

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**La Transición de la radio abierta a la radio en internet,
estudio de caso, Rock 101**

TRABAJO RECEPCIONAL QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

Víctor Hugo Diego Hernández

Director del Trabajo recepcional

Mtro. Luis Carrasco García

Ciudad de México, marzo de 2022.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

A Sabi y a Victor...

En 2017, durante la celebración sorpresa que ustedes y mi hermana Alexandra organizaron para mí un día después de mi fiesta de generación, agradecí la asistencia de los invitados, de mis amigos, y la de mi familia, sin embargo, en la emoción del momento y la tremenda borrachera de sentimientos que ocasiona llegar al final de la carrera universitaria, me olvidé de un gran detalle, uno que durante los últimos años he tenido presente y ha cobrado aún más sentido con todo el apoyo que he recibido de su parte; me olvidé de agradecerles por la compañía económica pero también de moral que me brindaron durante toda mi estadía en la UACM.

Si bien, el haber ingresado en 2012 fue una sorpresa que quise darles, el mantenerme activo y bajo actividades que fomentaran mi crecimiento personal y profesional en la escuela fue un recordatorio de mi hacia ustedes para dejarles claro que; no por haber sido rechazado de la Máxima casa de Estudios y del lugar donde se pone la Técnica al servicio de la Patria, los defraudaría, pues el sitio donde aprendí a que Nada Humano me debe ser Ajeno, me abrió sus puertas, me cobijó y alimentó mis sueños, mi hambre y esa sed de ser universitario con la que crecí al tener a grandes referentes como ustedes mismos lo fueron en lo académico.

Este trabajo de tesis fue escrito por tres personas distintas: Por Victor, de 2017, un joven que, aunque entusiasta cometió muchos errores durante un momento que pensé cumbre en mi vida. También fue escrita por Hugo de 2019, quien, aún roto por dentro, decidió retomar el escrito y reencontrarse tropiezo tras tropiezo con él mismo. Y, por último, fue finalizado por Diego, que durante la pandemia valoró y tuvo presente todo el esfuerzo que pusieron para que llegara hasta este punto, mismo esfuerzo que quiero redituvar con esta tesis y con mi título, ese que se los debo a ustedes, a mi amada Autónoma de la Ciudad, pero sobre todo a mi, como un recordatorio que no hay imposibles...

Victor H. Diego

Índice

Introducción

CAPÍTULO I: MOMENTOS CLAVE EN LA HISTORIA DE LA RADIO

- 1.1 Inicios de la radio en México
- 1.2 La radio y el 19 de septiembre (1985, 2017)
- 1.3 La radio abierta en México
- 1.4 Señal analógica y señal digital

CAPÍTULO II: LA RADIO, SU MUNDO Y FORMATOS

- 2.1** La radio digital y la radio por internet
- 2.2 Problemáticas actuales de la radio en México
- 2.3** Ciberradio (radio en Internet)
- 2.4 Digitalización
- 2.4 Hipermediaciones y mediaciones
- 2.5 Podcasting
- 2.6 La telefonía móvil y la Ciberradio

CAPÍTULO III: EL ROCK, EL MUNDO Y LA 101

- 3.1** Rock & Roll, la inesperada unión entre dos mundos
- 3.2** Del Rock & Roll al Rock

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE CASO, ROCK 101

- El éxito que comenzó siendo proyecto
- La 101 sin los gajes de lo convencional

Introducción:

“Sin duda la radio es uno de los medios de comunicación que mayor trascendencia histórica ha tenido, además de que es el que más penetración y acceso posee en cuanto audiencia. Con esto no sólo nos referimos a su alcance e influencia social y cultural sino que pervive transformándose: bajo demanda, en streaming y con la faz del podcast convive con sus formas tradicionales de difusión AM y FM”.

Gabriel Sosa Plata.

El 23 de enero de 2017, el analista de medios de comunicación y hoy director general de *Radio Educación*, Gabriel Sosa Plata, presentó su libro *Días de Radio*. Luego de finalizar la presentación, se realizó una breve sesión de preguntas y respuestas en la que personalidades del periodismo como Carmen Aristegui, Beatriz Solís Leree, Jerónimo Repoll y el mismo autor respondieron a una inquieta variedad de estudiantes, académicos, periodistas y aficionados que acudieron al evento en el Museo de la Ciudad de México.

