los Verdugos, Los Frailes, no sé, saber de dónde eran y quiénes eran para no hacer un tratado que fuera nada más protagónico.

De ahí se deriva hacer el libro: *Enciclopedia del rock mexicano*.¹ Primeramente fue el *Árbol del rock mexicano*, y dije: "Bueno, si ya tengo esa información por qué en México no existe la *Enciclopedia del rock mexicano*".

Primero fue conseguir la información, ahí decidí que debía ser un proyecto incluyente donde se fuera a hablar hasta del grupo que haya grabado un sencillo nada más. Esa era la condición para aparecer en la *Enciclopedia* y en el *Árbol* porque meter a todos los que han tocado en las colonias iba a ser difícil. Si tienen un sencillo, EP o LP, por supuesto que tienen su lugar en el proyecto. Pero mientras más investigas más sale. Los terrenos de los cincuenta y sesenta están, créeme, inéditos al cien por ciento. Federico Arana habló de los cincuenta, pero más del entorno, de los congales, antros (o como les llamen ahora) que presentaban variedades de rock and roll. Entonces ves

el libro de Arana, el de [Federico] Rubli, y para los que nos gusta investigar no ayudan mucho.

El *Árbol* tiene su historia, es el árbol de la noche triste, el que está en Popotla. El *Árbol del rock mexicano*. El *Árbol* sirvió bastante para que se abrieran otros panoramas bien diferentes a lo que yo creía era el rock mexicano, a lo que la gente, incluso, sabe de rock. Ahorita, en este preciso momento que es 24 de noviembre de 2011, los mismos músicos no saben qué existe [de información], y, bueno, ya estoy trabajando en eso, y muchos estamos cambiando un poquito a la verdadera historia del rock mexicano, no los grandes éxitos de Avándaro y, ya sabes, estamos hablando de más de 56 años que merecen llevarse a nivel enciclopédico. Con base en el *Árbol del rock mexicano* surgió todo el gran proyecto. Obviamente me di a la tarea de viajar, entrevistar y tratar de encontrar la verdadera historia del rock mexicano contada por sus protagonistas.

Si estoy partiendo de que todos los que aparecen [en el *Árbol*] deben tener grabado al menos un sencillo, los debo de escuchar para poder hablar de ellos. Entonces, la fórmula es la discografía, la fotografía, las portadas de los discos que son enriquecedoras, incluso la filmografía, si existiese.

3. ¿Qué pasan con géneros como el pop o las baladas? ¿Hay grupos representativos que estén dentro del árbol?

Claro, porque son parte de la historia. El pop es música popular, el rock and roll es popular como deberían serlo todos los ritmos. El decir que estos güeyes son rancheros y están tocando rock and roll, ni modo, si así lo hicieron están en el *Árbol*. Y los baladistas, pues obviamente traíamos las sombra de Estados Unidos. Eran los galancitos, que Enrique Guzmán, César Costa: la fórmula de quitarle los cantantes a los grupos, era lo de moda, *rockslope* le llamaban. Era una ebullición de baladas melosas pero pegó muchísimo.

Pop ha existido siempre, pero aquí, todos los grupitos: Neón, Los Amantes de Lola, Caifanes, que son pop. Ya es una fórmula que habían estado desarrollando los argentinos y los españoles que le llamaron Rock en Tu Idioma, como si nunca se hubiera hecho en español. Tuvieron su auge pero su caída fue abrupta, les fue como en feria a los que lo hicieron. Yo creo que causó más daño en México eso del Rock en Tu Idioma que bienestar porque se acabaron divorciando los grupos con las disqueras.

En el *Árbol* a lo mejor ves a Los Temerarios, pero no a los de ahorita, sino los de Chico Che, ¡ay güey!, pues estos güeyes tienen dos LPs poca madre de

¹ El libro aún no ha sido publicado.

rock and roll, que después se volvieron guapachosos... La Revolución de Emiliano Zapata misma, entonces ahí están todos.

4. ¿Cuántos grupos integran hasta el momento el *Árbol genealógico del rock mexicano* y de qué año a qué año están?

El periodo es del 55 a la fecha [2011]... 2010 vamos decir porque no he actualizado los de este año. Son 16 mil 240 grupos o solistas que han grabado mínimo un sencillo aquí en México o en el gabacho.

5. Le voy a mencionar algunos nombres de bandas o solistas para saber si están dentro de estos 16 mil 240 integrantes del *Árbol genealógico* y un pequeño por qué de su inclusión:

5.1. Carlos Santana:

Sí, sí está. Porque es mexicano, porque toda su escuela la desarrolla en Tijuana hasta que tiene chance de radicar en San Francisco y allá es donde publica todo lo que mamó en Tijuana. Es un músico mexicano y, hasta donde yo me quedo, ha grabado 40 LP's, 8 Grammys y es una de las cartas fuertes del rock mexicano.

5.2. Alaska, de Alaska y Dinarama:

Bueno, Alaska es mexicana, obviamente todo lo hizo en España pero en algún momento ella dijo: "Soy mexicana y tengo que hacer algo en México". Vino, grabó, hizo unos *spots* y se regresó a España. Cada vez que hay un movimiento rocanrolero femenino ella ya está participando como mexicana. Sí, ha grabado muchísimos discos y es una buena cantante y como mexicana, acuérdate que mi proyecto está enfocado a los músicos, en este caso es a ella, y lo que representa como mexicana y rocanrolera se merece su lugarcito en la *Enciclopedia*.

5.2.1. ¿Entonces sí está en el *Árbol*?

Sí

5.3. Alejandra Guzmán:

También está. Ella es parte no por ser hija de Enrique Guzmán, que es rock pop obviamente, pero yo creo que es muy bueno su rock porque ya incluso como compositora ha estado desarrollando una corriente de rock pop de calidad. Donde se presente y con quien se junte arma la remambamba, no sé si tú la has visto en vivo, es otra cosa. En vivo canta rock y no baladas... y más [si está] peda.

5.4. Timbiriche:

Sí está. Timbiriche es una corriente de un rock pop que fue creado, a ellos tienes que ponerles letrero: "Esto es actuado". Lo que es Timbiriche y si vas a llegar a OV7, también. Sí están porque grabaron discos de rock and roll muy buenos. Los músicos que los acompañan son musicazos, el día que sepan los músicos que los

acompañan van a decir: "¡Ay güey!" O sea, son parte pero ya es otra generación, de otra época.

Hasta Luis Miguel está. Los dos primeros LP's de Luis Miguel son *covers* de rock and roll. Yo tengo que ser objetivo, si yo marqué que aquí iban a entrar los que hayan grabado un disco de rock and roll, yo no dije: *Ah, pero nada más hasta el 78, o al 80*. Si tú grabas un disco de rock tienes tu pedazo de la *Enciclopedia* ganado. Además, toda esta gente (Timbiriche, OV7, Luis Miguel) son hijos de papi, yupis, que si hacen algo, lo hacen con calidad.

6. ¿Hay cierto tipo de acotaciones? Por ejemplo, ¿Luis Miguel está incluido sólo por sus dos primeros LPs pero no por los demás?

Lo que pasa es algo importante. La perspectiva humanista de la historia de este cantante está enfocada en el rock. Él quería ser un *rockstar*, así lo marcan sus discos y la gente que lo acompaña. Pero la lana, las disqueras, dicen: *No, ¿sabes qué?, de este lado es el pan*. Y entonces *pum*, se inclina por la onda baladística. Son corrientes que uno respeta.

Yo te pongo ese ejemplo con todos los demás: Enrique Guzmán, La Revolución de Emiliano Zapata. Ellos originalmente son músicos y hacen de la música una forma de vida, y si no tocan no comen, y si la disquera dice ahora está de moda "La sirenita" tienen que grabarla, si no les dan agua o ni eso.

Eso es parte del ejemplo de Luis Miguel con sus dos LPs. La Revolución de Emiliano Zapata tiene más LPs grabados en la onda grupera que de rock. Entonces de qué hablo yo, pues de la parte del rock, de lo demás no. Yo justificó por qué Luis Miguel llegó al libro, y ya si él es el más rompe récords de los rompe récords de ventas de discos, Auditorios y no sé qué, eso ya es otro pedo.

Es como OV7. Ahora hacen rock pop, pero antes eran puros *covers* de Vaselina, de los sesenta, pero eso es rock and roll. A quien le toque platicar la vida de OV7 en la balada, que haga su librito.

7. En su experiencia con los músicos, ¿cree que a ellos les interesa o interesaba estar en las listas de popularidad?

No, porque en México no existe un *hit parade* como en todas partes del mundo. Es más bien una lista de popularidad de lo que suena, de lo que se escucha y de lo que se vende, no importando el género, ni el ritmo, ni nada. Tiene en primer lugar, vamos a hablar de aquellos entonces [década de los sesenta], "La pollera colorá" de la Rivero ¿no?; en segundo lugar a Los Rebeldes del Rock con "El rock del angelito"; en tercer lugar está Javier Solís con "Payaso". Entonces ahí, en esa lista, te das cuenta que en ese momento la cumbia está pegando más y que el rock va ahí más o menos. En esa lista de popularidad de diez canciones te das cuenta de géneros, ritmos, gustos, porque no hay un *hit parade* de ranchero o salsa, no, era uno solo. Mas no *hit parade*, que van a decir: "es la traducción [de

lista de popularidad]”, pero no es lo mismo, o sea, el *hit parade* considerado en todas partes del mundo daba una estadística de cuántas semanas permanecía esa canción en la radio, en México no hay eso.

La radio. Yo fui a las estaciones: Radio Centro, Acir, y así en todas, no hay ninguna bitácora, cabrón, no existe y, si existe, plasmaron, por ejemplo: la Musart sacaba una lista de popularidad de sus artistas: en primer lugar tenemos a Tino Contreras, pero tienes que juntar a las de las otras disqueras, entonces con las revistas más o menos te ayuda porque ahí ellos juntaban. Aunque *Notitas musicales* siempre estaba apoyando a Columbia y a CBS, que es la misma, pero bueno; los de *México Canta* apoyaban a Peerles y Musart. Estaban bien inclinados, los artistas de ellos aparecían en primer lugar porque había payola obviamente. El SUTM también tiene su lista. Nada que ver los primeros lugares de acá [el SUTM] con los otros.

Cómo se diagnostica una lista de popularidad, ¿con base en qué?: ventas y lo más escuchado en radio. No hay de otra, esa es la lista de popularidad, ni porque sean buenos. Tú puedes decir: “¿Cómo está en primer lugar esa pinche vieja que canta con las nalgas?”, porque así es, hay más gente que compra sus discos y pagan más payola para pasarla en la radio más veces.

En México no existe un *hit parade* de decir: Enrique Guzmán metió “Payasito” ocho semanas en primer lugar y ahí está certificado. Yo creo que ya ni siquiera se puede reconstruir porque ni en las radiodifusoras tienen esos archivos.

Si decían: “mis listas de popularidad las voy a hacer serias”, te gana la risa porque no había nada serio, ahí era de acuerdo a qué querías vender. Ahorita existe lo de *Telehit* y eso que es más payola que nada.

8. ¿Es verdad que existe la payola? Y en caso de ser afirmativa la respuesta, ¿cómo se manifiesta en radio?

En radio los empresarios de las disqueras graban a un X artista que les costó dinero, obviamente traerlo, hacerlo, y lo llevan a la radio. Dicen: “¿Sabes qué? Quiero que me los pases veinte veces al día”. Ahí ya hay tarifas. Por cada vez hay 100 pesos, son dos mil pesos por veinte veces y la radio te lo va a tocar veinte veces al día. Eso era en todas las estaciones de radio de todas las disqueras de México.

9. ¿Hay manera de comprobar eso?

Dentro de la gente que he entrevistado, a los locutores eran quienes estaban pasando los éxitos las veinte veces. Llegaba el dueño de la radiodifusora y les decía: —¿Sabes qué? Pasa eso veinte veces, ahí repártelo como quieras.

—Oiga que...

—Lo pasas cabrón, si no, te corro.

Yo he entrevistado a locutores que dicen que las canciones le entraban a la gente a fuerzas, que sin

darse cuenta en el camión, la lonchería, en tu casa, le prendías [al radio], le cambiabas y era la misma [canción]. Se volvían éxitos. La tocaban porque era de a güevo, no tenían otra alternativa.

10. ¿En algún momento la payola ha favorecido a grupos de rock?

A todos. Por supuesto. De rock, solistas, a todo el mundo. Era parte de la idiosincrasia de la música en México. Para que fueras ídolo se necesitaba que sonaras, vamos a decir, diez veces en la radio, y que salieras en la tele. Con eso vendías discos, tenías aseguradas tus actuaciones en vivo en cualquier parte, eso era la payola.

Ahora ya no funciona, ya no existe porque ya ni siquiera hay grabaciones. Antes las disqueras aflojaban la lana, y no sabes cómo. Pero así les iba también, les iba muy bien. En cambio había gentes que ya no necesitaban la payola, ahí está La Santanera, que iban solitos. Las radiodifusoras decían: “Oye mándame lo de La Santanera, pero ya”. Cuando pasa eso ya no se pagaba.

11. ¿En algún momento el rock fue afectado por la censura?

Sí. En México ha existido siempre eso, y depende también de los gobernantes. Sabemos que la peor crisis fue del 68 en adelante. Después del movimiento estudiantil en México era muy difícil que te programaran rock porque el gobierno pensaba que incitaba a la banda [público].

Todo lo que se grababa de empresas transnacionales, de su cien por ciento ni el uno por ciento era de rock. Las que más grabaron fueron Polydor y Cisne/Raff, pero esta porque agarró a los locales, y Polydor a los mejores locales para lanzarlos internacionalmente; muy poquito tiempo porque llegó el *Avandarazo* y ahí sí se acabó todo.

Ahí sí no había payola para que veas, [grupos] de Raff ni los programaban. No había manera de que tuviera éxito radiofónico esta música porque ya era contestataria, ya tenía mensaje. Yo no le llamaría de protesta porque no había de qué protestar, pero sí mental porque decían “aquí estamos, estamos vivos y existimos”. Era un movimiento que se estaba gestando muy importante en la historia del rock mexicano donde la radio ya no participó. Ni la televisión. Se quiso hacer por medio de los discos, todo muy bien, poca madre, llegó Avándaro y adiós, se acabó todo. Pero en esos tres años antes de Avándaro, ¡nombre!, a La Revolución de Emiliano Zapata los conocen en Alemania en primer lugar con “Nasty sex”, y así varias bandas mexicanas que han tenido un lugar en los charts o en *hit parade* y aquí no los programaban.

12. O lo que le pasó a Molotov con su primer disco, que no lo querían vender en tiendas por la portada...

Y por las canciones también. Molotov es otro de los casos. A mí me dijo uno de Molotov: "¿Cuál censura?, a nosotros no nos censuraron, una cosa es que ya cuando está el producto te digan que no lo venden, eso no es censura, eso ya es decisión de un dueño. Censura es que no nos hubieran dejado hacerlo o que nos atacaran o golpearan por hacerlo." Es diferente, a mucha gente no le gustó, no les gusta que se digan groserías. Entonces la gente es la que te censura. Es

muy diferente a que gobernación aplique la 33 y chinguen a su madre los que están aquí. La censura fue del público o de los dueños. Las cosas son como todo: o te gustan o no te gustan. Esos güeyes no son monedita de oro para caerle bien a todos. Hasta donde yo me acuerdo, gobernación no los atacó.

En México no se programa rock, se acabó y no es porque sea censura, sino porque no es *business* para ellos, no es atractivo. No es *business* para la radio. El *business* de los grupos actuales es en vivo.

Carlos Alvarado

Teclista, flautista y encargado del sintetizador de bandas como Vía Láctea, Chac Mool y Puente de Alvarado. Entrevista realizada el 30 de octubre de 2010.

1. ¿Para ti qué es el rock?

Pues una forma de vida, es lo que me alimenta y de lo que me alimento, es parte de un todo para mí ya que me dedico a esto como músico y como todo: vendedor, comerciante, distribuidor, hacedor.

2. ¿Musicalmente tiene alguna característica o puede ser casi cualquier cosa?

No, pues debe de tener algún cambio en especial, porque rock significa romper con muchas ataduras que teníamos, significa libertad, significa rebeldía, significa muchas cosas, no cualquier cosa. Y dentro del rock hay muchas corrientes, por ejemplo, a mí me gusta mucho el rock progresivo que tiene que ver con lo sinfónico, con los sintetizadores, con las orquestaciones, con los solos largos.

3. ¿Hay alguna diferencia entre el rock and roll y rock?

Pues sí, el rock and roll era como se inició ¿no? El rock and roll era lo que empezaron hace muchos años Chuck Berry, Little Richard, ese era rock and roll. Después ya fue el rock como se conoce ahora. Y abarca todo tipo de amalgamas: punk, heavy metal, progresivo, oposición, lo que sea pues ya hay más rock.

4. Hablando en específico de Chac Mool ¿cómo defines la propia música de la banda, o de Vía Láctea, o de bandas donde has participado?

Bueno, he participado en muchísimas bandas. Por ejemplo, Vía Láctea fue la primera banda de sintetizadores que se hizo en México, es el primer disco de pura música electrónica que se grabó, antes inclusive de Chac Mool. Chac Mool pues fue una época más progresiva, aunque el cuarto disco fue más new wave, pero también fueron rolas largas que eran difícil que entraran, por ejemplo, en la radio, y, sin embargo, comercialmente fue un éxito ¿no? Ni nosotros nos imaginamos que fuera a tomar el éxito que logramos tener.

5. ¿Consideras que es importante la radio comercial para el rock mexicano?

Sí, la importancia de esa radio es que es una mierda y que nunca te programan, esa es la importancia.

6. Existe una idea de dividir la historia del rock mexicano en tres eras: una antes de Avándaro, una posterior a Avándaro y otra después de Rock en Tu Idioma. ¿Tú crees que es verdadera esa división?

Puede ser. Digo, rock sólo es uno, pero después ya se puede dividir en más. Antes de Avándaro, en los años cincuenta, empezaron muchos grupos ¿no? Había muy pocos grupos que eran originales, la mayoría eran

fusiles ¿no? Pero había grupos roqueros que eran Los Rebeldes del Rock, Los Locos del Ritmo, grupos que hacían rock. Después ya vienen los solistas que se dedicaban a copiar o a hacer el refrito en español, como César Costa, Enrique Guzmán, etcétera ¿no? Entonces, ahí hay una división muy marcada. Y digo, hay quienes pondrían a Alejandra Guzmán en rock and roll y está bien, pero... ¿de qué se trata no?

7. ¿En algún momento alguien exterior a las bandas en las que has participado los invitó a hacer música radiable?

Ah no, pues sí. Pepe Navar, que era nuestro productor con Chac Mool, era lo que nos decía ¿no? Después de los tres primeros discos de la banda en Polygram, también me decía que me cortara la greña a güevo, que nos despidiéramos de la flauta de Jorge [Reyes], de los violonchelos, y a hacer rolas de tres minutos para entrar en la radio ¿no? Una onda new wave completamente diferente a lo que teníamos y, pues sí, así fue como sucedió.