Hacia el final de la ronda de preguntas, y quedando pocos minutos para el cierre total del evento, decidí formular una de mis más grandes inquietudes: “¿Qué consejos darían a alguien que recién acaba de integrarse al mundo de la radiodifusión y que está viviendo, en pleno 2017, los cambios que las transformaciones en la producción del medio radiofónico han ocasionado?”

Después de unos instantes, respondió Carmen Aristegui, quien aseguró que la radio, en sí, se ha visto en momentos difíciles, tales como la aparición de la TV y la llegada de nuevas plataformas digitales, con las que se vive, incluso en nuestros días, sin embargo, el medio ha logrado adaptarse y transformarse.

Entonces, surgieron otras inquietudes: ¿Cómo es que se ha logrado adaptar la radio a nuestros tiempos donde lo digital y el contenido en Internet impera? ¿Cómo se ha transformado? ¿Cómo se concibe la radio a sí misma en nuestros días? y ¿Cómo conciben a la radio los que la hacen posible hoy en día?

Desde siempre me interesó la *magia* que las películas *de época* y algunos programas de TV mostraban de la producción en radio. Grandes cabinas, orquestas, efectistas en vivo y, tras los receptores, familias enteras reunidas escuchando atentamente. La realidad actual del medio radiofónico recuerda esos tiempos con nostalgia, pero también con anhelo.

Hoy en día, la radio continúa cautivando a las audiencias, enamorando a miles de oyentes y, sobre todo, acompañando a muchas personas en sus actividades cotidianas. Desde amas de casa hasta trabajadores de distintos sectores, la radio continúa acompañando a millones de personas, no sólo en México sino en todo el mundo.

“Nuestros «viejos» receptores todavía sirven para escuchar nuestras radios favoritas y nuestros «viejos» transmisores nos permiten también compartir con la comunidad nuestras vivencias e ideas. Sin embargo, en los últimos tiempos se produjeron cambios en todo el proceso de la radio: la producción, la emisión, la recepción y la interacción entre emisor y receptor.” (Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y caribe. p.9, 2011.)

El presente trabajo tiene como objetivo identificar los cambios en la radio mexicana con la transición de la radio tradicional a la radio en Internet que llevó a cabo **Rock 101**, estación en la cual centraremos nuestro análisis, al ser una de las pocas estaciones que, aún habiendo vivido sus años de oro en la *radio abierta*, regresó en pleno 2010 con el *boom* de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), las plataformas y la Internet a ofrecer, de nueva cuenta, su contenido a sus más fieles seguidores e intentando cautivar a nuevas generaciones.

Rock 101 durante 12 años, 2 meses y 16 días, transmitió en la señal abierta y, posteriormente, migró a la radio en internet; pese a que esta transición no fue instantánea ni ocurrió de un año para el otro, las condiciones por las cuales atravesó esta radiodifusora antes de alojarse en la *web*, la convierten en un ejemplo para el presente trabajo.

En la investigación se identificará aquellos momentos clave que fungieron como parteaguas en la historia de la radio y que marcaron el inicio de una era. También se realizará un pequeño recuento histórico de la *Época de Oro* de la radio mexicana, la

presencia de la XEW, el éxito que tuvo en su momento *Núcleo Radio Mil*, el papel que jugó la radio durante el terremoto de 1985, la interacción entre la Internet y la radio, así como los retos que enfrenta hoy en día. De esta manera, se pretende que el lector pueda encontrar en los momentos clave de la radio mexicana aquellos eventos cruciales para la radio análoga y la naciente radio en internet en México.

El trabajo busca no sólo responder a las interrogantes antes planteadas, sino también a las de las personas interesadas, apasionados y con ambiciones para entender el mundo de la radio mexicana que hoy *surca* entre la amplitud y la frecuencia modulada; su interacción con los nuevos medios y la sinergia de estos con un mundo cada vez más alejado de la época en la que nació.

Al final, el lector podrá diferenciar las principales características entre la radio análoga y la radio digital; la radio en internet; la radio por internet y la ciberradio, conceptos y formatos que podrían confundirse con facilidad y que son, en esencia, distintos.

CAPÍTULO I:
MOMENTOS CLAVE EN LA HISTORIA
DE LA RADIO MEXICANA

La radio fue durante mucho tiempo el medio de comunicación masivo por excelencia, no sólo en México sino en muchas partes del mundo. Reunía a familias enteras, quienes se informaban, entretenían o acompañaban durante horas todos los días a través del medio radiofónico.

Aún con la existencia de la prensa escrita, la radio, en su época más álgida, tuvo una predilección popular por parte de quienes no sabían leer, escribir o ambas. El cuadro de estadísticas que presentó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2010 expuso, a modo de balance, la tendencia de analfabetismo que México ha presentado a través de los años.

Cuadro 1

Analfabetismo en México, 1895-2010

Año	Población total	Población de 15 años y más	Analfabetas mayores de 15 años	Índice de analfabetismo
1895	12 632 428	7 393 029 ^{al}	6 069 677	82.1
1950	25 791 017	15 036 549	6 410 269	42.6
1970	48 225 238	25 938 558	6 693 706	25.8
2000	97 483 412	62 842 638	5 942 091	9.5
2010	112 336 538	78 423 336	5 393 665	6.9

^{al} Comprende de 16 años y más.

Fuentes: INEGI. *Estadísticas históricas de México 2009*. México, INEGI, 2010. // INEGI. *Censo de Población y Vivienda 2010*. Consultado en: www.censo2010.org.mx/ el 27/3/2012. // Carranza Palacios, José Antonio y René González Cantú. *Alfabetización en México*. México, Editorial Limusa, 2006.

Los Inventos que le precedieron a la radio también dieron un paso importante en el campo de las comunicaciones; sin embargo, no hubo innovación que superará a la radio hasta la llegada de la TV a finales de los años 40 y principios de los 50.

Es por ello, que surge la siguiente inquietud; ¿Dónde y cuándo se realizó la primera transmisión en nuestro país? Podría pensarse que se puede responder a esta interrogante de manera sencilla: la realidad histórica es que no es posible remontar a una fecha, lugar y año específicos; como sugiere Sosa Plata, se registran al menos tres ciudades en diferentes estados en los cuales se realizaron las primeras pruebas experimentales, y, posteriormente, transmisiones formales hacia el año de 1921 con motivo del centenario de la firma de los tratados de Córdoba.

“A diferencia de lo ocurrido en otros países, en México no hay un único pionero de la radio ni una ciudad que pueda considerarse como la cuna de este medio de comunicación. Desde 1919 comenzaron las primeras pruebas experimentales y se generó, en diferentes ciudades del país, un interés hacia lo que se le conocía como radiotelefonía o telefonía inalámbrica, pero fue particularmente en el Distrito Federal, en Monterrey (Nuevo León) y en Córdoba (Veracruz) donde se realizaron las primeras transmisiones formales en 1921. Durante ese año se hicieron dos primeras transmisiones inalámbricas en el marco de las celebraciones del centenario de la Independencia. Una de ellas en agosto, en Córdoba con motivos de la firma de los tratados de Córdoba, mediante los cuales se oficializó la independencia de México. La otra el 27 de septiembre cuando la Dirección General de Teléfonos, instaló un aparato transmisor de radiotelefonía en la Exposición Comercial Internacional del Centenario, montada muy cerca del centro de la Ciudad de México.” (Sosa Plata, 2017; 13)

Posterior a esto, se terminaron con las emisiones de prueba en distintas ciudades del país, para dar paso a las primeras transmisiones oficiales encabezadas por la XEW, tras un breve pero provechoso periodo experimental.

Pese a que el debate histórico sobre la primera aparición de la radio en México continúa abierto y existen distintos posicionamientos, Cristina Romo en el libro *Ondas*,

canales y mensajes. un perfil de la radio en México, sostiene que la radio llegó oficialmente a México el 27 de septiembre de 1921: “En México, como dice Mejía Barquera, la radio inició en Córdoba durante una visita del presidente Álvaro Obregón. Se festejaba el centenario de la firma de los tratados de Córdoba, en los cuales se oficializaba la Independencia de México” (Romo, Cristina, 1991, P.16).