8. ¿Ustedes cómo tomaron esto?

Yo lo tomé como una traición a mí mismo y a todos ¿no? Porque ya no era lo que tú querías hacer. Habíamos tenido éxito hasta cierto punto, de una banda de no vender nada a... no sé, diez-quince mil copias del primer disco de *Nadie en especial* que fue algo inaudito. No teníamos radio, no teníamos televisión, claro, Radio Educación, Radio Universidad, La Hora Nacional, cosas raras ¿no?, pero ahí estábamos. Y la televisión, por ejemplo, alguien que nos apoyaba bastante era Sergio Romano, en esa época en el canal 13; cuando descubrió el disco y dijo: "es que yo pensé que era un grupo español, otro grupo, no pensé que era de México." ¿Por qué? Porque en esa época [primer lustro de los ochenta] era el Three Souls, el Dangerous Rythym, todos cantaban en inglés. Nosotros nos dedicamos a cantar en español otra vez, sacar un disco que se abriera, que tuviera las letras [impresas], el acetato transparente, preocuparnos por la producción realmente, hacer un concepto que no se manejaba. Yo tenía contacto con un ingeniero extraordinario que era Paco Rosas, que conocía desde diez años antes (yo era profesor de yoga y tomaba clases conmigo), él se conjuntó mucho con el otro productor, que fue Pepe Navar, que era jefe de prensa de Polygram y que es periodista y que maneja muy bien la relación [pública]. Entonces era un equipo muy padre, nosotros como músicos, Paco como productor de sonido y Pepe como distribuidor. Entonces fue un éxito de Chac Mool y del equipo.

9. ¿Entonces ustedes sí llegaron a sonar en estaciones de radio de *pop* en algún momento?

Sí, sobre todo en el cuarto disco [*Caricia digital*]. Estuvimos, por ejemplo, en esa época había un programa de televisión que era de Memo Ochoa, el de la mañana, y nos presentamos varias veces ahí; con Ricardo Rocha en la “Noche a Noche”, en “Estrellas de los ochentas”. Porque ya eran rolas más comerciales ¿no? Dentro de todo, ya conocían al grupo y ahora [la música] era más accesible para la gente con rolas estúpidas, de tres-cuatro minutos, sin aquellos solos de flauta, de teclado, de nada, sino accesible ¿no?

10. ¿Y su público cómo tomo eso?

Pues como una traición para muchos, otros sí nos siguieron. La ventaja es que como en vivo seguíamos tocando las rolas viejas no había bronca ¿no? Entonces seguíamos manteniendo eso.

11. ¿Ustedes mismos, mientras ensayaban o componían, pensaban en alguna canción que pudiera ser exitosa?

Sobre todo en esa época. Yo ya no quise componer nada porque me cagaba. Nunca me gustó ser comercial, a mí siempre me ha gustado el lado *underground*, el lado oscuro. Entonces, Jorge [Reyes] llegaba: *no, con esta rola vamos a... van a ver*, y que no sé qué: *con esta vamos a triunfar*, ¿no? Pero bueno, seguimos.

12. ¿Antes de que ustedes estuvieran en esa etapa popular era fácil que un grupo de rock mexicano entrara a la radio comercial?

No, después de Avándaro estaba cerrado todo, estaba cabrón, la verdad. Yo me acuerdo, por ejemplo, que en esa época traer la mata o ser joven era ser un delincuente ¿no? ¿Por qué? Pues porque después del 68 y de todo ese desmadre, ser joven era ser un pinche delincuente. Sí veían cuatro-cinco gentes, era: ¡a correr! Yo me acuerdo, a mí no me querían, traía la mata, había *razzias* y se bajaba la tira con tijeras o navajas y te cortaban la greña, de güevos, de cabrones. Pero bueno, es parte de todo ese show ¿no?

13. Hay dos factores que pueden llegar a presentarse en la programación radiofónica: *payola* y *censura*, ¿qué me puedes decir de la experiencia en tus grupos?

Nosotros nunca tuvimos la onda de la *payola* ¿no? Nunca tuvimos que dar eso ¿no? Y *censura*, pues tampoco porque nunca estuvimos realmente en la radio comercial a nivel grueso ¿no?

14. ¿Ustedes no sentían después de Avándaro una *censura*?

Pues sí, por ejemplo, entrar al radio, olvídate, los conciertos estaban prohibidos. Entonces había una noche que se llamaba “Rock y ruedas” y era un camión materialista, bajaban y ahí hacían la tocada porque estaban prohibidos los conciertos. No podías tocar, a menos en un pinche hoyo o en esos lugares.

Jaime López y Carlos Avilés

Jaime López: Compositor, intérprete, letrista.

Carlos Avilés: Bajista de La Cuca y Nata.

Entrevista realizada el 01 de julio de 2011.

01. ¿Ha sido importante el rock mexicano en la programación de radio comercial (como *Los 40 Principales* o *Exa*? ¿Ha tenido importancia, históricamente, el rock mexicano en esa radio?

Carlos Avilés: No en mi experiencia. La radio comercial ha tenido chispazos muy breves. Yo podría hablar más por la ciudad donde vivo, Guadalajara, que nacionalmente. Pero esos breves chispazos donde a veces entró un sencillo de rock, nunca se convirtieron en un movimiento, ni fue equitativo, digamos, en toda la radio comercial. A lo mejor había una estación donde afortunadamente había un locutor que tenía libertad en su espacio y ponía rock, pero eso no quiere decir que sonaba en la radio comercial.

Yo supongo que a esta generación de Caifanes, Maldita [Vecindad], Fobia, vamos... de cuando la payola se hace algo más institucional, a lo mejor ellos te pueden dar otra versión del asunto, pero en mi experiencia, en cuanto a Cuca y los grupos en que he estado desde entonces, la radio comercial siempre ha sido un fantasma. Yo creo que en todo caso, Cuca ha sido un grupo muy afortunado porque se ha hecho gracias al público. No recuerdo que hayamos tenido un éxito en la radio, ni tuvimos programación en la televisión en los canales de vídeo, muy eventualmente llegaron a pasarlos porque existían, pero yo responsabilizo al público de que nos sigan aguantando.

Jaime López: Mi experiencia sí va más a cuestionar que hay una mentalidad de automarginación para enfrentar los grandes medios, lo que en mis tiempos se llamaban *mass media*. Creo que el problema empezaba con los mismos que hacemos el rock en general, no hay grupos gremiales que realmente agrupen un movimiento en forma, siempre se habla de un movimiento como si se hiciera, pero no, es un movimiento de olas dispersas. Y cada personalidad practica el "sálvese quien pueda".

Yo sólo he sido testigo de un evento que fue poco antes de Avándaro en 71 que sí incidió en lo que se llamó radio comercial y fue el Pájaro Alberto con Love Army. En estaciones donde nada más se programaba en inglés sale una canción con un grupo mexicano cantada en español. A mí no me importa si es el rock en español o en inglés, pero eso significaba mucho, era vencer esa mentalidad de automarginación. El Pájaro Alberto es un tipo que realmente se asocia con una gran banda y hacen dos memorables rolas: "También tu tiempo llegará" y "Caminata cerebral" que venían en Cisne/Raff, la disquera. Entonces fue la mezcla más clara de que sí se

podía ir más allá de la automarginación. Entonces, ¿dónde quedó todo eso? Yo no le echo la culpa a Avándaro ni al amarillismo que se desató después del evento porque después Lora sí supo qué hacer y sacó a Three Souls in My Mind, que se me hace un poco tardío que hasta los ochenta empiece a haber una especie de descaro para poder incidir en los grandes medios.

Un poco lo que decía Carlos, más allá de la payola, o de que sea comercial o no comercial la radio, yo hago lo que me gusta y que otros paguen lo que se difunda, la cosa es estar seguro de lo que te gusta. Ahora, hay que gente que no está segura y además de eso pagan porque se difunda, ese es el problema ¿no? Yo creo que no hay una cuestión comercial, eso es un mito.

02. ¿Cuando ustedes comenzaban a aprender a tocar sus instrumentos o pensar en formar una banda escuchaban rock mexicano?

Jaime López: Yo no, nunca he dividido en rock en español ni en mexicano, sólo hay un rock, haces rock o no haces rock, no necesitas ningún justificante médico de que sea mexicano, argentino. Hay muchos rocanroleros que no saben que son rocanroleros como Caetano Veloso que son el rock en Brasil y que, por ejemplo, no les significan nada Los Beatles o Los Rolling porque están tan a la par de ellos. Tuvieron grandes corrientes literarias y musicales que los llevaron a ser *mainstream*, antes de que eso fuera un término de moda.

En México, se me hace curioso que exportábamos música, hasta los mismos Beatles grabaron en sus primeras sesiones "Bésame mucho", hacían bolero en inglés. Entonces qué pasó con eso, pues bueno, el rock simplemente hacia afuera ha sido muy afortunado y hacia dentro ha sido muy desafortunado.

Carlos Avilés: Te voy a poner un ejemplo, voy a hablar de él [Jaime López]. Yo soy de Cd. Obregón, Sonora, y allá comencé a escuchar a Jaime en una estación con "El mequetrefe" o "Ella empacó su bistec", una de estas dos que venían en el mismo disco de Jaime. [La canción] tenía una programación habitual y yo pensaba: "Esto tiene onda", decidí seguirle la pista y mi hermano me decía que era un cantante...

Jaime López: Yo hago un paréntesis. Yo oía a los Apsón Boys, de Agua Prieta, Sonora, con la misma pasión que estás hablando.

Carlos Avilés: Yo llegué después a Guadalajara, a los 18 años, y encontré la estación universitaria, *Radio Universidad de Guadalajara*, y en un programa que

escuchaba con cierta regularidad conducido por Julieta Marón, que ahora es directora de ese espacio curiosamente, escuché completo [el disco] de Roberto [González] y Jaime [López], y ahí hubo el link de un lado y de otro.

Retomando un poco lo que dice Jaime, ahí se rompió la división que [el rock] ha tenido de radio comercial a radio cultural. Sin embargo, entiendo que una radio que funciona comercialmente hace una programación que tiene ciertos temas que están sonando a lo largo del día, mientras que en los espacios como la *Radio Universidad* [de Guadalajara] tiene programas especializados donde no puedes entrar a rotación diaria.

Jaime López: Si es que aquí en este rollo hay un término que se ha despreciado mucho más allá del rock que es pop. En los sesenta, pop significaba algo, ahora parecería que es un género que significa algo chafa o fresa, pero no hay que olvidar que el gran representante de la cultura pop es Andy Warhol, que no era un cabeza hueca. El término pop se ha devaluando de los sesenta para acá. Para mí sí significaba mucho, en primera porque era apócope de popular, que para los ortodoxos del folclore que hablan siempre de pureza, era algo que no se había manchado, déjate tú de lo comercial de los grandes medios, que era hecho de la gente para la gente. Bueno, entonces viene un nuevo concepto que es el folclore a través de los *mass media* que es pop, entonces, para mí, como dijera Eblen Macari hace mucho tiempo: “Los Beatles fueron mi folclore”. Para muchos de los artistas, el rock fue nuestro folclore, además de que oíamos el folclore nacional inmediato de nuestras regiones. Pero lo grandioso del rock es que es el primer folclore mundial realmente, más allá de los globalifóbicos, insisto, es un esperanto.

Yo creo que lo que sucede mucho con el rock son fobias, y peor aún con el término pop. Para mí sólo hay una cuestión, haces música popular o música impopular. Yo hago música impopular, por lo tanto, me gustaría acuñar el término *impop*, pero sí creo en el pop porque de ahí vengo. Yo crecí oyendo el *hit parade*, así como oí nuestro *hit parade* que era Cuco Sánchez, o la rockola, la radio, la música que nos rodeaba en esos tiempos.

Carlos Avilés: Porque se emparenta con muchas cosas. “El mequetrefe” tenía otro ritmo, sin embargo, era rocanrol, se escucha. Yo escuchaba rocanrol en grupos de los setenta, como Los Terrícolas, esas cosas que no entran en la definición estricta del género, pero en realidad hay mucho rocanrol en Los Ángeles Negros, igual si nos vamos más para atrás, *El Piporro* es un gran rocanrolero.

Jaime López: Yo sigo diciendo que es el Frank Zappa antes de Frank Zappa. Así como *Cri Cri* antes de Los Beatles. A *Cri Cri* le tocó exactamente lo mismo que le pasó a Los Beatles tiempo después: incorporar los avances de la tecnología a la composición, los efectos en la radio. Y nadie compone como *Cri Cri*

precisamente por eso, porque además de que dominaba varios géneros, lo hacía con los avances de la tecnología. Y lo mismo que hacía Frank Zappa, que era conocer profundamente una tradición musical y desbaratarla a placer a través de la risa, eso hacía *El Piporro* desde mucho antes, sin presunción desde luego, porque nunca se tomó él como un compositor o cantante, más bien como un locutor.

03. Una vez que ustedes ya se profesionalizan, que ya tienen sus bandas, ¿al momento de componer piensan en que le guste a la gente la música, o primero piensan en que les guste a ustedes?

Carlos Avilés: Yo pienso en que salga bien la rola porque no estás pensando si va a tener éxito. En mi caso, escribo como un oficio, ya es algo que haces casi por inercia. Lo otro es una chamba separada: ponerlo a sonar y hacer que a la gente le guste.

Sí te puedo decir que me preocupa cuando estoy en vivo, ahí sí es importante notar las reacciones del público, que entiendan la letra y esas cosas, y, sobre todo, que se identifiquen con lo que estoy cantando, ¡vaya!, vinieron a escuchar, tienen que llevarse algo de esto. Lo otro es un oficio separado. Incluso uno puede ser compositor y no ser intérprete y viceversa, pero en este país uno lo tiene que hacer de todo, incluso hasta de mercadólogo.

Jaime López: Yo creo que en el principio fue la masturbación como algo no placentero. Creo que es un buen ensayo para el cuerpo, cuando logras coger es mejor aún, como lo dicen: “hacer el amor es un placer compartido”. Entonces, yo creo que hacer una canción es una cuestión masturbatoria por principio, pero si tomas en cuenta que a través de la autocomplacencia complazcas... aunque a veces puedes tener sesiones de masturbación conjunta que no dejan de ser placenteras pero no hay nada como el éxtasis. Cuando estás sobre un escenario, desde luego que estás en contacto directo con el público porque es la instancia última de la composición y la ejecución, y sí, el *playback* puede ser también placentero, pero yo prefiero el error humano, porque la música es hacer de un error un acierto, o sea, cuando estás tocando salen un montón de errores, pero salir del error y lograr un efecto de composición más que de engaño, eso sólo te lo da el público, no te lo das tú. Te puedes callar y después decir: “la cagamos”, pero es poca madre porque simplemente uno se preocupa a veces por cuestiones técnicas, pero no autocomplacientes. Yo tengo a mi gayola, a mi luneta y a mi palco, estoy escribiendo para ellos, es más, el factor sorpresa es lo que me lleva más adelante, si no hay eso, no puedo seguir escribiendo. Lo difícil es cuando yo, como intérprete, tengo que representarlo porque contengo multitudes.

04. En algún momento se encontraron con algún *manager*, un cuate, alguien que les dijera: “haz algo que suene en la radio, que venda millones de discos”?

Jaime López: Yo sí tuve una vez un judío que tenía esa filosofía de que generes dinero a partir de lo que te gusta. A mí no necesita llegar nadie para decirme: “haz esto para vender millones”, yo soy el primero que se apunta, como “El rey del tomate”, hay que saber lo que son tomates para vender tomates.

Carlos Avilés: En la experiencia de Cuca hemos tenido muchos *managers* pero nunca... no entiendo muy bien cómo va ese punto porque uno graba discos esperando que lleguen a un público, es un sueño de todo músico. Entonces, uno va buscando gente que te ayude a llegar a ello. Supongo que una de las carencias que tiene el rock en México es la falta de buenos *managers* porque están muy viciados. Yo quisiera tener un *manager* que me vendiera como músico pero, como te comentaba hace rato, uno termina haciéndole de todo.

05. ¿En algún momento se supieron censurados en alguna radiodifusora?

Jaime López: Yo sí y, curiosamente, no fue en la radio comercial, sino en... no voy a decir la radio, no crean que le voy a dar patadas al pesebre, pero fue en una radio cultural. Los que nunca pensé que lo fueran a hacer, incluso me iban a apoyar. Fue con “Bonzo”, nomás por decir que: *Dios está en el infierno*, no la quisieron difundir, y, curiosamente, después fue la que más le gustaba a Raúl Velazco. No lo estoy poniendo como lo máximo, pero es una ironía que a Raúl Velazco, te estoy hablando de mediados de los ochenta, se le haya hecho una canción perfectamente rentable incluso, y en otro ambiente que se supone que era un semillero o algo que apoyaba... simplemente a mí sí me han censurado, pero curiosamente los que menos debían hacerlo.

Carlos Avilés: En el caso de Cuca nomás por el nombre, por el vocabulario. Salió “Cara de pizza” y Culebra, que era la disquera, sacó el sencillo con un *bip*, un chingadazo, pero realmente nunca entraron de lleno a la radio. En Guadalajara sí hubo una estación que programó esa rola con el *bip*. Actualmente hay una estación en Guadalajara que nos tiene vetados pero creo que eso es nada más porque les caemos gordos.

06. Ahora el otro lado, ¿en algún momento se encontraron a algún programador que les pidiera la payola?

Jaime López: Sí, sí existe la payola. Curiosamente el origen fue el rock, pay-ola, rockola. Es que siempre hay que aclarar que Frank Zappa pagaba porque lo difundieran. También los primeros productores de música racial, el blues, pagaban, y qué decir de los orígenes del rock. En México, fue con un sentido inverso, se pagaba por lo más chafa, por eso vino esa aversión a la payola. En mi caso directamente, yo nunca he pagado payola, además se me hace extraño

que me difundan sin pagarme, es más, que me paguen por difundirme.

Carlos Avilés: No, la verdad nunca me enteré, no sé cómo lo manejaría la disquera en ese momento.

Jaime López: Pero ellos lo hacían por ti, “zapatero a tus zapatos”. Si tú estás haciendo lo que crees que debes hacer, que paguen otros porque lo difundan.

Carlos Avilés: Ahora, por los escasos resultados yo creo que nunca pagaron.

Jaime López: O pagaron muy poco.

07. Ustedes, como músicos, ¿qué valor le dan a las listas de popularidad que se publican? ¿Qué fin creen que tienen?

Jaime López: Yo sí creía en el *Hit parade* y en el *Billboard*, sí me emocionaba cuando era niño y oía los discos de 45 rpm.¹ Mi hermano era una especie de DJ a la antigua que andaba de estación en estación promoviendo algunos discos. Ahora no me emociona por una especie de demagogia universal, que tal pareciera que cualquiera puede opinar. No cualquiera puede opinar, con qué argumento tú puedes atender una lista de popularidad. Es como cuando uno está en una disquera, yo sí creo en el control de calidad si alguien sabe. Es como en el teatro, si alguien te va a dirigir que te sepa dirigir, estoy en contra de que te dirija alguien que no sabe.