En un primer momento, se trató de alentar el interés por el mismo e incitar a través de programas que pudiesen interesar al público a comprar un aparato radiofónico para cada uno de los hogares. “En 1922 la posibilidad de captar mensajes a través del aire pone en actividad a los mexicanos con posibilidad de fabricar, ellos mismos, sus receptores. Se constituyó la liga nacional de la radio en la Ciudad de México que agrupó a los radioaficionados y radio experimentadores y que al año siguiente se transformaría junto con otras asociaciones en la Liga Central Mexicana de la Radio.” (Romo, 1991, p.16)

Conforme pasó el tiempo, la radio mexicana fue creciendo y haciéndose de más seguidores y escuchas, que no sólo la consultaban para entretenerse sino, también, para informarse; la oferta fue creciendo cada día más, convirtiéndose en el medio más popular en México durante muchos años.

LOS AÑOS DORADOS DE LA RADIO EN MÉXICO

Existen datos, como los que se encuentran en la exposición permanente sobre la historia de la radio en el Instituto Mexicano de la Radio, que indican la experimentación con el medio radiofónico desde los tiempos de Porfirio Díaz, durante la primera década del siglo XX.

Sin embargo, de acuerdo con la investigadora Norma Patricia Reynoso, un grupo que sobresalió en los temas de investigación relacionados con la radiodifusión fue el de los científicos mexicanos, quienes comenzaron con el desarrollo de bocinas, aparatos de radio y transmisores, durante, lo que Patricia Reynoso denomina, como la primera etapa de la radiodifusión en México, cuando tanto el Laboratorio de Física del Instituto de Ciencias de Zacatecas como el gobierno de la Ciudad de Mérida, fueron los principales impulsores de la experimentación radiofónica a inicios del siglo XX. (*Maldonado, Norma,*

La transmisión radiofónica digital: Perspectivas mundiales y el caso mexicano. Tesis de Doctorado. UNAM)

Y tras el periodo experimental de los inicios de la radio en México durante los años 20, el medio radiofónico tenía que dar el siguiente paso. De acuerdo a Gabriel Sosa Plata la estación pionera que marca el fin de la época experimental para dar paso a la radio comercial, del entretenimiento y excelente negocio, en sus tiempos, para los inversionistas, es la XEW, la cual se escucha por primera vez al aire el 18 de septiembre de 1930 tras 10 años de experimentar y hacer pruebas.

La XEW fue propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien tuvo la visión de aprovechar las novedosas cualidades de la radio para sacarle el mayor provecho comercial, publicitario y de contenidos que se pudiese en aquella época.

Llegó a ser tan influyente la estación que, su slogan, *La Voz de América Latina desde México*, indicaba lo aventajado que estaba nuestro país en materia de telecomunicaciones y el papel que desempeñó frente a otros países hermanos en Latinoamérica:

“El éxito de la estación fue contundente, varias decenas de radiodifusoras montaron interés en transmitir algunos de sus programas. Como respuesta, Clemente Cerna Martínez y Emilio Azcárraga Vidaurreta se asociaron en 1941 para formar Radio programas de México (RPM) empresa pionera que explotó comercialmente los programas más importantes de la XEW y la XEQ (fundada en 1938) (...) Sus clientes habituales fueron sobre todo las estaciones pequeñas sin recursos para producir programas similares, no sólo de México sino también de países extranjeros” (Sosa Plata Gabriel, *Días de radio, Historias de la radio en México*, 2017, p. 15)

Es importante mencionar la importancia, influencia y el alcance de la XEW, emisora que, si bien no fue la primera en transmitir, a partir del 18 de septiembre de 1930 marcó el tránsito a la radio comercial e industrial que hoy se escucha en México. Debido al éxito que tuvo, otras estaciones comenzaron a formar organizaciones similares; en los años cuarenta surgen: Radio Cadena Nacional (RCN), Cadena Radio Continental radiodifusoras asociadas (RASA) Radiodifusoras Unidas Mexicanas (RUMSA), Cadena Radio Mil y Radio Central Radiofónica.

Así, el paso que dio la XEW motivó a que existiera mayor número de asociaciones y cadenas radiales en el país, enriqueciendo el contenido radiofónico, ampliando el mercado y generando competencia entre proyectos radiales, como fue el caso de la XEW, la XEB y Núcleo Radio Mil. A esta etapa se le conoció como la *Época de oro de la radio mexicana*, debido al número de radiodifusoras que existían, la variada oferta radiofónica; la aparición de artistas que, posteriormente, alcanzarían fama internacional y que posicionaron a la radio mexicana.

En el caso de la XEOY, mejor conocida como Radio Mil, perteneciente al grupo radiofónico Núcleo Radio Mil (NRM), competió digna y satisfactoriamente, durante sus primeros años de vida, contra lo que fue la más grande radiodifusora del país, la XEW.

NRM comenzó a transmitir en una fecha icónica, el 10 de marzo de 1942, el día en el que se leía en los titulares de los periódicos del mundo la destrucción de treinta y ocho barcos japoneses por parte de la Marina de Estados Unidos.

La XEOY, Radio Mil, tuvo un papel muy importante para la radio mexicana y los contenidos existentes para la fecha de su creación; obligó a sus competidoras a renovarse, mejorar e invertir en infraestructura, debido a su alcance de 1000 watts de potencia, una cantidad considerable de radiodifusión para aquel entonces.

Además de las innovaciones tecnológicas y de vanguardia con las cuales contó Radio Mil en sus inicios, en su frecuencia se dieron a conocer artistas conocidos y no conocidos de la época, catapultando así a los nuevos y nacientes talentos mexicanos. “Desde su inauguración, Radio Mil impactó, no sólo por los controles remotos que llevó a cabo desde el Palacio de Bellas Artes, sino especialmente por las contrataciones de artistas nuevos y ya famosos, por los que pagó, según referencias periodísticas, sumas millonarias para su época” (Sosa Plata p. 102).

Su historia se divide en tres etapas; la primera, de 1942 a 1945 durante sus primitivos años de vida, en los cuales se destacó por su empeño en competir contra la XEW y fungir un papel importante, en materia de propaganda de guerra, para Estados Unidos. La segunda, de 1945 a 1950, periodo el cual fue marcado por la posguerra y la decadencia de la estación al no poder renovar contenidos y verse seriamente afectada por el retiro del capital por parte de los Estados Unidos, y la tercera y actual etapa con estaciones como Beat 100.9 FM, Oye, 89.7 FM, Stéreo 100, 1000 AM, entre otras.

NRM es producto de la adquisición de la XEOY Radio Mil por parte de E. Guillermo Salas Peyró, Josué Sáenz y Adrián Lajous que en 1950 optaron por recuperar parte de su auditorio y ganar la aceptación de los capitalinos al convertir a la estación, que hasta su llegada estaba en decadencia, a una estación de radio musical por excelencia en el entonces Distrito Federal.

Uno de los atributos que, incluso hoy en día se le reconocen a Radio Mil, en comparación directa con la XEW, es el esfuerzo por incluir dentro de su parrilla de programación un mayor número de programas de reflexión y análisis en torno a temas que, quizá para la época, eran descuidados, tales como el de las artes, y de política, incluso con la rígida censura que existía en aquellos años.

También se le reconoce el mérito por transmitir programas de música clásica y escenificaciones en vivo, cuando recién comenzaba dicha tendencia y esto resultaba ser toda una novedad por la cantidad de elementos sonoros y ambientales que incorporaban en dichas presentaciones.

Así, la radio mexicana se vio marcada por la historia y trayectoria de grandes radiodifusoras, que, en sus frecuencias, además de develar a nuevos talentos y artistas de la época, aparecieron por primera vez formatos radiofónicos inéditos en México, de interés popular y que, en buena parte, ayudaron a consolidar la audiencia y fidelidad mexicana hacia lo que, en aquellos años, era el medio de información y entretenimiento por excelencia en nuestro país.

Así mismo, podemos apreciar que, pese a que México era considerado vanguardia en cuanto a materia de radiodifusión se refiere, esta demanda y exportación de programas y aparatos receptores no fue posible sin la colaboración de los Estados Unidos.

En 1947, México ya era el segundo país de América Latina en importar más aparatos receptores de los Estados Unidos; esto refleja claramente una dependencia radiofónica de la Industria estadounidense, y aunque esto cambió para principios de los años 60, cuando México ya exportaba aparatos de radio; nuestro país dependió fuertemente de la industria estadounidense para poder crear sus *buques insignia* en cuanto a radiodifusión se refiere.