Yo creo que el *hit parade* no debe determinarse nada más en gusto popular. Yo no quiero hablar de buena música o mala música, sino de música que trasciende la opinión que más allá que a mí me guste o no. A mí, hasta la fecha, lo que no me gustara tuvo cierta influencia en mí. Por ejemplo, el bubblegum music de finales de los sesenta, ahora se me hace que era tan polvo de la música prefabricada, sin llegar a Los Archies desde luego, se me hacen esplendorosos, grandes músicos tocaban ahí enmascarados. Insisto, si la música está en las manos correctas, no importa.

Carlos Avilés: No estoy pendiente de lo que está pasando pero sí se me hace un punto interesante ese de los sesenta, las canciones que llegaban a los primeros lugares de las listas de popularidad eran hiperrolas, como “Bohemian rhapsody” haya estado en la radio tanto tiempo, cuando no es una canción que se escuche fácil y no es corta. Es paradójico como eso se ha convertido en una serie de *hits* que además están clasificados; como que antes estaba una lista de popularidad y entraba todo ahí, ahora está la de pop, rock, gruperos. Y yo no estoy muy al pendiente en la actualidad de las listas, porque ahora, mencionando una bondad del internet, puedes buscar bandas independientes de cualquier parte del mundo con un sonido más cercano a lo que estás queriendo escuchar.

¹ RPM: Revoluciones por minuto.

Fernando Mejía Barquera

Maestro en Comunicación. Columnista del periódico *Milenio*.
Entrevista realizada el 03 de octubre de 2011.

1. ¿Qué importancia tiene la radio para el desarrollo industrial de un género musical?

Yo creo que históricamente es importante porque hay que ubicarnos, sobre todo, en la época de las llamadas estaciones disqueras. Cuando la radio se transforma, su programación deja de ser básicamente en vivo y, por otro lado, se especializan. Me remito al momento cuando, a mediados de los cincuenta, Guillermo Salas de Radio Mil hace esta innovación en la radio que es segmentar audiencias y hacer que la radio sea a base de discos. Ahí inicia una etapa nueva en la radio que es, justamente, la de un instrumento fundamental para generar éxitos a través, sobre todo, de las repeticiones. Lo reconocen los de la industria disquera, la radio ha sido fundamental desde los años sesenta, incluso yo creo que desde los cincuenta, para, a partir de la repetición constante de canciones básicamente cortas (de tres minutos aproximadamente), hacer que los discos se vendan. En el caso, por ejemplo, del rock o pop, fue fundamental la radio por la posibilidad de que los *hits* musicales se pudieran convertir en éxito gracias a la repetición.

2. ¿Por qué en México no existe un modelo de publicación de listas de popularidad como *Billboard*?

En México es difícil encontrar una publicación donde aparezcan de manera regular las listas de popularidad. José Luis Ortiz Garza, en uno de sus libros, me parece que *La guerra de las ondas* o *México en guerra*, indica a partir de una investigación que hizo, que las primeras listas de popularidad se dan en la época de la Segunda Guerra Mundial, incluso con un programa que se llama “*Hit parade* mexicano”, pero es difícil encontrar una publicación que te dé las listas de popularidad, sobre todo, de los años cuarenta y cincuenta. El primer trabajo que yo conozco que sistematiza todo esto es un libro de Roberto Ayala llamado *Musicosas*, que también era una revista. Yo tengo el volumen, se supone que fueron dos volúmenes. En ellos sí pone los *hits* por año y mes. Entonces ahí uno puede ir viendo. Quizá la industria disquera mexicana no estaba desarrollada como para pedir que hubiera una revista como *Billboard*. Recuerdo lo de Ayala y, posteriormente, en los sesenta, aparece *Notitas Musicales*, ahí uno puede ir viendo cuáles son las canciones que se tocaban. Y decir, o hacer, un análisis de qué tan reales eran en la medición ya parece más complicado.

No sé si habría presión de alguna manera (o amiguismos) para colocar los *hits* o para colocar una canción o intérprete en uno u otro lugar de las listas, pero lo que sí, uno puede, teniendo cierta edad, saber

que las listas sí reflejan de alguna manera las canciones que se tocaban. Si uno ve las listas de *Notitas Musicales* de los sesenta y recuerda cuando era niño, pues sí son las canciones que se oían en la radio. Ahora no sé qué publicación saque las listas, me parece que *15 a 20*, alguna de estas para adolescentes, pero supongo que nunca hubo una publicación tan sólida porque incluso las publicaciones dedicadas a México, a la industria discográfica o a la radio como *Boletín Radifónico*, *Radiolandia*, nunca fueron tan fuertes. Supongo que la industria editorial mexicana no era tan sólida para consolidar durante muchos años una publicación de tipo *Billboard* que no sé qué apoyos tenga para haber durado tanto. Lo que sí es un hecho es que está colocada en un país donde la industria cultural es muy sólida.

3. ¿Cuál es la función de las listas de popularidad?

Es un tanto discutible qué tan ciertas son. Yo creo que, si son realmente objetivas, serían instrumentos muy útiles que reflejarían las preferencias musicales. Pero nada nos garantiza que las listas de popularidad estén cruzadas por intereses económicos y, en ese sentido, si así fuera, lo que harían sería colocar a las canciones en los primeros lugares con el fin de apoyar su consumo y su venta.

4. ¿Qué características debe tener una canción, primero para entrar a rotación de una estación, y, segundo, para entrar a una lista de popularidad?

Aquí ya entramos a discusiones del tipo reflexiones de la industria cultural. Sí creo que las canciones deben tener, como los *spots*, características de fácil memorización, ser pegajosas, letras que tengan que ver con la vida cotidiana de las personas, algún estribillo que sea fácil de memorizar y repetir, y tener una duración corta. Esas han sido las que habitualmente se han considerado, desde hace muchos años, las características de un *hit*. La duración debe estar entre dos y medio minutos y tres, y que no pasara de eso; son excepcionales los *hits* que duran más. El *hit* nos remite a un producto de consumo masivo. Con el *hit* uno difícilmente puede ser exigente, de pedir, bueno, sí calidad en producción, pero normalmente el *hit* está hecho para ser vendido, memorizado y es un producto de consumo.

5. ¿Qué es lo que determina que una canción sea popular? ¿La estación de radio, el público, la disquera...?

Ahí es si fue primero la gallina o el huevo. Yo creo que es un entramado de cosas. Muchas veces se dice que el medio responde a la exigencia del público. En los años cuarenta, cincuenta, incluso antes de la gran industria radiofónica, teníamos ejemplos de fenómenos de consumo musical que no pasaban por los medios y después pasaron. Esa es una de las grandes aportaciones de Emilio Azcárraga Vidaurreta, por ejemplo: Agustín Lara era músico *underground*, las canciones de 1926 como "Rosa", que él tocaba en los prostíbulos, tenían ediciones de la letra y la música y se tocaban en las cantinas, fuera de las cantinas... En el centro de la Ciudad de México, Agustín Lara era un músico conocido. El gran mérito, quizá la palabra no se usaba en la época, mercadotécnico de Emilio Azcárraga fue haber descubierto un talento cuyas canciones eran populares y haberlo llevado a la radio junto a otros.

Ahí encontramos un fenómeno en donde primero es la oferta, surgida del ambiente cultural popular que llega al medio y el medio lo amplifica y lo ofrece como un elemento de consumo masivo. También tenemos algunos ejemplos de los años siguientes y actuales donde la oferta sí sale del medio y es consumida por el público. Yo creo que es perfectamente posible ambas cosas. Por ejemplo: Los Beatles era un grupo con calidad que tiene una producción musical de determinadas características de calidad que gusta a la gente, primero en Hamburgo, Liverpool, y después pasa ya a los medios y la industria disquera. O bueno, el hip hop varios años después. Pero también hay canciones que uno puede pensar: "¿de dónde surgieron?", por ejemplo, aquella de "Aserejé" de hace como diez años donde me parece que su papá era un músico de flamenco pero ellas no tenían ningún antecedente [profesional], fue un *hit* enorme y luego desaparecieron. Entonces las industrias radiofónica y discográfica sí pueden crear un producto que se distribuya masivamente, como también, puede ser el medio para que el producto surgido de la cultura popular acceda a los medios. Puede ser perfectamente ambos casos.

6. ¿En México existen la censura y la payola radiofónica?

La censura me parece que sí. Por ejemplo, en el caso de los narcocorridos, me parece que se ha ejercido una censura con todas las características. O sea, a partir de hoy, habría que ver también quién la impone, porque podría ser la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión la que prohíbe a sus agremiados, por lo menos de una región del país, difundir cierto tipo de música.

La payola es difícil comprobar o documentar. Hace algún tiempo, en un periódico donde escribo, *Milenio*, una persona llegó y dijo: "yo les doy estos datos sobre

la payola pero no quiero aparecer como fuente". Entonces te preguntas: "¿lo publico o no lo publico?", porque voy a caer en lo mismo de siempre: el rumor. Es muy difícil también que alguien que haya padecido la payola, digamos, un cantante o un grupo que haya tenido cierto nivel de ventas, quiera decirlo. Hay quienes tratan de filtrar la información pero como no quieren aparecer como fuente, entonces no se puede comprobar.

La única vez que recuerdo que alguien había dicho que sí existía la payola, fue un ejecutivo de Universal Music que dijo que sí existía y que Universal se iba a salir de ese mercado. Por lo tanto, ahí se comprobaba que sí existía. Hay muchos que dicen que existe la payola pero no aceptan salir como fuente por el temor de que entonces se las apliquen, de: "no entras porque dijiste que había payola." En lo personal pienso que sí existe, sin embargo es difícil documentar, por lo tanto queda como una hipótesis difícil de comprobar y que para hacerlo habría que documentarla. Pero digamos que es muy probable que sí exista.

7. ¿Qué papel han tenido el rock and roll y el rock en las estaciones de Top 40?

Habría que ver desde cuándo existe el rock and roll. Si nos ubicamos en el segundo lustro de los cincuenta, tenemos a Los Locos del Ritmo. En *YouTube* hay audios de Los Locos del Ritmo apareciendo en *Radio 620* en 1957 en un programa que era sobre rock and roll.

El rock and roll fue muy importante desde el segundo lustro, el último tercio, de la década de los cincuenta. Empiezan a existir estaciones que se van especializando en rock and roll, por ejemplo: *620*, *La Pantera* (que era la estación de la juventud), *Radio Variedades*, pero ahí ya no sólo encontramos rock and roll, sino pop, agrupado en esto que se llamó a go go, que era una lista larga de ritmos desde el jerk hasta el ska con Toño Quirazco. Entonces, en los años sesenta, sí podemos encontrar que lo que se conoce como música juvenil está integrada por rock and roll, pop, a go go.

Digamos que esto que tú planteas de rock y rock and roll es un fenómeno que duraría, yo creo, del 57 al 71 o 72, cuando mucho si hablamos de grupos mexicanos. Sí, porque en *660* salían los grupos de la época: Dug Dugs, Tinta Blanca, Love Army, todos esos *hits*, Bandido, todos esos los tocaban ahí. Realmente era una buena estación. Ahora, el rock y rock and roll en inglés también han tenido presencia, por ejemplo, *Radio Variedades* podía tocar a Los Beatles y Los Rolling Stones pero también a Mayté Gaos y demás. Sí hay estas famosas tres estaciones: *La Pantera*, *Radio Éxitos* y la antigua *Radio Capital* (o la verdadera), que dividían su programación (básicamente *La Pantera* y *Radio Capital*) en canciones de rock en versiones de tres minutos y algunos programas nocturnos, como "Vibraciones" o "Proyección 590" en *La Pantera*, donde se daba cabida al rock como expresión más seria.

Francisco *Abuelo* Domínguez

Teclista y pianista de Los Rebeldes del Rock.
Entrevista realizada el 9 de noviembre de 2010.

1. ¿Qué es el rock?

Para mí, el rock and roll, no la palabra sola de rock, es un movimiento que se dio bajo una necesidad natural. Porque, vamos a decir, cuando comienza el grupo, en este caso, Los Rebeldes del Rock, sobre 1957, nosotros [los jóvenes] no teníamos una plataforma de expresión, nosotros veníamos afectados por la cuestión de los tríos, las grandes orquestas, las grandes bandas; en aquella época era el ritmo del swing, del boogie boogie, la cuestión de la conga, los sones, pero nosotros no teníamos un vocabulario, una manera de expresarnos musicalmente. Entonces, había algunas de las personas jóvenes, chamacos, que sentían esa necesidad, en este caso me voy a tener que referir a Guillermo Américo Tena, en paz descansa. Él tuvo la feliz idea de conformar un grupo juvenil con Toño de la Villa (que posteriormente fue el cantante de Los Locos del Ritmo) inspirados, desde luego, en Elvis Presley. Yo siento que el rock and roll nace aquí en México bajo un fenómeno natural, no es un fenómeno mediático.

2. ¿Qué diferencia hay entre rock y rock and roll?

Para mí, el movimiento del rock and roll comienza en 1957 y fue... 57, 58, 59, en 1960, sale la primera grabación en español a nivel mundial y en suerte nos tocó a Los Rebeldes del Rock, no porque fuéramos los mejores o los medianos, simplemente a nosotros nos tocó de suerte (ya habían grabado los Black Jeans y Los Locos del Ritmo pero estaban enlatados). Total que llega 1960, sale nuestra grabación, se comienzan a destapar los demás grupos, fue, 60, 61, 62, 63... en el 64 comienza a introducirse el movimiento sobre todo europeo con la cuestión de los Beatles. Entonces comienza la cuestión psicodélica, comienza otro movimiento musical en México, pero nosotros [los rocanroleros] fuimos una manifestación juvenil, no fue un movimiento de protesta.

Yo siento que cuando nace el rock, sobre todo con el concierto de Avándaro, las primeras bandas comenzaron una manifestación muy diferente a la nuestra, ellos sí fueron un movimiento de protesta, iban en contra de todo lo establecido; por eso es que se dieron determinadas cosas, cuestiones a las que nosotros no estábamos habituados. Nosotros estábamos muy chamacos, no había cigarrillos, no había licor, no podría decir que no había sexo, pues sexo ha existido desde que existe el mundo, pero en el movimiento rocanrolero no era una dominante ni el alcohol, ni algún otro tipo de vicios, era un ambiente blanco, fresco, como le llamaban en aquella época. A partir de 1964, aproximadamente, ya comenzó a crecer el rock and roll, después vino el twist, después vino el a

go go, y después ya se desprende el movimiento roquero.

Nosotros sembramos la semilla y comenzó un movimiento muy diferente al nuestro ya bajo las necesidades de los jóvenes de aquel momento. Ahí es donde hay la gran diferencia, nosotros fuimos un movimiento juvenil nada más, pero nosotros no estábamos en contra de lo establecido.

Tan es fuerte el movimiento del rocanrol que hasta la fecha persiste y no porque nosotros estemos pagando a los medios, sino porque es una necesidad natural, no es la cuestión mediática. Nosotros vencimos a los medios y los medios nos necesitaban a nosotros.

3. Tanto Los Rebeldes como Los Teen Tops, son los primeros grupos, precisamente en 1960, en incluirse en listas de popularidad a nivel anual con éxitos como "Hiedra venenosa" o "La plaga", ¿cómo era la relación con los medios, sobre todo la radio, en esos años?

Ha sido un movimiento tan fuerte que nosotros llegamos a salir, tengo entendido, en una revista especializada a nivel mundial: *Billboard*. Nosotros llegamos a salir en listas de popularidad. Como te repito, nosotros somos un fenómeno que vencimos a los medios. Siento que el artista está en éxito cuando los medios vienen a ti; cuando tú vas a los medios, entonces eso quiere decir que tú no has vencido a los medios.

Vamos a poner: A nosotros nos invita Jaime Ortiz Pinto, estaba en *Radio Centro*, a que hiciéramos unas presentaciones, diversos grupos que todavía no teníamos grabación ni nada. Estas presentaciones fueron en *Radio Centro* cuando estaba en Artículo 123 #90. Fue tal el éxito que obtuvimos los grupos de rock and roll (entre ellos Los Black Jeans, no recuerdo si participaron Los Teen Tops), era tal la euforia, que en las escalinatas de *Radio Centro*, para llegar al segundo piso, no podías subir porque la chamacada las invadía y, es más, se suspendía el tráfico sobre Artículo 123. Y éramos unos jóvenes, con un grupo que todavía no tenía nombre ni grabaciones, nada. Es más, fue donde conocimos a Johnny Laboriel.

Ahora imagínate cuando grabamos, pues se acrecentó aquello, pero siento que nunca se ha sabido aprovechar el éxito de los grupos rocanroleros. Sin embargo la relación ha sido buena, no tan sólo con la cuestión de la radio, sino con todo el medio, o sea, el impreso o el televisivo.

4. ¿Se puede dividir la historia del rock mexicano en tres eras basados en su relación con los medios: la primera, la de ustedes, antes de Avándaro; después de Avándaro otra; y después una tercera con el movimiento de Rock en Tu Idioma? ¿Para ti es válida esta división?

Sí, sí, sí. Mira, es que hay una calificación que a mí nunca me ha gustado. Te digo porque a mí me han llegado a preguntar roqueros en el sindicato de músicos. En una ocasión un joven me paró y me dice:

– Pero en realidad ustedes los rocanroleros, ¿qué han hecho? En cambio, nosotros tenemos canciones inéditas, lo de ustedes fue puro *cover*–. Y le digo:

– ¿Tú a qué le llamas *cover*? Mira, lo más difícil en el medio es crear un estilo, una personalidad musical. Hay una cuestión; sin surco no se puede echar la semilla, y si no hay semilla no hay todo lo demás. Yo no sé si nuestra semilla fue buena o mala, pero nosotros sembramos. Cuando tú siembres, alguien te estará preguntando lo mismo que tú me estás preguntando a mí.

Entonces, de que hay tres etapas, sí, pero a mí no me interesa que los grupos graben canciones inéditas.

Uno de los compañeros de Café Tacvba, en un programa que tenía [Luis] Carbajo en la *W*, cuestionó lo que ahorita estamos comentado, de que nosotros qué, nosotros [hicimos] puros *covers*. Pues sí, pero si haces *covers* y a los dos o tres años te dicen que ya has vendido dos o tres millones de LPs, oye, pues sigue haciendo *covers*. En esa época de grupos rocanroleros, Los Teen Tops, yo creo de su primer LP, de diez [canciones] fueron diez [éxitos]. Los Rebeldes del Rock, del primero y del segundo [disco], de diez [canciones] fueron diez [éxitos], o sea, las diez piezas que estaban grabadas en el primer LP, todas pegaron y en el segundo LP todas pegaron. Nosotros grabamos nada más cinco LPs y tenemos más o menos como cuarenta y tantos éxitos, o sea que casi todo lo que grabamos, gracias a Dios, fue éxito, como ha sido de los mismos Locos, de los Teen Tops, etcétera.