LA RADIO Y EL 19 DE SEPTIEMBRE (1985 Y 2017)

Es común pensar en la radio, como un medio masivo cercano, nos entretiene, informa y, en muchas ocasiones, existe una sensación de cercanía con quienes están del otro lado del micrófono al acompañar las actividades cotidianas con música, temas de interés o con la elocuencia del locutor/a en turno.

La mañana del 19 de septiembre de 1985 no fue distinta a otras para los habitantes de la Ciudad de México, al menos no hasta las 07:19 hrs.

Aún hasta nuestros días, es una costumbre para muchas personas encender la radio al amanecer, mientras se alistan para sus actividades cotidianas; de esta forma, buscan informarse y entretenerse mientras se preparan para el día.

La siguiente crónica, que aparece en el libro: *La radio, el despertar de un gigante*, narra lo acontecido aquella mañana y, de cierta forma, da a entender la importancia de la radio en aquel día, incluso en los tiempos cuando la televisión imperaba en el gusto de la sociedad: “El sopor del sueño se interrumpió por el intermitente sonido del despertador. Me levanté y, como siempre, encendí el radio para escuchar las noticias. Me preparaba para tomar un baño cuando, como una pesadilla, advertí un primer tirón brusco. La intensidad del movimiento era grande, muy grande, aunque nos encontrábamos en la zona `dura´ de la Ciudad de México, en ese momento sentía que, de un extremo a otro, los desplazamientos eran de 12 centímetros (...) ¡La tele! ¡veamos la televisión! En la pantalla sólo aparecía nieve, el canal 2 fuera del aire, Televisa, fuera del aire. La cosa era seria porque en Televisa hay planta de energía eléctrica (...) De pronto la ciudad se torna grande, tan grande como nunca antes lo fue, el teléfono, que desaparece las distancias, no funciona (...) La red telefónica está bloqueada. A medida que se aleja la mañana, azorados, confundidos, pasmados, nos damos cuenta de la magnitud de la tragedia. El único medio de comunicación vivo; La radio.” (Anda y Ramos, 2003, págs. 11-13)

Lo antes descrito, además de dar la perspectiva de la importancia que tuvo la radio el 19 de septiembre de 1985 para quienes no vivimos el terremoto, también evidencia la cotidianidad de muchas familias mexicanas de aquellos años.

También pone en contexto la funcionalidad de otros medios de comunicación e información como lo son la TV y el teléfono, mismos que no funcionaron adecuadamente durante las horas posteriores a la catástrofe en la Ciudad de México, cediendo lugar a la Radio como el único medio que sirvió como puente entre las personas y las distancias.

Muchas familias pudieron comunicarse, los equipos de rescate se agilizaron y miles de personas, no sólo en la ciudad, sino fuera de ella, se enteraron de lo que realmente estaba ocurriendo en el entonces Distrito Federal.

La tragedia evidenció el compromiso que tienen los medios de comunicación para con la sociedad y su audiencia; demuestra también la firme convicción que deben demostrar frente a las adversidades y los errores que deben enmendar para que su efectividad no se vea frenada por cuestiones técnicas.

“El día siguiente se inició sombrío, alucinante, espectral. Radio Red incansablemente, informaba sin incluir un sólo comercial. Núcleo Radio Mil poseía ya un vital sistema de reportajes y comunicación (...) La Televisión todavía no logra cubrir aquel dantesco panorama y la radio es nuevamente la única fuente de información instantánea (...) Pasó lo terrible y comprendimos que a la hora de la tragedia, la radio es el medio. Después, la radio regresó a su programación habitual: Música, noticias, comentario, comerciales” (Anda y Ramos, 2003, p.13)

La radio y el cine han sido testigos de las transformaciones, movilizaciones sociales e incluso desastres naturales (Carrasco, 2016); después de todo, no se puede pensar el sismo sin la labor periodística que se realizó aquel 19 de septiembre

Los sismos del 19 septiembre de 1985 demostraron la importancia de la labor social que puede desempeñar la radio, sobre todo, cuando la principal empresa televisiva del país, Televisa, dejó de transmitir por varias horas; la energía eléctrica se interrumpió por días en amplios sectores de la Ciudad de México y el servicio telefónico, tanto en la

capital como en el exterior del país quedaron suspendidas, debido a los daños en las centrales telefónicas de San Juan y Victoria.