Entonces sí es cierto que hay tres divisiones, pero que en ocasiones como que se han olvidado que sin semilla no hay árbol y los rocanroleros somos la semilla, se sienten y se revuelquen donde quieran los que siguen. Si no se hubiera dado ese movimiento rocanrolero, posiblemente no hubieran surgido ni los solistas, porque los solistas son un producto del rock and roll y de los grupos rocanroleros.

5. ¿El éxito en medios era algo primordial para de su carrera?

Para nosotros no existía esa meta, nosotros simplemente grabamos, triunfamos. Pero era tal nuestra ignorancia, que nosotros creíamos que todos los que grababan triunfaban. Cuando pasan los años y las décadas te das cuenta que triunfar es muy difícil y máximo en la actualidad.

Tú has escuchado hablar del grupo Menudo y del montón de chamacas [que se aloocaban], pues así nos sucedió a nosotros. Ha sido un fenómeno muy especial, es un ritmo que ha vencido al tiempo y que nosotros mismos hasta la fecha no comprendemos.

Yo creo que ahora lo buscamos [el éxito] más que antes. Créeme que nosotros no nos dábamos cuenta que ya éramos famosos. Llegábamos a veces a presentaciones y veíamos soldados, policía. Las mismas compañías grabadoras pensaban que era un infiernito al que le echaban pólvora y se acabó. Pues sí, nada más que ese infiernito tiene cohetones porque, como te digo, nosotros no hemos vendido miles, nosotros hemos vendido millones de discos.

6. ¿En algún momento, alguien exterior a ustedes se les acercó para recomendarles hacer cierto tipo de música para que tuvieran más dinero, patrocinadores, más presencia en medios, hacer música que fuera exitosa?

No, fíjate que, curiosamente, Los Rebeldes del Rock siempre escogimos nuestro repertorio y es cuando más resultado dio. Cuando comenzó la mano negra se comenzó a desvirtuar el grupo. Hubo un momento en que nosotros grabamos con banda, se oyó muy bien, pero es como el músico de mariachi, si no lo ves vestido de charro no es mariachi. La expresión musical así es, nosotros somos rocanroleros y pretendemos grabar nuevamente y va a ser sobre la línea que nosotros hemos hecho.

Nosotros simplemente pensábamos en grabar y gustar. Como nosotros no batallábamos en el primer momento para meter nuestras canciones [en la radio], llegábamos al extremo que, has de cuenta, a Johnny Laboriel se le mandaba, por decir, a *Radio Mil*, otro se iba a otra radiodifusora, y otros nos íbamos a otra para que en una hora determinada, en los tres lugares, presentáramos el disco para que no hicieran celo. Era para que no dijeran: “Oye, ¿pero por qué allá?, y a mí no”. Pero de si alguien se nos acercó, quizá no veían la necesidad.

Era tal la fuerza del rock and roll en momentos de inicio, de aquel *boom* natural, que en una ocasión el Sr. Francisco Aguirre, dueño y creador de *Radio Centro*, le habla a Ramiro Garza, creador de *Radio Variedades*, y le dice:

–Ramiro, venga para acá. ¿Sabe qué?, sáqueme a los cantantes de tal estilo de la programación.

–Sí señor –a los cuantos días le habla–.

–¿Sabe qué?, sáqueme de la programación ahora tal cosa.

–Pues ya los saqué –bueno, él era el dueño, él era el que mandaba, al tercer día, otra vez le vuelve a hablar–. Óigame Sr. Aguirre, entonces con qué voy a programar –y la respuesta del Sr. Aguirre, en paz descanse–:

—No sé haga, Ramiro, con los puros grupos de rock and roll tiene para llenar su programación.¹

enfáticamente te digo que no, y si alguien de los compañeros te dicen que sí, miente, y si alguien te dice que pedían dinero, miente porque no hubo ninguno de esos dos factores.

7. Hace un momento mencionaste lo de una ‘Mano negra’ que se empezaba a meter, ¿a qué te referías?

Pues cuando los directores artísticos: “Oye y por qué no graban tal pieza, o X, y o Z”, o elementos que nosotros invitábamos a estar en Los Rebeldes del Rock y nos sacaron de estilo, no porque fueran malas sus propuestas, sino porque en realidad, por eso te decía lo del traje de charro, nosotros somos rocanroleros y es como si Los Panchos hubieran grabado chachachá, no. Ya tu traje es como es y san se acabó.

Entonces, Los Rebeldes del Rock siempre hemos sido Los Rebeldes del Rock y siempre lo seguiremos siendo. Es difícil cuando hay elementos nuevos que se adapten a tu lenguaje, a tu expresión musical, pero sólo que la mano negra te comprenda muy bien, le puedes permitir que forme parte, porque si no, es muy peligrosa porque no va a comprender lo que haces.

Nosotros hasta ahora no hemos necesitado mucha aportación exterior, en cuanto a la grabación y todo eso. Ahora bien, los medios nos han echado siempre la mano, la radio, la televisión; lo repito una vez más, dentro de las diez veces que ya lo dije, fuimos un fenómeno, no fue creado, no fue pensado, no dijeron que traigan a Los Rebeldes porque va a ser un trancazo, nos grabaron, sacaron la grabación y a los quince días nosotros ya éramos famosos, no digas al mes, ¡a los quince días! El dinero fue una consecuencia y la fama también.

8. Finalmente, ¿en algún momento, Los Rebeldes del Rock gozaron o padecieron de la payola o la censura?

Ya cuando los cafés cantantes, Uruchurtu y todo eso, eso ya es otro cantar, ahí sí había una represión, pero porque la manifestación ya se comenzaba a dar, ya estamos hablando del 64. Cuando se viene lo de Avándaro y todo eso, ahí sí había droga, pero en el primer momento no. El único que, en el extranjero, nos tiró a los grupos rocanroleros fue Castro Ruz, pero para él no fue por la droga ni por esto o lo otro, sino por ser un movimiento yanqui.

La payola no se acostumbraba en aquellos momentos. Ahora sí desgraciadamente, no sé, desde el ochenta y tantos, noventa y tantos. Pero a nosotros jamás, ni los periodistas, ni la radio nos llegaron a pedir dinero para tocarnos. No sé si las compañías de discos les darían pero, nosotros en lo particular, y hasta la fecha, al contrario, nos dicen: “¿cuándo sacan una novedad?” En aquel momento la payola todavía no era motivo de conversación. Si es de que, censura, no,

¹ Esta experiencia también es contada en Ramiro Garza, *Radio sintonías I*, UANL, México, 2008, 114.

Javier Trejo Garay

Locutor y voz institucional de *FM Globo*.

Entrevista realizada el 9 de enero de 2012.

1. ¿Me puede decir de qué año a qué año estuvo en *FM Globo*?

Bueno, yo estuve de abril de 1988 hasta 1997, fueron nueve años en el grupo, en MVS Radio. La mayor parte del tiempo en *FM Globo*.

2. ¿Hubo un cambio de nombre por ahí, antes de ser *Exa*?

Sí claro, de hecho hubo un intento de cambiar a *Globo 105*, no recuerdo bien la fecha pero habrá sido por 1993 cuando cambió a *Globo 105*. Y obedece también al cambio de director artístico. El director artístico que entró en 1987, duró en esa posición aproximadamente hasta 1992 o 1993 y, con eso, cambiaban algunos aspectos de la programación. Es decir, cada director artístico tiene un formato, tiene una idea, un plan, y dentro de ese plan va ubicando. Interviene mucho el gusto del programador, pero [para programar] también te basas en muchas otras informaciones: desde el *hit parade*, las canciones más tocadas en la radio, incluso en la competencia, y cuáles son los discos más vendidos, también de revistas como el *Billboard* que presentan listas en español, los éxitos. Y entonces, con el cambio de director artístico había un cambio en la programación, aunque no muy dramático o drástico. Pero sí, en alguna ocasión se llegó a cambiar el nombre de *Globo 105* e incluso en esa época yo dejé de ser la voz de *FM Globo*, aunque yo siempre permanecí en la institución. Al poco tiempo, a los seis meses, decidieron regresar al formato anterior porque no estaba funcionando y regresé a mi posición, igual que regresó *FM Globo* como tal.

3. ¿Qué otros locutores, o conductores, y algunas otras personas como programador y gerente estaban en aquella época?

Estaba Alfonso Larriva Ruiz, él era director de programación, no solamente de *FM Globo* en México, sino en toda la República Mexicana (en ese entonces eran 13 emisoras *FM Globo* en todo el país y obviamente la punta de lanza era la de la capital de la República). En aquella época hubo locutores o personalidades en vivo como Martha Aguayo, Martín Achirica, Lorena Ezcurdia, también llegó a estar Rocío Velázquez que ahora está en *La Nueva Amor* de Acir. Por cierto, valdría la pena mencionar que yo llegué en 88, no como voz de *FM Globo*, llegué a programar una de las estaciones hermanas. Ya era locutor pero no era mi principal función, esta era ser programador de *Stereo Rey* y era la segunda voz de *FM Globo*, pero justo en enero de 1989 lamentablemente falleció el que era la voz...

4. ¿Luis Heredia?

Luis Heredia, efectivamente, por un accidente de tráfico. Y, pues bueno, como yo era el que estaba en segundo lugar, me quedé como voz y estuve desde esos meses de enero de 89 hasta el 97.

5. ¿Qué estaciones eran las que ustedes consideraban la competencia de *FM Globo*?

En aquella época, la única que existía de este tipo era *97.7*. De hecho *97.7* entró después, *FM Globo* tenía más tiempo al aire. *97.7* habrá entrado en 88 u 89, y después de esta saldrían otras estaciones: *Estéreo 102*, después cambió a *Vox FM* (actualmente *Los 40 Principales*), *Estelar FM* también era una estación de corte romántico que medio competía con *FM Globo*. Cuando yo llego a la estación, es justo con la explosión de la FM, porque hasta muy poco tiempo antes, las estaciones más exitosas, en cuanto a *rating*, eran emisoras como *Radio Mil*, *Radio Variedades*, que eran las que peleaban el primer lugar de audiencia. Justo en esa etapa viene la explosión de la FM, aparece *97.7* y las que te mencioné. Esas son algunas de las emisoras que recuerdo como competidoras de *FM Globo*.

6. Dentro de los formatos radiofónicos que existen, ¿cómo se autodefinía *FM Globo*?

Básicamente, el slogan era la premisa: "tu música en tu idioma". Englobaba muchas cosas, desde la música pop, el rock en español. Yo diría la forma en la que nos identificábamos era música pop en español para el adulto contemporáneo, no era estrictamente una estación de corte juvenil, era para chavos de 25 a 35 años.

7. ¿Cómo identificar a los estilos musicales?, es decir, ¿cómo saber qué es rock cuando se toca en radio?

Es difícil, sin ser experto en música. Yo te diría que es difícil, porque fácilmente, mejor dicho, había artistas que se autoproclamaban roqueros sin serlo. Ahorita se me viene a la cabeza alguien que se autonombra el "Ángel del rock": Laureana Brizuela, que era una música pop muy suave y era criticado por los roqueros de a de veras. Incluso yo creo que en aquella época, hablar de roqueros era satanizado, era la percepción de la gente. Seguramente identificaban al roquero como alguien contestatario, rebelde, desaliñado; pero con la explosión de rock en los ochenta se empezó a vender fácilmente, se empezó a abaratar y ya cualquiera era roquero. También recuerdo a un grupo que no era estrictamente roquero pero era identificado como *underground*, no tenía gran exposición en

medios de comunicación, pero al momento que cambia su nombre y comienza a tener mucho éxito y a ser señalado por mucha gente: me refiero estrictamente a Maná, antes Sombrero Verde, tenía poca exposición en radio.

Hago un paréntesis, pero creo que vale la pena comentarlo: *FM Globo* en buena medida es responsable del éxito de Maná. La estación presentó a Maná con el tema "Rayando el sol" y no pasó absolutamente nada, se escuchó dos o tres meses. Pero Alfonso Larriva tenía gran fe en el grupo, él pensó que era bastante bueno, y recuerdo que después de dejarla descansar dos o tres meses [a la canción], volvió a la carga con el mismo tema y mágicamente, porque así pasa, a veces es inexplicable, se prendió, fue un exitazo, y bueno, hasta que Maná sigue siendo Maná. De alguna manera *FM Globo* les abrió las puertas. Y seguramente, si se les preguntan a ellos van a coincidir con lo que te estoy diciendo.

Regresando al tema, era un poco difícil identificarlo [al rock] porque se vendía, se abarataba fácilmente el término rock. Recuerdo a grupos como Veni Vidi Vici con "Viviendo de noche" que eran artistas españoles poperos cien por ciento, pero como formaron parte de esa explosión del rock and roll... tú acudes a comprar un disco de lo mejor del rock de los ochenta e invariablemente vas a encontrar a artistas como Veni Vidi Vici o Nacha Pop (quizá Nacha Pop con mayor identificación en el medio roquero), pero vamos, era difícil, porque todo mundo en aquella época era roquero, estaba de moda serlo.

8. ¿Cómo se armaba la programación de canciones? ¿Se usaba el modelo de las cuadretas o cómo era?

No sé si era el que utilizaba Alfonso pero era muy similar a esto: básico como tener cuatro o cinco grupos de canciones. En un grupo ponías a los éxitos más pedidos, ese grupo que a lo mejor el programador lo identificaba (cada programador lo identifica como quiere, pero por ejemplo) como E de éxitos. Ese grupo E tenía cabida para 15 temas, era el que tenía menos canciones pero era el que tenía más repeticiones; una canción del grupo E podía escucharse tres, cuatro o hasta cinco veces a lo largo del día. Después vendría un segundo grupo con las canciones que van de salida, con 20 o 30 y canciones, y tenía una a dos repeticiones. Después un tercer grupo que podía ser identificado como catálogo reciente, se me ocurre por ejemplo, nombrarlo como el grupo C, y en este catálogo podrían aparecer 40 o 50 temas. Y luego un grupo de catálogo mucho más amplio. Básicamente así era, no recuerdo si tenía 4 o 5 grupos *FM Globo*, pero así era como se manejaba. Se podrán imaginar que eran unos papeles, cuadretas como dices tú, que eran una especie de baraja. Vamos a imaginarnos que era una baraja con cartones tipo cartas y en esas ibas barajeando y, para tratar de evitar que se repitiera, se barajeaba para que hubiera cierta armonía, que una canción no se repitiera en menos de dos horas, sino que tuviera por lo menos

tres o cuatro horas de diferencia; porque también existe la idea de que, seguramente ha cambiado, la gente escuchaba la radio por periodos de dos horas, entonces la idea no era repetir antes de dos horas una misma canción.

9. ¿FM Globo armaba sus propias listas de popularidad?

Sí, de hecho teníamos un programa que no recuerdo cómo se llamaba. Era una lista de popularidad los sábados a mediodía con los 20 temas más exitosos. Básicamente era presentar la canción, hablar un poco del artista, de la canción o de éxitos anteriores. Además es muy importante, porque dependiendo de las peticiones de la gente es cómo vas armando tu programación, obviamente una canción que es más solicitada tendrá más repeticiones, por eso era importante tener esta lista del *hit parade* de cada estación.

10. ¿Hubo éxitos de rock mexicano dentro de esas listas de popularidad?

Sí, ahorita recuerdo a Los Clips con aquello de "El final", por ejemplo. Un grupo que ya tenía mucho tiempo en México, ya era conocido pero no tenía tanta exposición, era El Tri que tuvo dos o tres temas que pegaron en la década de los ochenta. Sí había dos o tres grupos mexicanos. Me acuerdo de estos que te estoy mencionando y hasta del grupo Taxi que era más como rockabilly, pero sí había varios grupos. Yo creo que grupos mexicanos nos aprovecharon, que además me parece muy correcto. Por ejemplo, llegaron a vendernos en una etapa madura a artistas como Miguel Ríos, que a pesar de que ya era un artista veterano, tuvo un momento importante en aquella década de los ochenta en México. Pero no era nuevo el rock en español, para nosotros en México ya era conocido de un tiempo atrás. Pero desafortunadamente, yo creo que tiene más que ver con características de tipo social, como en muchas actividades que ocurren en México, generalmente la damos más cabida a lo extranjero que al producto nacional. Entonces, yo creo que cuando le abrimos la puerta al rock español, al argentino, aprovechan muchos grupos mexicanos para sumarse y tener cierta exposición. El mismo Caifanes todavía alcanza a tomar cierta inercia que había del rock en español.

11. ¿La gente pedía rock mexicano o era la estación la que empezaba a programar para ver qué tal funcionaba?

Es un poco las dos cosas. A ti como programador te traen un tema nuevo. Si tú, hoy, me traes una canción nueva de Caifanes la voy a tocar porque es una garantía, es más, sin haber escuchado la canción la puedo poner al aire porque sé que es Caifanes. Cuando Caifanes empieza y comienza a tocar la puerta seguramente no fue sencillo, "¿quién es Caifanes?", entonces hay alguien que se arriesga, porque

lamentablemente existe esta percepción de que un artista que no es conocido probablemente no le va a atraer a la gente, ya que está dada a escuchar lo conocido. Por eso poner o incluir muchas canciones, cantante o grupos nuevos es un riesgo para una estación de radio; riesgo entre comillas, porque debes darle la seguridad a la gente de que va a encontrar lo que ellos quieren escuchar. Me arriesgo con esta canción y si la gente me lo pide, entonces me arriesgo unas veces más, y voy viendo qué es lo que está tocando la competencia, veo las listas de popularidad, este tema está subiendo, ah, entonces es bueno, lo programo más veces. Entonces también tiene que ver con la gente.

Recuerdo (tiene que ver con esa época aunque no es de rock) a fenómenos como el de Mijares, creo que con “Baño de mujeres”, cito el ejemplo porque muchas veces llega a ocurrir que es la gente la que la empieza a pedir, y de repente te sorprendes porque quizá es una canción que tú no tocabas y alguien por ahí la está tocando, quizá en alguna *discoteque*. Es cuando comienza al revés, la gente pide las canciones. Es cuando la gente comienza a pedir las canciones y el medio, la estación de radio, debe reaccionar a esas peticiones, no se puede pelear con el auditorio, recordando que a final de cuentas el cliente es tu auditorio, si la gente no te compra estás perdido.

12. ¿Cómo era la relación con las disqueras?

Fíjate que muy buena. Era en la época en que las disqueras vivían un buen momento, no existía tanta piratería. Surgieron, gracias al rock en español, no sé si nuevos sellos discográficos pero sí nuevas líneas dentro de los sellos, y entonces esto generó, además de más ventas, más posibilidades. Se me ocurre pensar que a lo mejor un sello discográfico como EMI, como Polygram, Sony, tenían cinco promotores para una línea específica: pop en español, pero quizá por ahí, cuando comienza el rock a dividirse como un subgénero, te obliga a tener uno o dos promotores dedicados a eso. Esto generó hasta nuevas fuentes de empleo dentro de las disqueras. Había una buena relación.

13. ¿Podía pasar que la estación no tocara el sencillo enviado por la disquera o siempre se tenía que tocar lo mandado por ella?