No fue sino hasta marzo de 1986, cuando se restableció en su totalidad el servicio de larga distancia nacional e internacional. Debido a esto, el número de telegramas, que sumaron 685 466, los comunicados por radio y televisión fueron más de 39 000. (Ramírez, 2005 p.5)

¿Qué pasó en 2017? Esta fecha se encuentra aún muy fresca en nuestras memorias; no se puede olvidar que volvió la catástrofe a la Ciudad de México, el mismo día, pero distinto año. ¿Cuál fue el papel de los medios de comunicación, de la telefonía celular, de las redes móviles y, sobre todo, de la radio? ¿Se aprendieron de los errores que costaron la vida a miles 32 años atrás

La radio tuvo que demostrar la vocación con la que había nacido, la empatía con la que se fue desarrollando al ser cercana a la gente y el compromiso social con el se había consolidado, propósitos fundamentales de la comunicación social y de sus medios, que distan de solo entretener a sus audiencias.

Lo que en 1985 nos enseñaron los medios de comunicación masiva tradicionales, fue cómo aún tenían un valor social y empatía con las audiencias. Que más allá de las mentiras de sus espacios informativo-oficiales, también eran capaces de ser solidarios con los mexicanos.

Desgraciadamente en 2017 ha sucedido todo lo contrario. Desde los primeros minutos de la tragedia la sociedad civil una vez más opacó al gobierno, sobretodo al local y a las delegaciones, y la tecnología a los medios de comunicación. En menos de media hora la gran mayoría de los habitantes de la zona metropolitana del Valle de México había localizado a muchos de sus familiares a través de su celular, pero sobretodo a través de WhatsApp. Las redes sociales Facebook y Twitter jugaron el papel que hace treinta y dos años jugó la televisión abierta (...) Televisión y radio, olvidaron su función social, su fin comunitario y se dedicaron a tratar de obtener primicias de una manera mezquina y sin importarles los seres humanos enfrente de la pantalla del otro lado del receptor de radio,

pero lo que es peor sin importarles el ser humano que tenían enfrente, siendo víctima de una tragedia. (Enríquez, Armando, México, consultado en 2018, recuperado en: <https://bit.ly/2XCD3bs>)

El anterior texto corresponde al productor y escritor de televisión Armando Enríquez Vázquez, *posteado* en Internet, en el que relata su vivencia y análisis de ambos sismos y el papel que jugaron medios de comunicación y sociedad civil, donde se evidenció las ausencias por parte del gobierno para afrontar la desgracia.

La radio no logró en 2017 ocupar el lugar que tuvo durante el sismo de 1985; más bien sirvió, durante las primeras horas posteriores a la tragedia, como una repetidora de información no siempre confiable, pues obtenía sus reportes en primera instancia de usuarios de las redes socio-digitales como *Twitter* y *Facebook*. Este fue el caso de W Radio y de muchas otras estaciones que en busca de ofrecer inmediatez en la información leyeron reportes en vivo obtenidos de las fuentes anterior citadas

(W Radio, 18 Septiembre 2018, “Así se vivió el sismo del 19 de septiembre de 2017 por W Radio” [https://www.youtube.com/watch?v=4yy_Sba782w])

Hablar de la implementación de *WiFi* gratuito en México, mediante múltiples zonas de acceso, es casi impensable, sobre todo porque la telefonía móvil y sus paquetes de datos son un mercado importante para las empresas de telefonía celular, sin embargo, una alternativa viable para el uso de la radio como medio alternativo durante las catástrofes sería que, como sugiere la Comisión Federal de Comunicaciones de EE.UU, todos los teléfonos fabricados contaran con el chip de FM.