Por supuesto que no, pero muchas veces ocurre que si hay un disco nuevo te dicen: “el sencillo que queremos promover es este”, el *track* 2, 3 o 5, es el bueno. No es que los demás sean malos pero es el que quieren promover. Tú, como programador, puedes elegir si lo tomas o no, si tú quieres difundir otro *track*, algo que no le gusta a las disqueras porque empiezas a descuadrarles la programación, lo puedes hacer, sin embargo, también tienes un riesgo: volvemos al ejemplo de hace unos minutos, a lo de la gente que gusta de escuchar una canción. Para las disqueras es muy importante cuadrar una canción, que se escuche

en todas las estaciones del mismo formato, pero si tú tocas una canción que no es la que te está pidiendo la disquera, tienes el riesgo de confundir a la gente, a tu propia gente [público], que no sepa, “¿es la nueva de Luis Miguel?, yo escuché en otro lado tal y estoy escuchando una distinta aquí”. Entonces corres el riesgo de confundir a la gente. Ese tema sí es delicado, sí llegaron a existir varios que dijeron: “yo me la juego con este sencillo aunque no es el que me está pidiendo la disquera”, pero tienes que estar muy seguro de que este es el tema bueno, que va a gustar a la gente, porque si te vas con ese y no pega, corres el riesgo de que acabas confundiendo un poco a la gente, independientemente de lo que generes afuera con la disquera.

14. ¿Existió la censura en *FM Globo*?

Pues no sé. Yo me imaginé que sí. Ah bueno, ahorita te doy un ejemplo. Seguramente que sí aunque no lo recuerdo en particular... recuerdo un caso y ahora lo voy a explicar: No era del rock pero sí es de finales de los ochenta, principios de los noventa. Fue la época en que empezó a tener mucho éxito Cristian Castro con “No podrás”, salió por ahí ese tema y, realmente con muy pocos éxitos en radio, dos o tres, se organizó un concierto en el parque de béisbol de ligas infantiles en Monterrey (recordando que *FM Globo* era una estación de nivel nacional). Yo por ser la voz que identificaba a la estación a nivel nacional iba a muchos eventos en Tampico, Monterrey, León, etcétera. En aquella ocasión, en Monterrey, se presentaba Cristian y resultó que ya que teníamos el estadio lleno, 3 mil personas, no era un estadio muy grande, que nos enteramos que no llegaba Cristian Castro porque estaba enfermo, luego nos enteramos que no estaba enfermo sino que se había quedado en la fiesta en Acapulco o en Puerto Vallarta y decidí que mejor se quedaba con sus cuates disfrutando esos días y no llegó al evento. En aquella época estaba empezando como solista Benny Ibarra, entonces agarramos a Benny como el principal, estuvo más tiempo ahí y la gente lo tomó bien. Pero bueno, esta situación en la cual Cristian quedó mal sí provocó una censura, quedó censurado en todas las estaciones de *FM Globo* durante un buen rato, no recuerdo si fueron dos o tres meses, o medio año, en que fue censurado como respuesta a esta informalidad del artista.

La censura venía más bien en ese sentido, de incumplimientos de algún artista... Llega a ocurrir también, no recuerdo específicamente al artista, que era muy peleado (y sigue siendo muy peleado) estrenar un disco; si tengo el nuevo disco de Luis Miguel, de Gloria Trevi, de Yuri o de Maná, quiero tocarlo primero, si lo hago es una estrellita que me pongo. En esa pelea recuerdo que *FM Globo* estrenó un disco de Luis Miguel, creo fue *Aries*, se estrenó completito, se pudo tener una copia del disco completo y eso generó un gran descontento en las demás estaciones de radio. Recuerdo que 97.7 castigó un rato a Luis Miguel,

aunque con un artista de ese tamaño no te puedes dar ese lujo, pero sí estuvo fuera un tiempo del aire porque *FM Globo* había estrenado el disco antes que ellos.

Por lenguaje, todavía si se escuchaba por ahí alguna grosería, algún “güey”, un “me vale madres”... sigue siendo un poco chocante. Pero al aire no existe una censura como tal, es más como de buen gusto más que de castigar o censurar una canción. Y pasa al final por la misma política de la estación o del programador. Ese tipo de censuras, o de castigos, eran por ese tipo de circunstancias, no tanto por lenguaje.

15. ¿Existió la payola en algún momento?

Sí, claro que sí y seguirá existiendo. Por supuesto. Ahora sí que cuántos y de a cómo.

16. ¿No es un mito entonces?

Claro que no. Por supuesto que existe y yo creo que tuvo también sus mejores momentos hace algunos años, justo en aquella época de los ochenta. Habrá existido gente a la que le fue muy bien. Por cierto, quiero dejar claro que yo era la voz de la estación y no tenía injerencia en decidir qué canciones entraban y cuáles no. Sabía que existía pero nunca me tocó nada. Pero sí existe, claro. Dicen que la payola es como Dios ¿no?, que todo mundo habla de ella pero nadie la ha visto. Existe y se notaba. Recuerdo una canción de Emmanuel, creo fue “La última luna”, no en *FM Globo* pero sí en *Radio Cañón* que todavía existía; el día de la presentación la tocó todo el día. Acababa la canción y la volvían a poner. Por qué se hacía esto, porque había algún interés de por medio, cuando hablo de interés es porque había lana. Cuando había este tipo de situaciones era porque para las disqueras importaba el número de tocaditas, para ver cuál canción era la que estaba en el número uno [de popularidad]. Claro que Emmanuel se vuelve número uno si lo tocas doscientas veces en un día, se va al primer lugar, se convirtió en la canción más tocada. Para la disquera era ponerse una medallota que en la semana de presentación, Emmanuel, en *Radio Cañón* con las

demás estaciones, tuvo doscientas tocaditas en la semana, eso fue un exitazo para la disquera. Seguramente tuvo que haber un compromiso de por medio con el programador de la estación de radio.

Vale la pena ya que estamos en esto, ¿cómo disfrazas la payola? Pues es: me vas a dar una promoción. Yo me comprometo a tocar cuatro veces al día o cinco veces al día una canción pero aparte me vas a dar... no sé, a lo mejor viajes, dame cinco viajes a Acapulco para cinco personas todo pagado un fin de semana. Es una forma de disfrazar la payola porque, entonces, estoy tocando tantas veces a este artista y es porque me están dando una promoción para cinco ganadores a Acapulco.

Eso por un lado, pero por otro te he de decir, si te ofrecen payola por tocar a Luis Miguel y dices: “no me des payola, yo voy a tocarlo porque me gusta, quiero ser honesto”, ¿sabes qué va a pasar?, vas a terminar tocando lo mismo porque no puedes despegarte demasiado de lo que están tocando los demás. O sea, si tú tocas cosas distintas, te vas a distinguir pero es probable que ese segmento de la gente que está acostumbrada a escuchar ciertas cosas, te empiece a dejar porque no es exactamente lo que les gusta.

Yo creo que ahora las estaciones están pasando lo mismo. Si tú cambias de una estación a otra del mismo género, vas a escuchar lo mismo, más o menos los mismos temas; a lo mejor varía en la posición y cuántas tocaditas tienen, pero es casi lo mismo. Yo creo que la diferencia para distinguirse de los demás son los locutores al aire y, lamentablemente, muchos chavos suenan igual a los de las otras estaciones. Las personalidades son las que terminan siendo la diferencia en una estación de radio porque la música prácticamente es la misma.

Eso fue como paréntesis para decirte que la payola sí existe, sigue existiendo aunque sé que las disqueras están muy disminuidas. Habrán cambiado las condiciones porque están en crisis y ya no pueden pagar lo que pagaban.

José Luis Paredes Pacho

Ex baterista de Maldita Vecindad. Actual director de Casa del Lago “Juan José Arreola”.
Entrevistado el 22 de noviembre de 2010.

1. ¿Para ti, qué es, musicalmente, el rock?

Yo creo que estilísticamente, o sonoramente, es muy complicado definirlo. Si acaso podría caracterizarse, pero involucrando distintas variables, no sólo musicales, sonoras. Ya hay muchas cualidades musicales que podrían ser completamente disimiles entre sí: el reggae con el rock progresivo, musicalmente tienen muy poco que ver; el funk y el hip hop, incluso la música electrónica, que en un momento dado se define como antípoda del rock dentro de la cultura juvenil o la cultura pop juvenil (pop en el sentido gringo, anglosajón, no en el sentido mexicano que ya sabes que aquí pop es Thalía y Yuri, mientras allá es todo,) podría ser considerada por algunos estudios casi como rock, parte de la cultura pop. Si es que tú puedes homologar el rock con lo pop, creo que es más amplio el de pop.

Entonces, musicalmente el rock involucra muchos estilos distintos y es difícil definirlo. O sea, el rock progresivo se toca en métricas distintas al 4/4, pero hay críticos o cronistas que se refieren a la música de 4/4, pues no solamente, aunque sí predomina. Cuando involucras el rock mestizo que involucran grupos tipo Mano Negra, o Maldita Vecindad en México, pues la multireferencialidad sonora es planetaria, entonces también es muy difícil. Tiene que ver también con una base de instrumentos: bajo, guitarra, batería, aunque a veces se usan secuencias, Café Tacvba comenzó sin baterista, pero también hay veces que la guitarra no predomina, el bajo eléctrico podría ser, pero también hay grupos de rockabilly que utilizan tololoche. Entonces, digamos, que la respuesta sería de mi parte: afirmar que es ocioso tratar de definirlo genéricamente en términos sonoros o musicales o estilísticos.

2. ¿La radio comercial tenido ha importancia en la historia del rock mexicano?

En distintos momentos históricos sí, digamos que en la primera época de los años cincuenta, principio de los sesenta, cumplió un papel la radio comercial para impulsar esa generación de grupos de rock que hacían covers con letras en español traducidas y que, posteriormente, se desmiembran, entre otras, cosas bajo la presión de las disqueras para lanzar a los cantantes como solistas: Enrique Guzmán, etcétera, César Costa. Era una época en que estos artistas tenían la importancia de estar en la radio.

Posteriormente no. Ahora, estás diciendo radio comercial, habría que hablar también de la radio institucional: *Radio Educación* y *Radio UNAM* fueron importantes en los setenta. Recuerdo que dentro de la

radio comercial existía un programa de radio llamado “Vibraciones”, creo que era en *La Pantera*. Y fueron muy importantes como posibilidad de escuchar a los grupos como Pink Floyd, la hora de los Creedence, los Beatles, Traffic, mucha psicodelia, mucho progresivo en ese entonces, hasta donde recuerdo Yes, Emerson Lake and Palmer, King Crimson. Entonces sí fueron importantes para esa época, ese momento. Después vuelven a apagarse. En su momento, *Rock 101* fue bastante importante aunque también bastante limitado, pero visto retrospectivamente, porque en su momento fue una gran ventana; aunque promovió un porcentaje menor del 15%, 10% o 1% de grupos mexicanos, en realidad su programación era importante porque se abrió a corrientes extranjeras, desde el new wave hasta el reggae que no se escuchaba en la radio mexicana. De los grupos mexicanos, pues los grupos del sello Comrock: Kenny and The Electrics, Ritmo Peligroso, El Tri (que El Tri es un grupo muy importante como contraste porque, justamente, su carrera está hecha sin la radio, fue hasta que graba con Comrock “Triste canción de amor”, con el [disco] *Simplemente*, que otros sectores fuera del barrio bajo lo escuchan). Y luego de *Rock 101* viene *Radioactivo* que, creo yo, en ese momento fue muy importante. Hoy en día, la radio institucional *Reactor*. Y bueno, ahorita hay un plus que viene a ser la radio de la [Universidad] Ibero, que habría que ser un análisis especial porque es diferente de una radio universitaria mexicana, es más parecida al *collage* radio estadounidense, aunque tampoco, porque también es muy vertical su programación, lo digo sin criticarlo, sino objetivamente.

3. ¿Tú crees en la división en tres eras de la historia del rock mexicano: una antes de Avándaro, otra después de Avándaro, y una después de Comrock y Rock en Tu Idioma?

No. A ver, la historia la puedes periodizar como quieras pero en función de lo que quieras narrar. La historia es una narrativa, entonces, lo que acabas de decir, ¿quién y por qué lo está haciendo así? Es muy simplista porque antes de Avándaro se difundía cierto rock, que además para 71 era ya el rock hegemónico de los solistas, que vienen de grupos formados auténticamente por la propia escena roquera: Los Teen Tops, etcétera, que también usufructuaron la radio, pero como dije hace rato, se desmiembra y acaban siendo los solistas. O sea, los grupos fraccionados por las disqueras y la televisión entran a la radio, pero ya para el 71 había otra generación que era la psicodelia, influidos más por la psicodelia que por el rock and roll,

que eran considerados en México como los grupos de la onda chicana, porque cantaban en inglés la mayoría, porque eran del norte del país: Javier Bátiz podría ser uno de ellos, los Dug Dug's otros, y que tocaban otro tipo de música que era más cercana a la psicodelia y no eran representados en la radio, al contrario. Entonces, estás periodizando segmentos de la historia que eran mucho más complejos y contradictorios en esa gama temporal, y tú lo estás simplificando y dando una visión errónea.

Radiofónicamente, la parte emblemática de Avándaro, si estás pensando desde la historia de la radio, es cuando no recuerdo quién grita: "Chingue a su madre el que no cante", y del chingue a su madre, *ipup!*, se corta en ese momento la frecuencia y simbólicamente marca el cierre de las frecuencias radiofónicas para el rock en el país. Sí hay un momento casi oscuro salvo estos programas [que comentaba]. Que también habría que hacer un estudio más profundo de qué probable peso tuvieron los programas marginales o de nicho como "El lado oscuro de la luna" y todos estos programas de radioemisoras cultas, qué tanta repercusión tuvieron a nivel del imaginario nacional, a nivel, por lo pronto, chilango; y a nivel de radiodifusoras roqueras, porque pensar que *Radio UNAM*, a lo mejor hoy los roqueros no la escuchan, pero en ese entonces todos estábamos pegados escuchando ese programa y de ahí se permeaba la información a las demás clases sociales, si tú quieres, no universitarias. Sí hubo programas importantes, pero de que queríamos más, queríamos más.

Comrock no representa demasiado para mí históricamente, fueron pocos los grupos que grabaron, fueron importantes de principios de los ochenta mas había una escena mucho más grande. A inicios de los noventa se hablaba de cinco grupos: Café Tacvba, Maldita Vecindad, Amantes de Lola, Neón, Caifanes, Bon y Los Enemigos del Silencio, algo así, cinco grupos... cuando mucho diez de la escena nacional. Los grupos que en ese entonces íbamos a tocar a otras ciudades nos dábamos cuenta que había una escena nacional de rock invisible porque se llenaba [donde tocábamos] y se acercaban los chavitos a darte su *cassette*, su grabación casera.

Segmentar así la historia es creer que lo que se dio a través de la radio en esos momentos era el todo, cuando era la gran minoría. Hay que contrastarlo en cuanto a darle el peso de la importancia histórica de esos momentos, que la tuvo, al generar consensos al unificar escenas y sectores, al ser referente nacional. Otro momento importante, que no es radiofónico, es el Tianguis del Chopo que, a pesar de ser chilango, fue un referente para todo el país. Ahí se distribuía mucha información roquera que no se ventilaba en ninguna radio, o se ventilaba por estas radiodifusoras [las culturales] de manera muy parcial, mínima. Los medios de comunicación, la radio, es muy poderosa dentro del rock pero hay que relativizarlo.

Otro problema que veo en esa periodización es: ¿por qué hoy en día no hay ninguna radio comercial de rock? No es necesariamente una razón de ventas, es porque a los grupos empresariales les representa más, en términos de poder político, tener un lugar de opinión que un lugar donde vendan discos. Creo yo. Aunque no hay una estación comercial de rock, este vende más que nunca, llena [foros], vaya, llenarte el Foro Sol. Caifanes, creo, que fue el primer grupo [de rock] que llenó el Auditorio, en fin, ya todo el mundo sabe que el rock vende. Pero fue muy importante poder quitar la telaraña que había de que el rock no vendía. Entonces, ¿qué está pasando con la radio?, por qué no hay una radio de rock mexicana... aunque sí hay una radio institucional y una radio universitaria que son los referentes ahora de la escena roquera nacional, o bueno, chilanga.

4. En tu experiencia con Maldita Vecindad, en los años cuando empezaban, ¿era accesible entrar a la radio comercial?

No. Cuando sale nuestro primer disco, creo que es en el 87 u 88, apenas empezaba a haber presión de las disqueras para que la radio comercial lo transmitiera. Pero nuestro nombre era censurado, "Morenaza", que fue el primer sencillo, no gustó porque tenía una letra basada en los albuques que se le dicen a la mujer. En ese mismo momento, en las mismas emisoras comerciales, estaba pasando "Mi cucu" de La Sonora Dinamita y ese no era censurado, pero estos sí porque eran rock, entonces fue un proceso más lento.

Yo marcaría más como un momento radiofónico muy importante cuando Caifanes graba "La negra Tomasa" porque es una guaracha cubana llevada al ritmo de la cumbia mexicana que es distinta a la cumbia colombiana, sin lo sincopado, grabada por un grupo de rock cercano al pop o new wave. Entonces esta tríada es interesante porque de pronto permitió que fuera un éxito masivo gracias a la radio. Que también, por radio comercial, hay que ver qué mercado cubre porque las estaciones de rock te pueden meter cosas que estilísticamente no son rock... Los Fabulosos Cadillacs con Celia Cruz, por algo son rock ¿me explico?, estilísticamente a lo mejor no, pero por algo es rock. Las demás estaciones tenían su corte muy claro de ranchero, nortño, grupero (en ese entonces se le llamaba a lo tropical chunchaca), adulto contemporáneo, etcétera. Lo que logró "La negra Tomasa" es que se trasminara como cumbia mexicana. Entonces, puede tocarse en todas las estaciones, sin importar que lo hubiera compuesto un grupo roquero, a tal grado que cuando los Caifanes tocaban la gente iba y esperaba un repertorio lleno de cumbia y no, mucha gente se sacaba de onda porque era una hora de concierto y "La negra Tomasa" el final.

Eso fue radiofónicamente importante porque legitimó ante el público convencional y la radio convencional la calidad y posibilidad de masificar una propuesta musical de un grupo de rock mexicano que

siempre fue ninguneado, hasta por la izquierda. Hasta en el 68, los estudiantes del 68 no escuchaban rock mexicano, oían a Bob Dylan y Joan Baez, el rock mexicano era el de nacos y gente penetrada ideológicamente por el imperialismo yanqui, entonces no debían oír rock. Lo que logra Caifanes con “La negra Tomasa” es volver legítimo algo que ya parece absurdo decirlo, ante los sectores más convencionales de la industria musical y de la opinión pública y periodística, la posibilidad de que fuere un éxito de ventas. Por un lado, una canción tocada por un grupo de rock mexicano y a su vez tuviera calidad, sin perder la legitimidad dentro de la propia escena roquera; que sí le pasó a Botellita de Jerez cuando quiso tocar cumbia, perdió legitimidad dentro de la escena roquera y a parte no vendió, no tuvo efectos de mercado. Habría que investigarlo pero sí es un hecho. Por eso fue importante “La negra Tomasa”.

5. Siguiendo con Maldita Vecindad, ¿había alguien exterior a ustedes que los recomendara a hacer música radiable?

No, jamás.

6. ¿Y entre ustedes mismos en el momento de componer nunca pensaban “esto va a ser un éxito”?

No. Con Gustavo Santaolalla, que fue el productor de los dos primeros discos, las discusiones eran otras y, muy probablemente, había versiones que a lo mejor eran más accesibles al oído, pero nunca fue ese el

criterio. La labor del productor es limpiar las ideas y así era la discusión con nosotros. Por otro lado, las disqueras, en ese entonces, lanzaban los sencillos que grababan, hacían la versión para radio. Por ejemplo, “Mojado” fue un sencillo [extraído] de una versión muy larga, “La negra Tomasa” tiene una versión larga y la disquera simplemente editaba la canción para tener una versión para radio, mientras que la radio por las exigencias de tiempo, aire y ventas pasaba la versión corta en rotación; eventualmente en esa misma radiodifusora había programas especiales que anunciaban la versión larga, la versión original, pero no. Tener de que intervinieran [agentes externos] como en fue el caso de los grupos de los cincuenta, que eran grupos muy producidos por las disqueras, se decidía todo en función del formato radiofónico y de la venta del disco, no.

7. Finalmente, dentro de la programación de radio hay dos elementos que pueden estar presentes: censura y payola ¿en algún momento Maldita Vecindad se enfrentó a alguna de estas dos?

Pues de la censura te digo que en algunas radiodifusoras, lamentablemente no tengo su nombre, no decían Maldita Vecindad sino La Vecindad, pero fue censura de la radio, no de nosotros, ni de la disquera. Y payola tampoco, nosotros evidentemente ni teníamos los recursos para ejercerla. Yo creo que fue más bien producto de esa apertura que hubo momentánea hacía el rock con todos los elementos que te estoy relatando.

Luis de Llano

Organizador del Festival de Rock y Ruedas de Avándaro. Productor de televisión.

Entrevista realizada para el documental *Avándaro: Rock sin ruedas* (aún sin editar) el miércoles 10 de agosto de 2011. La transcripción fue reducida sólo a las partes relevantes para el presente trabajo.

1. ¿Qué le dejó Avándaro a la industria musical actual en cuanto a realización de festivales?

Si es a la discográfica no le dejó nada. Si es cuestión social, sí nos dejó mucho, porque de alguna forma copiamos formatos o modas. Yo creo que Avándaro deja esa identidad propia de que sí se pudo hacer en México un festival de rock; todos soñábamos con tenerlo. Veíamos que estaba Woodstock, Monterey, Isle of Wight, muchos festivales internacionales, pero de repente que se pudiera haber dado aquí y haber sorprendido a tanta gente. La verdad sorprendió a muchos, nunca esperaron que tanta gente asistiera, que las cosas se dieran así de increíbles.

En la música, había muchos grupos que hacían música original pero había muchos que hacían *covers* todavía. Los ritmos eran muy funky, más pesadones; otros como Three Souls in My Mind eran muy elocuentes en su música; Ricardo Ochoa y su grupo [Peace and Love] eran los que más incitaban a las cosas. Hubo de todo, 10, 12, bandas que tocaron desde el viernes.

2. ¿México puede tener otro Avándaro? Un festival de tal magnitud y en el que de nuevo no pase nada, que no haya saldo rojo.

Ha habido intentos paralelos. Lo de Vive Latino que lo organizan muy bien pero los conciertos masivos no tienen el espíritu de entonces porque es un sistema comercial que los promueve. Algunas veces se ha logrado, hay varios intentos de festivales que se están haciendo ahorita, pero ese festival libre en el que vas al campo con tu chava, con tu *bag pack*, a la aventura de un lugar en el que tienes que caminar, no es lo mismo, aquello era un momento de jipismo, de libertad, de actitud de valemadrismo a muchas cosas, de rebelarte, creo que la sociedad ha cambiado mucho, los chavos han cambiado mucho. Ahora los canales de vídeos nos han acercado cosas que antes no veíamos, [nosotros] siempre estábamos soñando a las grandes bandas que luego comenzaron a llegar, a educar a la gente para el comportamiento dentro de un concierto. Soñábamos que estábamos en Woodstock o esos festivales, de repente se volvió realidad y nos dejó una herencia única.

Yo no creo que sea fácil repetirlo porque no vivimos ese clima. Cada vez somos más, hay más inseguridad, una actitud diferente. Hay muchas drogas nuevas que afectan a la gente. En aquella época se fumaban unos churros, se metían unas pastas y hasta ahí llegaba el asunto. Unos se cruzaban, otros no;

ahora ve a los raves, son 200 mil y no sabes qué se metieron y qué va a pasar con ellos. De Avándaro siempre recuerdo que hubo 112 registros de accidentes porque se cortaron, se lastimaron, se insolaron o se pasonearon, pero así de decir que estuvo crítico, que violaron 4 mujeres o se pelearon, nada. Ese fue el fenómeno, de un pueblo tan vibrante y con tantas tensiones, convivieron en sana paz.

3. ¿Cuáles son las semejanzas y diferencias de festivales como Avándaro y los actuales como Vive Latino?

Bueno, Vive Latino es un festival controlado, bien organizado, con tecnología de punta de lanza. En otros festivales de esa época no había esa tecnología ni esa organización, no lo puedes comparar con festivales gringos o ingleses, es otro mundo. Digo, la misma calidad de la música no estaba en ese momento, en México, tan evolucionada, había grupos reconocidos pero muy básicos, no había un monstruo como Led Zeppelin.

Yo creo que nos sorprendimos nosotros mismos de lo que estaba pasando y, desafortunadamente, invitamos a toda la prensa de espectáculos pero no invitamos a la prensa de primera sección y nota roja, las cuales se dedicaron a destruir y hacer encabezados de: "Festival de sexo, orgía de drogas". Llegamos [al DF] y ya nos iban a meter al bote a todos porque cómo se nos había ocurrido hacer eso.

4. ¿Cómo se tomó la decisión de grabar el festival?

La historia viene de que nosotros hacíamos un programa con Jacobo Zabudowsky que se llamaba "La Onda de Woodstock", se pasaba todos los domingos de 9 a 11 de la mañana. Fue el primer programa de vídeos. El Lic. Zabudowsky era nuestro locutor y nosotros metíamos videoclips, metíamos reportajes, hablábamos de ecología; el programa tenía bastante aceptación. Luego surgió una propuesta de unos amigos: del Negro López Negrete, que en paz descanse, y Justino Compeán y otros más que desafortunadamente ya no están con nosotros, de que a la carrera de coches le hiciéramos un festival de música. Que ellos [los automovilistas] hicieran su carrera y que lleváramos unos grupos musicales para cambiar el concepto, que se esperaba una afluencia de 4 o 5 mil personas a lo mucho.

Lo echamos a andar, hicimos todo: "vamos a hacer el festival de rock". Conseguimos de alguna forma una estructura que se podía hacer, llamamos a

Armando Molina para conseguir a los grupos, echamos a andar el arte gráfico (que siguen siendo unos posters maravillosos que todavía están por ahí). Cuando se da el festival nunca esperamos que fuera a crear esa cosa tan grande: la promoción, la necesidad, la radio, había una estación de radio que salió con nosotros a promoverlo.¹ Al principio se cobraban 15 pesos y creo que al rato ya no cobraban, llegó tanta gente que las taquillas no fueron suficientes; no había suficientes baños, se empezó a volver una especie de campo de concentración *peace and love* y la gente comenzó a convivir y compartir las cosas.

Y luego vino una bronca de satanizar al rock y prohibir, de alguna forma, concentraciones de jóvenes de más de 200 personas, hasta que poco a poco, la gente comenzó a comportarse. Porque hubo algunos conciertos después que fueron un poco más complicados, pero creo que la gente evolucionó y se fue preparando y educando a esto. Entonces, ojalá un día en los libros de texto aparecieran menciones de Avándaro y de las cosas que sucedieron ahí.

5. ¿Cómo estaba conformado el equipo técnico y humano de grabación?

Teníamos la unidad crucero de Telesistema Mexicano, era un camionsote con el que hacían fútbol y todo. Se instaló, planeamos unas posiciones; a mi compadre [Carlos] Alazraki lo pusimos a dirigir cámaras. Bob Orange, Eduardo Davis *El Coaster* y yo éramos los que estábamos organizando ahí las cosas. Teníamos unas torres para iluminación y otras para sonido que nos tenían a todos aterrados porque la gente se movía como moscas y nos pasábamos la mitad del tiempo: “¡bájense de las torres!, por favor”, fue un milagro que no se cayera una y que no apachurraran a 30 que estaban ahí porque no se bajaban.

La raza nunca perdió el control, pero tampoco hubo control. Se rumoraba que había ejército en las montañas esperando que algo pasara para llegar; nunca fue probado nada de eso. Seguridad, la seguridad era entre nosotros mismos, el comportamiento fue mutuo, de gente a gente, no había grupo Lobo o esas cosas, todo fue muy improvisado pero sobrevivió. ¿A qué hora pasó todo?, ¿a qué hora terminó?, yo no sé, fui a dar una vuelta por ahí y era como la tercera guerra mundial.

6. ¿Después de Avándaro cuál fue su futuro profesional?

Pues yo ya estaba en esa época como productor y director de televisión. Sí me quedé mucho con esa experiencia y me motivó a seguir haciendo esfuerzos por la música. Tuve un programa que se llamaba “Alta tensión” que tenía grupos de rock, luego lo hice en canal 13. Después empecé con Marco Flavio Cruz a desarrollar programas como “Rock en concierto”,

“Sábados de rock”, comenzamos a hacer programas de rock en esa época cuando no había apoyo en la radio.

Cuando comenzó todo el mito de Rock en Tu Idioma, aprovechamos que comenzaron a venir grupos y empezamos a grabar a todos los invasores [grupos extranjeros], y a los grupos mexicanos tratábamos de meterlos cuando empezaban. Me acuerdo del primer concierto de Miguel Ríos en el Foro, o el de Sting en el Hotel de México, Santana en León, te voy platicando la experiencia de grupos de lo que pasó después.

Fue muy difícil porque no había un apoyo como ahora cuando ves que se están haciendo series como “México Suená”. Las disqueras no promovían el rock en español hasta que llegan los ochenta y los invasores. Después se acabaron los programas musicales, en 2009 o 2010 ya no tenías los programas musicales que tenías antes y es bien difícil que el grupo tenga la pantalla que tenía antes.

7. ¿Volvió a organizar festivales de música después de Avándaro?

No, lo que hice fueron conciertos en Acapulco para el Aca Fest donde teníamos un área para rock. Hicimos otros conciertos muy controlados en el Estadio Azteca, en el Auditorio [Nacional], en el Foro Sol, pero más que nada en la televisión, no eran eventos abiertos al público.

8. Jaime Almeida comenta de uno llamado Rock y Rejas en el Palacio de Lecumberri.

Bueno, es que hacíamos “Alta tensión” y unos amigos nuestros fueron apañados y estaban guardados en Lecumberri. Entonces fuimos a tratar de ayudarlos y le pedimos permiso al director del penal para hacer un festival de música de rock para los presos. Nos lo autorizaron, llevamos varios grupos y luego vimos que todo el material se había filmado mal. Entonces agarré, le di un proceso electrónico y un acabado *underground* de colores, hicimos una o dos cápsulas de Rock y Rejas en Lecumberri. Le pusimos música y entrevistas. Acabó siendo muy interesante porque lo reciclamos tanto en “Alta tensión” como en un programa llamado “Videocosmos” en el que metíamos un segmento llamado Rockumental, ahí entraban Avándaro, Rock y Rejas, reportajes de grupos y todo eso.

¹ *Radio Juventud*, 660 AM.

Ramiro Garza

Locutor de *Radio Tárnava*, *XEFB*, *XET* (Monterrey) y *Radio 620* (Distrito Federal). Programador y director de *Radio Variedades*, *FM Globo* y *Stereo 102*. Actualmente es director de Grupo Radorama. Ex columnista de *El Diario* (Monterrey), *El Universal* y *Novedades* (DF).

Entrevista realizada el 23 de junio de 2011.

1. ¿Cómo se da la división entre los públicos de aquella *gran radio* como la *W* o la *B*, para centrarse en los jóvenes, como pasó con *Radio Variedades* o *620*?

Pues mira, fue una especie de insistencia de mi parte en *Radio Variedades* por descubrir que había dos tipos de auditorios que no había trabajado la radio. La *W* la explotaban para el adulto, el serio, el novelero y el popular gringo... pues para el *snob*, el chamaco adolescente, medio extranjerizante. El otro tipo era el tropical o el rancharo para la raspa. Yo decía: "hay dos tipos de gente que no ha sido tomada en cuenta por la radio: la mujer y el niño (los jóvenes)". Fue sensacional, porque en el momento en que empezamos a trabajar los niños, todo el mundo dijo: "fuera de *Cri Cri* no hay nada", y yo decía que había todo, nada más que había que descubrirlo. En el campo de la música popular, fuera de Jorge Negrete o Pedro Infante, ¿qué haces?, y yo decía que había mucho pero que había que descubrirlo.

Empezamos lo que yo llamo, muy a mi manera, la cultura musical diapasónica, o sea, la cultura que se da cuando tú tocas algo que te gusta y crees que los demás más van a vibrar con ello; como el diapasón, afinas en Si o en Do y todas las cuerdas de una comunidad de instrumentos empiezan a vibrar, el auditorio es lo mismo. Cuando tú, como programador, descubres que hay cosas valiosas, popularmente hablando, pero que la gente puede repetir y disfrutar, insistes en ello y les presentas el formato original, te hace un cultivo, porque la cultura no es más que un cultivo... un cultivo de gusto nuevo. Mi gusto nuevo fue ese, descubrir en lo popular lo valioso, lo que podía tener talento.

Cuando *Radio Variedades* se montó en el *rating* arriba de *W* todo el mundo se preocupó y: "a copiar a *Radio Variedades*, a acabarla". A mí no me preocupaba porque sabía muy bien que haciendo un buen trabajo siempre tendrás público; correcto que haya cinco copias de *Radio Variedades*, con diferentes nombres, que *Radio Felicidad*, que Radio quién sabe qué, pero si *Radio Variedades* seguía siendo la mejor, el público se quedaría con ella.

Entonces, la brújula cambió hacia la juventud y de pilón hacia la niñez, porque yo no me conformé con cultivar al joven, me obsesioné por descubrir al niño. Vamos a salirnos de *Cri Cri*. Yo tuve un invento, le puse "Disco Novela". Era "Cuentolandia", con cuentos irónicamente desfigurados pero con pedacitos de canciones: "Torzón, el hombre imán" y el aullido. Hicimos como quince, nos fusilamos o cotorreamos

hasta las novelas de *W*. Había puros desfiguros irónicos de las rutinas y mediocridades de la radio pomposa y decente.

2. ¿Cómo se incorporó el rock and roll a la programación de las estaciones de radio, en especial el caso de *Radio Variedades*?

Resulta que el terreno de los tríos y las primeras baladas empezó a multiplicarse tanto que pensé: "¿qué otra cosa inventamos?". Empezamos a descubrir que había un tipo de música americana que coincidía en ritmo y sensibilidad con mucha gente de clase media. Así nació la balada y el rock que dieron origen a la música de rock progresivo del futuro y a la música que divirtió a los adultos y jóvenes que empezaban a disfrutar de la música. Te pongo un ejemplo: "Cuando calienta el sol" de Los Rigual. Es una cancioncita cualquiera (creo que ya murieron Los Rigual, estaban loquísimos los tres), pero a Mario *El Pitufito* le dije: "Vamos a hacer un experimento, ¿por qué no le metes trópico a la balada y al bolero, por qué no lo tropicalizas y de ahí trata de hacer una balada que suene a tropical y al mismo tiempo a bolero". Empezaron a buscar y encontraron que "Calienta el sol" fue el primer trancazo.

Y empezamos a encontrar cosas como a los muchachos que comenzaban a cantar [rock and roll]. Un día me enteré que había un grupo de rock que tenía mucho éxito en las tardeadas, eran Los Teen Tops, y que había un muchacho muy guapillo, muy simpático, que cantaba y que de repente se aventaba sus solos: Enrique Guzmán.

Y entonces me encontré con Chucho Hinojosa que marcaba la parte tropical de las ideas. Él y yo diseñamos "La boa", es una canción cubana. Trajo Carlos Rico "La boa" pero se llamaba "Muñeco de alambre", y Chucho Hinojosa, que empezaba a grabar cosas de rock, me dijo:

—Ramiro, esto es un madrazo en la radio, ¿cómo le hacemos para adaptarlo a la juventud?, porque "Muñeco de alambre"... nos van a mandar a la fregada. —Le dije—:

—Invéntate un albur, ¡qué sé yo! Que se lo imagine la gente... "La boa".

—¿Cómo que "La boa"?

—"Este es el ritmo de la boa y el que no lo baile, ya sabe, ya sabe."

—Acabo de encontrar un grupo tropical —dice Chucho—, de La Barra de Santa Ana de

Tabasco. Pero “Los Tabasqueños” no suena [como nombre].

–Pues ponle La Santanera, el grupo se va a llamar La Santanera, y ellos [los músicos] Los Santaneros. [Fue] otro trancazo para *Radio Variedades*.

Eso fue un enlace de la música melódica rítmica a la música contemporánea y naciente. Fue una cosa que mucha gente no se explicó cómo [sucedió], pero el mismo público fue dando todo.

Me encuentro un día en Los Ángeles a Juan García Esquivel, que para mí era un gran músico:

–Ramiro, ¿cómo estás? Oye, desgraciado, sé que estás tocando mis discos en una estacioncilla tuya que tú manejas que se llama *Radio Variedades*.

–Sí, estoy tocando “Serenata para metales” – tenía como cuatro canciones de García Esquivel originales, con su orquesta y todo–.

–¿Cómo agradecerte?

–Aguántame un mes y si no me mientas la madre me felicita –agarré un disco de García Esquivel y el final tenía un remate muy bonito, dije yo–: aquí está: “Música para todos en JP” –con el orquestón de García Esquivel. Todo mundo dijo–:

–¿De dónde sacaste ese *jingle*?

–Nada, mis conocimientos –la segunda vez que fui a Los Ángeles me buscó Juan García Esquivel–.

–¡Óyeme, jijo de la chingada! Ven pa’cá, te voy a agarrar a madrazos. Me pasé cinco días grabando esa canción con un estudio con el canal izquierdo, otro estudio con el canal derecho, y tú le pones ahí [letra] con Las Hermanitas Jiménez –Y yo–:

–Ahora te conocen, antes ni te pelaban –y él dice–:

–Bueno, eso sí.

–Aguántate. Yo te dije que si no me mentabas la madre me tenías que felicitar – de aquí en adelante, García Esquivel fue punta de lanza de muchas cosas–.

3. El caso de Los Teen Tops, Los Rebeldes del Rock, ¿cómo es cuando comienzan a sonar, cómo los recibe el público?

El público lo recibió muy bien porque no había música para muchachos... había música, de hecho 620 era “La emisora de la juventud”, pero era [para] una juventud que a lo más que llegaba era a Ray Anthony y a todos estos. En el momento en que entramos en *Radio Variedades* con música de grupos como Los Teen Tops, Los Rebeldes del Rock... ¡ah!, pero antes arrancó [el rock] con una locura cubana de Los Llopis, Los Hermanos Llopis. Un día me lleva Antonio Raso, un traficante de discos, un LP de Los 5 Latinos y me dice:

“Este es el madrazo en La Habana”. Lo oigo y: “A ver si lo programamos después.” Pero luego llegó un momento en que los pocos discos que había como baladas rítmicas se agotaron, entonces yo les dije a Los Teen Tops:

–Hay que hacer algo. Fusíense lo que puedan en español y a darle... se llamarán *covers*, son piratajes... total.

–Pero nos van a demandar.

–No pasa nada, como no los vamos a vender nosotros, no nos hacen nada. Nosotros los damos a conocer. Pero el hecho de que tú transmitas un robón ¿quiere decir que participaste en él? Ustedes se robaron esto y lo otro y lo toco yo, a la gente le gusta y ellos [el público] van a declararlos inocentes –y así pasó–.

Fueron los *covers* los que se metieron en el corazón de la gente, la música gringa. Claro, hubo muchas cosas acertadas y otras desafortunadas. El principal promotor, que era Bill Halley con “El compás del reloj”, provocó que Las Hermanitas... Montoya, ah no, Olga Ríos¹ grabara “El relojito” como rock y eso se disparó también [como éxito]. Las demás marcas, como Peerles, comenzaron a traerse grupos de Tijuana que también hacían locuras fronterizas y comenzaron a meter el rockailable para las tardeadas. De ahí ya evolucionó. La llegada de Chuck Anderson fue maravillosa porque hizo del rocanrol adolescente algo sinfónico. Los arreglos de “100 kilos de barro” son maravillosos.

4. ¿Cómo se daba la relación con las disqueras ya fuera desde Orfeón hasta CBS?

Muy sencillo. Las disqueras se interesaban mucho porque tenían un mercado nuevo: el muchacho. Antes eran los niños o los adultos, ahora eran los muchachos. Yo acudí a las fábricas, a la CBS, a la Orfeón; me hice gran amigo de Rogerio Azcárraga y le pedía promoción, o sea: “Regálame 100 discos de Bill Halley. Vamos a hacer promoción toda la semana: ‘La semana de Bill Halley’ o ‘La semana del rock.’” Con la CBS: “La gran semana de Los Teen Tops”, “La semana de Enrique Guzmán”. Creábamos al ídolo, inventábamos, los improvisábamos, pero a veces atinábamos con ese fenómeno que te digo que es el diapasón, porque esperaba la gente oír cosas como ellas pero nadie se las enseñaba.

5. ¿Cómo escoger quién va a ser el ídolo y quién no lo podía ser?

Por un instrumento netamente nacional: el orejómetro. Había el radiómetro y yo inventé el orejómetro. No hay universidad que te diga qué

¹ Gloria Ríos es el nombre de la mexicana que grabó “El relojito”.

canción va a pegar, es lo que tú oyes, lo que tú sientes, lo que puede prender la mecha. Claro, de diez intentos pegaban tres, pero los tres que pegaban eran sensacionales.

6. Entonces, de alguna manera, la estación de radio se acercaba a la disquera para pedir material...

Sí, y después la disquera nos buscaba para que tocáramos lo que acababan de hacer, pero yo les decía:

–Espérenme tantito, denme el fin de semana y luego los escucho [los discos] –me llevaban mi paquetito–.

–No Ramiro, ¡esto es un éxito en Brasil!

–Vamos a oírlo a Brasil, aquí no –y los tenía frenados intencionalmente para no quemar todo de un jalón, lo íbamos administrando. Ya después vinieron copias de *Radio Variedades*, como estaciones y copias de programas, y de intérpretes, entonces ya se hizo el rock una moda hasta que llegó a ser un estilo.

7. ¿Qué pasa con las listas de popularidad?, ¿Qué función tienen en las estaciones?

Nada más llamar la atención de la gente y promoverla a que vote por su canción favorita. Había un programa: “Las 5 mejores de la semana”; voten cuál será la mejor de las 5”. Después: “Las 6 mejores canciones de la semana”, hasta que llegábamos a diez. Al momento que llegábamos a las diez canciones, armábamos un paquete que iba del primero, segundo, tercero y cuarto de acuerdo al número de peticiones. Fue un poquito simulado todo porque no teníamos las ventajas de las computadoras, eran [tomadas en cuenta las] llamadas, incluyendo las mentadas.

8. ¿Era popular el rock?, ¿se expresaba en esas listas?

Totalmente, había semanas en que los cinco o seis primeros lugares eran rocanroles. Llegó un momento en que el Sr. Suárez, el dueño de un mercado de discos, que tenía un programa a la semana de *hits* musicales, nos llegó a pedir que ya no pusiéramos en los primeros lugares rocanroles porque la tienda se la destruían de tanta gente que iba.

Desde luego que como fenómeno musical, el rock tiene muchas aristas, ángulos, niveles, coincidencias, consonancias y disonancias, pero en el fondo es un estilo que revolucionó a la música. Mucha gente dice que el rock terminó con el romanticismo, pero no, lo que hizo, fue hacer descansar a la gente del romanticismo para que la gente no se hartara, porque de tanta miel que destilaban los boleros llegaba un momento en que te empalagas. En cambio, esto fue mezcla, a ratos bolero, a ratos, tropical, romántico, rock; era un poquito más tolerable y abría un poquito más el compás de la audiencia.

9. ¿Cómo se da esta decadencia que mencionaba anteriormente del rock en donde la gente regresa a las baladas?, ¿en qué momento empieza?, ¿por qué razón?

La única razón que yo encontré fue el abuso de los *covers*, de que de cualquier canción americana hacían un *cover* en español, y a veces la misma canción no era fuerte como para aguantar la letra en español y los intérpretes no le daban el tono adecuado.

Es que México no salía en los años sesenta y sesenta del tono ranchero. Que todavía no lo ha abandonado, pero se ha renovado, porque no es lo mismo el bolero de Pedro Infante a las canciones rancheras de Alejandro Fernández. Hay matices que la gente va asimilando poco a poco y que, a veces acertando o a veces equivocándose, hace que todo evolucione. Hasta a la fecha no podemos decir que hay un radio rocanrolero por completo ni un radio romántico por completo, hay mixturas, mezclas, conjunciones que hacen sobrevivir a la música.

Muchos compositores reinventaron la manera de sentir la música gracias al rocanrol, porque, como dicen, un clavo saca a otro clavo, ¿quién sacaría el rocanrol de la gente?, otros clavos que le hacían competencia, algunos fueron muy efectivos y otros no tanto. Siempre hay la idea de que la música evoluciona. Últimamente, no podemos decir que haya corrientes musicales tan definidas, todas las corrientes musicales son mezcladas: de repente la música brasileña con Roberto Carlos, o la música española con Rocío Durcal, o la portuguesa, o cubana, han alimentado y retroalimentado la sensibilidad de la música mexicana.

10. ¿En el aspecto radiofónico diría que el rock nunca fue indispensable?

Sí, fue tan indispensable que la misma XEW, “La catedral de la radio”, tuvo que profanar sus altares con artistas de rock porque era lo que la gente pedía. No puedes tú, como programador, darle la espalda al público, les puedes dar una orientación de tu nueva idea de la música, pero imponerles la música jamás, ese fue el aprendizaje mío. Yo podría haber dicho: “Hasta aquí el rocanrol, ahora vamos con el bossa nova”, pero me hubiera quedado como Simón en el desierto, rezando solo, porque el bossa nova medio funcionó, mientras que una cosa tan vibrante y tan profunda como el rock no se podía ignorar.

11. Se piensa que hubo censura al rock mexicano después del Festival de Avándaro, ¿la había?

Sí, cómo no. No le llamaban censura, le llamaban limitación, porque te meten un argumento legal. Te platico lo de Avándaro: estaba en *Radio 660* de Rogerio Azcárraga (él acababa de comprar *660*) y me fue a ofrecer Justino Compeán, el que ahora es presidente

de no sé qué,² (era muy amigo de el *Negro* López Negrete, hijo de un político), y luego Justino [a López Negrete]:

–Vamos a transmitir Avándaro. Consíguete una estación de radio. –Y Justino fue con nosotros–.

–Oye, ¿cómo ves esto Ramiro?

–No, pues está bien, es rocanrol –yo inocente–, pues órale, consígueme un patrocinador para que tenga yo un pretexto... Coca Cola. Coca Cola presenta Avándaro, –conseguimos alguien que nos pagó el transporte, los locutores (Félix Ruano era el locutor), dos operadores (uno para control remoto y otro para consola) y lo aprobaron. En aquella época vendían una hora como por \$580, yo le dije a Justino–:

–Es muy difícil, si te rentan la hora [de producción] en \$3 000, te va bien.

–¿Tú crees que la Coca Cola se atora?, tres mil no, diles que les ofrezco 5 mil –y firma el cheque por adelantado–.

–Ah, caray –como llevaba yo un 5% de comisión me encantó–.

Pues ahí va. Comenzó todo muy bien, la transmisión como a las 11 de la noche y como a las tres de la mañana yo ya estaba muy cansado y me dormí. La mañana siguiente, a las nueve de la mañana, que me hablan a la casa:

–Te llaman de la Secretaría de Gobernación, – ¡en la torre!

–¿Qué pasó?

–Mire usted, habla la secretaria del licenciado (ahorita me acuerdo cómo se llama) encargado de radio, que por favor venga usted sin excusa ni pretexto a las 11 de la mañana al despacho de la Secretaría de Gobernación.

–Sí, como no –yo pensé–: Ha de ser para felicitar me por ser un exitazo –nada. Me encuentro yo con un señor muy serio, de lentes, delgado, muy agradable:

–Ramiro, ha cometido usted un gran error. –Y yo–:

–¿Por qué? Yo sólo hice la transmisión.

–Sí, pero la transmisión era su responsabilidad.

–No pasó nada, los muchachos se soltaron baile y baile pero eso no se vio, hasta se encueraron pero eso tampoco se vio en el radio –y el licenciado, medio sonriendo–:

–¿No pasó nada? –se voltea en su silla giratoria y echa a andar una grabadora en la que grabó la transmisión y lo primero que oigo: *¡Marihuana! Jajaja*–. No pasó nada

verdad. Una estación de radio promoviendo la marihuana.

–Es que yo no lo escuché.

–Ese es su problema, usted debió haber estado al pendiente para que la segunda vez que dijeran marihuana cortara la transmisión.

–Pues sí.

–Bueno mire, yo sé antecedentes suyos, que es una gente trabajadora, universitaria y todo, vamos a dejarlo así, si nadie se queja no ha pasado nada, ¿entendido? Porque a mí también me gusta el rock.

12. En el aspecto radiofónico, ¿cómo afectó este hecho a la programación de rock?

No mucho, porque los grupos que tocaron en Avándaro no tenían disco, tocaban en vivo, son como los grupos de hoy que tocan en vivo pero que no tienen grabaciones. Nadie dijo nada, nadie se quejó.

13. ¿Entonces no fue un hecho que haya afectado?

No, fue relevante pero no afectó.

14. ¿Recuerda los nombres de los locutores que estaban a cargo de la transmisión?

El locutor central era Félix Ruano Méndez, un muchacho de Saltillo muy bueno, entusiasta, gritón. De la parte comercial, Coca Cola mandó uno pero no me acuerdo quién era. Francamente Félix cargó con toda la transmisión.

15. ¿Es cierto que se les quitó la licencia después de Avándaro?

No, hubo amenaza pero yo me metí y me fui a hablar con esta persona que me trató a mí muy bien y le dije: “No es justo, ¿cómo le van a quitar la licencia a Félix Ruano?, los que gritaron marihuana fueron los otros.”

² De la Federación Mexicana de Fútbol.

Salvador Escobar Romo

Locutor de *XEDF* durante la década de los setenta. Actualmente locutor en distintos programas de *Radio Fórmula*.

Entrevista realizada el 01 de diciembre de 2011.

1. ¿Cómo saber, desde el punto de vista de la radio musical, qué es rock? ¿Cómo clasificar a una canción cuando es rock?

Bueno, yo no soy músico pero obviamente el ritmo es una cosa diferente, es algo único. Por eso ha sobrevivido tantos años.

2. ¿En *XEDF* tenían la figura de las listas de popularidad?

Ah, claro. Modestia aparte, en *DF* hicimos éxitos de muchos artistas, pero cantidades: de Los Hooligans, Los Teen Tops, Los Rebeldes del Rock, de toda la gente que militó, ha militado y sigue militando hasta en la actualidad en el rock and roll.

3. ¿Cómo formaban las listas de popularidad?

Basadas siempre en lo que decía el público porque es quien manda. Entonces, con base en programas donde teníamos la oportunidad de conocer la opinión del público hacíamos las listas, si no, no se hacía nada.

4. ¿Entonces era con las llamadas del público?

Sí, invariablemente. Es que no lo puedes hacer de otra forma si quieres que sea una cosa real. Tú puedes inventar veinte mil cosas, y se hacía desgraciadamente. Hubo mucha gente que trabajaba [en radio] un mes o un año, pero de ahí desaparecían del mapa radiofónico porque hacían sus listas con lugares que prácticamente eran vendidos. Yo nunca me interesé, ni me arriesgué, ni mis principios me permitían hacer una cosa de esas. A mí me llegaba gente de las grabadoras:

—Oye necesitamos que impulses esto.

—No, yo no puedo porque sé que el público es el que decide eso. Yo puedo ayudarte si en un momento dado hay un espacio, pues meto el número o que, al presentarlo, diga algo referente a la calidad si es que yo estoy convencido de que vale, si no, no lo voy a decir.

Y así, por ejemplo: con Los Babys tenía una amistad, los conocí desde chiquititos. Ellos llevaron a la casa tuya un automóvil y me dijeron:

—Ese es tuyo.

—¿Quién me lo manda o qué?

—No, nosotros te lo queremos dar.

—No, no, no. Perdónenme. Se los agradezco de todo corazón pero no estoy acostumbrado a eso. Mis padres me enseñaron principios, yo no puedo hacer eso.

Había horarios en los que el director artístico te decía:

—Esta semana tienes una hora, haz lo que quieras con esa hora pero sin hacer cosas malas.

—No.

Uno podía hablar de Los Rebeldes [del Rock], de Los Teen Tops, de Los Hooligans, de Laboriel (un excelente amigo también), de Ella Laboriel (su hermana), la misma Angélica María y Enrique Guzmán, de todos. A mí me daba mucho gusto porque teníamos un círculo de amistad que no lo rompía nadie, ni lo ha roto nadie. Yo todavía tengo amigos del rock and roll que todavía me hablan y les hablo, estamos en contacto.

5. ¿Las listas de popularidad tenían algún fin para la programación?, es decir, ¿las canciones que estaban en la lista se rotaban más?

Sí, invariablemente. O sea, si la gente decía: “A mí me gusta ‘El rock del angelito’ de Johnny Laboriel.” Y era el primer lugar [de la lista], obviamente se le daba su lugar. No podías meter un número que no valía la pena.

6. ¿Además de las listas de popularidad, cómo se armaba la programación: el orden de las canciones que se tocaban en un espacio?

Mira, lo que pasa es una cosa. Como era la competencia aquí, hablando específicamente de *XEDF*, *Radio Mil* y *Radio Variedades*, los directores artísticos se estaban checando, no un día, diario y a todas horas. Entonces, estaban viendo qué funcionaba allá y acá lo metían, todos hacían lo mismo. Hasta los mismos artistas tenían un termómetro y, en un momento dado, [iban] con el director artístico: “Oye ¿por qué no está sonando? Ya está en *Radio Variedades* y no me has metido acá.”

7. ¿Cómo era la relación con las disqueras?

Enormemente buena. Digo, había mucho dinero para repartir... yo tengo 39 años en el grupo y no tengo de qué avergonzarme y no tienen nada de qué acusarme, no porque yo quiera presumirlo sino porque así me acostumbraron mis padres. Entonces, las disqueras nos ofrecían comida; si querías comer diario tenías para no gastar en toda tu vida, te invitaban a comer, a cenar. Yo no aceptaba cuando salía a flote la compensación económica. Ahí no. O sea: “Oye, te invitamos a comer. Hay una comida en el Lienzo Charro.”

8. ¿La disquera mandaba un sencillo a la estación y esta lo aceptaba siempre? ¿Cómo elegían qué sencillos tocar?

No. En ese tiempo era un auge en la cuestión fonográfica. Las empresas te mandaban cincuenta, sesenta discos, [entre] basura y cosas buenas. Entonces, era la capacidad del director artístico de saber escoger.

9. ¿Del director artístico de la estación?

Claro. A ellos les mandaban el bonche de discos y de ahí escogían. Pero música que no valía la pena obviamente no se tocaba. Además nosotros [locutores] teníamos voz y voto, el director artístico metía un tema y lo oíamos uno, dos, tres, ocho, quince días:

- ¿Sí estás convencido del número de fulano?
- No, ya lo oí bien y se me hace que no, que está desperdiciando tiempo.

Teníamos esa facilidad, la gente que estaba dentro de la dirección artística nos la permitía.

10. ¿Dentro de las listas de popularidad figuraba el rock mexicano?

Ah, claro. No como ahorita, la mayoría eran covers: todo lo que hacían en Estados Unidos en versión en español. Pero no había una Maldita Vecindad, ni Café Tacvba, ni un Alex Lora, él apenas si acaso se asomaba pero no. Ese tipo de rock, no.

11. ¿Sin embargo sí figuraba el rock and roll?

El rock y la balada.

12. ¿Qué agrupaciones o solistas (de rock o balada) eran los que se adueñaban de las listas?

Enrique Guzmán, César Costa, Angélica María, [Johnny] Laboriel, Teen Tops, Los Rebeldes del Rock... veinte mil gentes. Y aparte de eso había la posibilidad de disfrutar la calidad musical de Bill Halley. Era sensacional el tipo, tan así que a pesar de que era norteamericano, los mismos artistas, los rocanroleros, lo aceptaban como un maestro.

13. ¿Entonces XEDF pasaba canciones en español como en inglés?

No. Sólo en español. Lo que pasa es que, por ejemplo, lo que tocábamos de Bill Halley era en español.¹

14. Digamos que era uno de los requisitos para entrar a la programación...

Yo tuve un programa que se llamó "El laboratorio del rock", entonces ahí [tocaba] puro rock en español. Era un *boom*. Ahí me presentaron a Georgina R. Trejo (ella

es presidenta del Club Internacional Fans de Elvis Presley desde hace años):

- No, que yo quiero tocar de Elvis.
- Pues toquemos un numerito.

Yo tenía esa facultad en el programa, era mi programa. Yo hice todo, el guión, todo. Tenía oportunidad de meter a Elvis, ¿quién no iba lo iba a querer?, nadie. Resulta que empezamos a tocar un numerito de Elvis para no desvirtuar la cosa de rock en español. Tuvo mucho éxito al grado que ella [Georgina] se quedó todos los días hasta que desafortunadamente empezaron a bajar las cosas del rock and roll. Un buen día dejamos de tocar rock y baladas (eran cosas de los dueños) para tocar [música en] inglés; duramos ocho días, el público estaba desorientado y protestando.

De ahí, en otra ocasión, de repente amanecemos con la programación de la XEB: tríos. Tampoco funcionó y al correr de los años, a partir del temblor [del 85], alguien le dijo al Sr. Azcárraga que la locución noticiosa podía ser un *boom* aquí en el grupo y sí, empezaron a poner cosas así de noticias. Básicamente, a partir de 1986 empezó la programación noticiosa y desapareció por completo el recuerdo.

15. ¿En qué año recuerda que fue el declive de la programación de rock y baladas?

Debe haber sido por el ochenta y tantos, 85, 86.

16. ¿Tuvo alguna repercusión el Festival de Avándaro en lo que se programaba de rock?

Se transmitió el evento. Entonces, el problema fue que en ese tiempo... ahora escuchas aquí tanto programa. Venía escuchando a Omar Chaparro y Facundo, una cosa espantosa, insultante. Invitan a raperos a que participen en el programa y entonces no había eso, era un respeto absoluto por el auditorio porque sabíamos que había niños, mujeres, señoras, había todo. Había un respeto enorme. Se permite ese evento y al aire empiezan a decir tontería y media, ¿por qué?, porque se habló de que había mucha droga, que hubo muchos desmanes. Entonces la Secretaría de Gobernación sí estaba al pendiente y sí castigaba todo eso, o sea, suspensión, lo que le pasó a Ruano.²

17. ¿Se programaba en XEDF la música de los grupos que estuvieron en Avándaro antes del festival?

No tan fuerte. Lo que pasa es que en ese momento ya estaba declinando el rock and roll. Félix quiso meter también ese tipo de música, pero nada más se quedó en el intento.

¹ "Florida twist", canción de Bill Halley cantada en español entró al *top* anual de 1962. Véase en Capítulo III.

² Félix Ruano Méndez. Director artístico de XEDF y *Radio Juventud*.

18. En Excélsior 1971,³ después de Avándaro, salió una nota en la que se expone que la CIRT había mandado un comunicado a radiodifusoras y disqueras en el que invitaba a que no se tocara la música de agrupaciones que estuvieron en Avándaro. ¿Es cierto?
Yo no puedo asegurarlo. Pero seguramente fue desde Gobernación directamente.

19. A partir de su experiencia, ¿cree que exista la censura dirigida a la música en la radio?

Ahora han prohibido en estaciones musicales los famosos corridos del narco, ¿por qué?, pues sí, en un momento dado puede dañar la mentalidad de los jovencitos. Nadie lo ignora, pero una cosa es no ignorarlo y otra abonar esa conducta.

20. ¿Existe la payola?

Siento que desapareció bastante. Es que las disqueras ya no tienen el poderío económico de ese entonces y ahora muchos artistas promueven su disco de forma individual, se olvidan de la disquera porque ellas ya no dan ese apoyo. Y aparte de eso, las grabadoras tenían un poder enorme con todo lo que estuviera relacionado con la gente que podía programar, un poder tremendo: el poder económico nada más.

21. ¿Y anteriormente existió?

Eso es sabido por todos. De que existió, existió. Los que no quisimos entrarle, no le entramos.

22. ¿No era obligatorio?

No, sobre todo porque era directamente para los directores artísticos, los que manejaban todo, ellos sabían si lo hacían o no. Yo tengo amigos que incluso ahí murieron porque el dinero fácil tal como entra sale. Entonces se dieron cuenta de que estaban fuera de la industria y sin un futuro y sin dinero.

³ 23 de septiembre de 1971.

VI. Bibliografía

- *Hechos y oportunidades de la radio*. Industria de la Radio del Valle de México, México, 2010.
- Aceves, Francisco de Jesús, *et. al.*, *Radiodifusión regional en México: Historias, programas y audiencias*, Universidad de Guadalajara, México, 1991.
- Alsina, Miguel Rodrigo, *La construcción de la noticia*, Paidós, España, 1989.
- Alva de la Selva, Alma Rosa, *et. al.*, *Perfiles del cuadrante: experiencias de la radio*, Trillas, México, 1989.
- Alva de la Selva, Alma Rosa, *La radio de la capital y sus aspectos ideológicos*, tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 1981.
- Alva de la Selva, Alma Rosa, *Radio e ideología*, Caballito, México.
- Arana, Federico, *Guaraches de ante azul*, Vol. I, Posada, México, 1985.
- Biagi, Shirley, *Impacto de los medios*, 7ª edición, Thompson, México, 2006.
- Cohen, Bernard, *The press and foreign policy*, Princetone University, Estados Unidos, 1965.
- Cortés, David, *El otro rock mexicano*, Times Editores, México, 1999.
- Curiel, Fernando, *La escritura radiofónica. Manual para guionistas*, UNAM, México, 1988.
- De Anda y Ramos, Francisco José, *La radiodifusión en el Valle de México y su apego a la ley*, Tesis de Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información, Universidad Iberoamericana, México, 1972.
- De Anda y Ramos, Francisco, *La radio: el despertar del gigante*, 2ª edición, Trillas, México, 2003.
- De Fleur, Melvin Lawrence, *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós, México, 1989.
- De Garay Sánchez, Adrián, *El rock también es cultura*, Universidad Iberoamericana, México, 1993.
- Escudero Zerón, Lorena, *Análisis comparativo entre las estaciones culturales y comerciales de radio y televisión en la ciudad de México*, tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 1986.
- Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de comunicación masiva en México*, Pablos, México, 1982.
- Gallardo Cano, Alejandro, *Curso de teorías de la comunicación*, 2ª edición, Serie Comunicación, México, 1998.
- Garza, Ramiro, *La radio actual: ¿Qué es y cómo se hace?*, Edamex, México, 1992.
- Garza, Ramiro, *Radio sintonías*, UANL, México, 2008.
- Granados Chapa, Miguel Ángel, *Examen de la comunicación en México*, Caballito, México, 1981.
- Hernández Sampieri, Roberto, *Metodología de la investigación*, McGraw Hill Interamericana, México, 2010.

- Kraus, Sidney, *Comunicación masiva: sus efectos en el comportamiento político*, Trillas, México, 2006.
- Lippman, Walter, *Public opinion*, Random, Estados Unidos, 1963.
- Llano Prieto, Serafina; Morales Óscar, *Las características de la programación de las radiodifusoras comerciales de AM en la República Mexicana*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1980.
- Llano, Serafina; Morales, Óscar, *La radiodifusión en México*, Comunicación, Tecnología e Investigación, México, 1984.
- Lumbreras, Jorge, *Posturas de conocimiento de la comunicación*, CD SUA-FCPyS-UNAM, México, 2001.
- Malacara Palacios, Antonio, *Catálogo subjetivo y segregacionista del rock mexicano*, Angelito Editor, México, 2001.
- McCombs, Maxwell, *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, Paidós, España, 2006.
- McQuail, Denis, *Introducción a las teorías de la comunicación*, Paidós, España, 1983.
- Mejía Barquera, Fernando, *El soundtrack de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.*, Tesis de maestría en ciencias de la comunicación, FCPyS-UNAM, México, 2006.
- Morales Ávila, Virginia, *Nuestra es la voz, de todos la palabra. Historia de la radiodifusión mexicana*, UNAM, México, 2011.
- Nosnik, Abraham, *El desarrollo de la comunicación social: un enfoque metodológico*, Ed. Trillas, México, 1991.
- Ortiz Gómez, Octavio, *El surgimiento del rock y su asentamiento internacional como producto cultural de masas, 1950-1973: tradición e innovación en el desarrollo de una música popular juvenil transnacional y sus nexos consolidación cultural de masas y la industria cultural en el mundo*, Tesis de Maestría en Comunicación, FCPyS-UNAM, México, 2007.
- Pardiñas, Felipe, *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*, Siglo XXI, México, 2008.
- Portillo Vera, Pedro, *Censura en radio y televisión, casos. México y Paraguay*, tesis de Maestría en Derecho, UNAM, México, 2008.
- Puig, Luis; Talens, Jenaro, *Las culturas del rock*, España, 1999.
- Ramírez, José Agustín, *La contracultura en México. La historia y el significado de los rebeldes sin causa, los jipitecas, los punks y las bandas*, Grijalbo, México, 1996.
- Romanillo Evaristo, Claudia Belén Venecia, *¡Venga la siguiente rola! La programación musical en la radio comercial de la banda FM de la ciudad de México: el top 40.*, Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, FCPyS-UNAM, México, 2008.
- Romo, Cristina, *Ondas, canales y mensajes*, ITESO, México, 1991.
- Valdez Cruz, Merced, *Ahí la llevamos cantinfleando... Rock mexicano*, Encuadernaciones López, México, 2002.

Wolf, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*, Paidós, México, 1994.

Zolov, Eric, *Rebeldes con causa: la contracultura mexicana y la crisis del estado patrarcal*, Norma, México, 2002.

Hemerografía

Arana, Federico; *et al.*, “¿Existe el rock mexicano?”, *La Mosca*, Año 2, No. 18, México, 1997.

De Ottalengo, Regina Jiménez, “El perfil de los medios de difusión masiva en México”, *Revista Mexicana de Sociología*, México, Vol. 38, Núm. 3, julio-septiembre, 1976.

Editorial *Excélsior*, “Desenfreno y estolidez”, *Excélsior*, 13 de septiembre de 1971, sección A, 6.

El universo de la radio (Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal A.C.), México, Vol. I, No. 2, primavera 1996, 46.

Fernández Christlieb, Fátima, “La industria de la radio y televisión”, *Nueva Política*, Vol. I, N° 3, 1976.

Iñigo, Alejandro, “Nudismo y mariguana”, *Excélsior*, 12 de septiembre de 1971, sección A, 14.

Iñigo, Alejandro; Pagan, Víctor, “En Avándaro una juerga increíble”, *Excélsior*, 12 de septiembre de 1971, sección A, 17.

McCombs, Maxwell; Shaw, Donald, “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, 1972.

Mejía Barquera, Fernando, “Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)”, *Revista de Comunicación y Cultura*, México, Año 1, Edición 1, marzo-mayo, 2007.

Notitas Musicales, (1955-1969).

Radio Cancionero, Número 15, México.

Ramírez, Roberto, “Sólo discos autorizados podrán ser difundidos por estaciones de radio”, *Excélsior*, 25 de septiembre de 1971, Sección B, 11.

Reforma, sección Gente, del 6 al 13 de agosto de 2003.

Revista Eres (1990-1995).

Salmón, Agustín, “Prohibieron la grabación de música que se tocó en Avándaro”, *Excélsior*, 23 de septiembre de 1971, Sección B, 10.

Selecciones Musicales, enero, 1969, 6.

Sin firma, “Algunos expertos sospechan que la sarna la transmiten los jipis”, *Excélsior*, 12 de septiembre de 1971, sección A, 15.

Sin firma, “Cesaron a Félix Ruano, Ojeda y Ramiro Garza”, *Excélsior*, 24 de septiembre de 1971, Sección B, 14.

Sin firma, "Exhorto a locutores para que hagan buen uso del lenguaje", *Excelsior*, 27 de septiembre de 1971, Sección B, 15.

Sitios de internet

Agencia EFE, "Paul McCartney vuelve a sus raíces con disco", *El Universal* (en línea), 19 de enero de 2012, <http://www.eluniversal.com.mx/notas/823747.html>

Agencia Europa Press, "Vivendi y Universal compran EMI por 1.400 millones", *El País* (España), 11 de noviembre de 2011, http://www.elpais.com/articulo/cultura/Vivendi/Universal/compran/EMI/1400/millones/elpepucul/20111111elpepucul_12/Tes

Agencia Notimex, "Abrirá ANLM espacios en la radio para actores de comedia", *Publimetro*, <http://www.publimetro.com.mx/entretener/abrira-anlm-espacios-en-la-radio-para-actores-de-comedia/njFD!zUcNARIPXI18dmqY3AU@vw/>

Alan Freed (biografía), <http://www.alanfreed.com/wp/biography/>

All Music, <http://www.allmusic.com>

American Top 40 (programa), <http://www.at40.com/>

Anónimo, "Los 100 + Pedidos (1998)", *MTVA*, http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_de_1998

Anónimo, "Los 100 + Pedidos (Norte, 2000)", *MTVLA*, http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_del_2000

Anónimo, "Los 100 + Pedidos (Norte, 2001)", *MTVLA*, http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_del_2001

Anónimo, "Los 100 + Pedidos (Norte, 2002)", *MTVLA*, http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_del_2002

Anónimo, "Los 100 + Pedidos (Norte, 2006)", *MTVLA*, http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Los_100_%2B_pedidos_del_2006

Anónimo, Aleks Syntek (biografía), http://es.wikipedia.org/wiki/Aleks_Syntek

Anónimo, *Archivo del rock mexicano*, <http://archivodelrockmexicano.blogspot.mx/2006/12/duele-se-estremece-el-corazn-cuando-lei.html>

Anónimo, *Billboard* (magazine) http://en.wikipedia.org/wiki/Billboard_%28magazine%29

Anónimo, Estaciones de radio en el Distrito Federal, http://es.wikipedia.org/wiki/Estaciones_de_radio_en_el_Distrito_Federal_%28M%C3%A9xico%29

Anónimo, Germen Blog, <http://germenleproxo.blogspot.com/2009/06/varios-21-grupos-finalistas-del.html>

Anónimo, *Ochentas x siempre*, http://ochentasxsiempre.blogspot.com/2010_03_01_archive.html

Anónimo, Rock and roll, http://es.wikipedia.org/wiki/Rock_and_roll

Asociación de Radiodifusores del Valle de México (Guía de la radio),
<http://laradioenmexico.mx/radioguia2>

Asociación de Radiodifusores del Valle de México. <http://laradioenmexico.mx/>

Caballero, Jorge, "Denuncian músicos marginación del rock mexicano en el Imer", *La Jornada*, 1 de diciembre de 2004, <http://www.jornada.unam.mx/2004/12/01/08an1esp.php>

Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (Ética),
<http://www.cirt.com.mx/portal/index.php/estructura/comites/cirt-etica>

Catálogo de portadas de la revista *Eres*,
http://www.blackandblanco.net/HISTORIA_COSME_ERES.html

Chava Rock, "Capulina fue pionero del rock mexicano", *Blogcanrol*, Yahoo! Blogs,
<http://mx.musica.yahoo.com/blogs/blogcanrol/capulina-fue-pionero-del-rock-mexicano.html>

Contreras, Claudia, "Admite disquera pago de 'payola'", *El Universal*, Espectáculos, 06 de agosto, 2003,
http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=46765&tabla=espectaculos

Corporativo CIE (sitio oficial), <http://www.cie-mexico.com.mx/cieCorporativo.php>

Deimos 101, <http://marciano.atomkinder.net>

Frith, Simon, *Hacia una estética de la música popular*, Documento .pdf consultado en internet,
<http://sociologiacultura.pbworks.com/f/Frith.pdf>

Grupo Carso (sitio oficial),
http://www.carso.com.mx/ES/divisiones/division_comercial_grupo_carso/Paginas/Grupo_sanbor_ns.aspx

Hernández Chelico, Javier, "Avándaro y la mentada que detuvo el tiempo", *La Jornada*, 13 de septiembre de 2008,
<http://www.jornada.unam.mx/2008/09/13/index.php?section=espectaculos&article=a10o1esp>

Javier Bátiz, sitio oficial, <http://javierbatiz.com/>

Lara Lozano, Arturo, *Enciclopedia del rock mexicano (La casa de los músicos rocanroleros mexicanos)*,
<http://6decadasderockmexicano.blogspot.com/>

Lamb Bill, "What does Top 40 mean?", About.com Guide,
<http://top40.about.com/od/popmusic101/a/top40.htm>

Los 40 Principales (Argentina), <http://los40principales.com.ar/oirtop.aspx?id=1424692>

Los 40 Principales (España), <http://www.los40.com/musica/listas/>

Los 40 Principales (México), <http://www.los40.com.mx/oirtop.aspx?Id=1384745>

Martínez Peláez, Manuel, *Después de Avándaro: el hoyo negro del rock mexicano*, <http://www.maph49.galeon.com/avandaro/avandaroa.html>

Méndez, Tony, *Historia de Rockotitlán*, <http://www.rockotitlan.com/botones/historia/main.htm>

Piñón Alida, "Rock sinfónico, mezcla exitosa", *El Universal*, 25 de marzo de 2012, <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/68224.html>

Piquer, Isabel, "Las discográficas logran que una juez cierre Napster, un servidor de música en internet", *El País*, 28 de julio de 2000, http://elpais.com/diario/2000/07/28/cultura/964735201_850215.html

Riff111, http://www.riff111.com.mx/radiografias.php?id_bio=56

Rodríguez Díaz, Raquel, *Teoría de la agenda-setting, aplicación a la enseñanza universitaria*, <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/2297>

Sin firma, "6° Festival Diego Rivera", *Rocksónico*, 11 de diciembre de 2009, http://www.rocksonico.com/nota.asp?not_id=3525

The FCC's payola rules, <http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/PayolaRules.html>

Tops de Billboard, <http://longboresurfer.com/charts/>

Walpurgis, Calvin, "Las disqueras independientes (y mexicanas) con mayor presencia", *Ruidoka Blogspot*, 27 de agosto de 2009, <http://ruidoka.blogspot.mx/2009/08/las-disqueras-independientes-y.html>

Videografía

La historia detrás del mito: Ídolos del rock and roll, 5ª temporada, transmitido por Azteca 13, 3 de marzo de 2012.

Documentos oficiales

Diario Oficial de la Federación, México, 17 de noviembre de 1970, 2ª sección.

Ley Federal de Radio y Televisión, México, 1969 (reformada en 2009).

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, México, 2002.

Entrevistas

Agustín Meza de la Peña (locutor *Radio Juventud*)

Armando Vega Gil (bajista de Botellita de Jerez)

Arturo Lara Lozano (creador del *Árbol genealógico del rock mexicano*)

Carlos Alvarado (teclista de Chac Mool)

Jaime López (solista) y Carlos Avilés (bajista de La Cuca)

Fernando Mejía Barquera (investigador)

Francisco Domínguez *El Abuelo* (teclista de Los Rebeldes del Rock)

Javier Trejo Garay (voz institucional y locutor de *FM Globo*)

José Luis Paredes Pacho (ex baterista de Maldita Vecindad)

Luis de Llano Macedo (productor de TV)

Ramiro Garza (creador de *Radio Variedades*)

Salvador Escobar Ramos (locutor de *XEDF*)