“El papel de la radio en el terremoto que sacudió el centro de México fue igualmente relevante, destacando especialmente la labor de la cadena W Radio (perteneciente a PRISA Radio) que, junto a otras estaciones locales, mantuvo sus emisiones analógicas en OM y Frecuencia Modulada (FM), recogidas por la población mediante receptores de toda la vida, el chip de FM de los teléfonos móviles, los receptores de los coches, etc. Cobra fuerza, por tanto, la tantas veces repetida reclamación para que todos los teléfonos móviles tengan activado el chip de FM, no solo para evitar el gasto de datos sino, como ha advertido la Comisión Federal de Comunicaciones de EE.UU, para poder recibir anuncios de seguridad de vital importancia durante emergencias. Este mensaje para

navegantes iba dirigido expresamente a Apple, que ha eliminado el chip de los dos últimos modelos de iPhone (7, 8 y posteriores)".

La Radio en las catástrofes una responsabilidad social ante todo, México, 2017, visto en: <https://bit.ly/2y5rOhb>.

Pese a que muchos teléfonos móviles cuentan con el chip de FM activado, se puede que empresas como Apple, han eliminado dicho dispositivo de sus más recientes modelos de teléfonos móviles, lo cual podría indicar que muy pronto otras compañías como Samsung, LG o Huawei también tomen esta decisión, con lo cual disminuirá el número de dispositivos móviles que cuenten con esta opción.

LA RADIO ABIERTA EN MÉXICO

La manera en cómo se produce la radio se ha ido modificando para ir hacia lo digerible, rápido, de fácil uso y manejo, a tal grado que en nuestros días un operador puede ser locutor al mismo tiempo y transmitir, por medio de internet, desde una computadora en casa, así como para preparar los contenidos para la emisión.

"La década de 1970 fue un momento de inflexión para el sistema capitalista y para el mundo en general [...] La producción es uno de los espacios que más se modificó. Algunos cambios se fueron dando paulatinamente por lo que pueden pasar desapercibidos pero si miramos la forma de producir radio hace 10 años, sin lugar a duda se generaron grandes transformaciones." (Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe AMARC ALCLA radio después de la radio, Buenos Aires, 2011).

Estas transformaciones cambiaron con el paso del tiempo y el avance tecnológico; muchas de las herramientas que se utilizaban antes para tareas que ahora se ven simples, como la musicalización de un programa, la participación o colaboración de terceros vía telefónica de algún radioescucha o colaborador o, simplemente, el uso de efectistas, han desaparecido o se han modificado a fin de hacer la transmisión o la grabación de algún programa radiofónico, más sencillo y hacia lo práctico.

Sin embargo, aún quedan las siguientes interrogantes ¿Cómo es que antes se producía un producto radiofónico de manera abierta? Es decir, ¿Qué era lo que se necesitaba para lanzar una emisión “en vivo”? ¿Cuál era la preparación de los locutores y/o conductores para estar frente al micrófono? ¿De qué se prescindió con el pasar de los años dentro de una cabina radiofónica?

“El proceso de producción de un programa de radio se inicia con una idea [...] Generalmente, el departamento de producción de una radiodifusora está compuesto por un director o jefe de producción, productores, investigadores, guionistas o escritores, entrevistadores, editores, musicalizadores y sonidistas, operadores o controlistas, locutores o presentadores y realizadores o directores de grabación.” (Pilar Vitoria, p.112 1998).

Lo anterior, hace referencia a cómo es que se producía radio anteriormente. Si bien es cierto que el papel de muchos de los aspectos antes mencionados sigue siendo crucial para la producción de un programa radiofónico, hay algunos papeles como el del musicalizador o sonidista que quedan desplazados o fusionados con. otros, debido al avance tecnológico y social del medio.

SEÑAL ANÁLOGA Y DIGITAL

Para entender la diferencia entre la radio por y en Internet, es necesario detenerse en la radio análoga, que es la que hasta el momento concentra el mercado y las ofertas radiofónicas en nuestro país.

Al respecto, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe establece que la radio digital no es lo mismo que la radio en Internet o radio *on-line*:

“En la radio análoga -la que utilizamos actualmente- se emiten señales de audio que podríamos equiparar a las ondas del sonido. En cambio, en la radio digital el sonido se convierte en dígitos -ceros y unos- para conformar una señal. En ambos casos las ondas

utilizan el espectro radioeléctrico y el aparato receptor debe convertirlas en ondas sonoras captables para el oído humano.” (AMARC, 2011, p. 11).

Si bien existe una diferencia meramente técnica al hablar de lo análogo y lo digital también es importante explicar que existen diferencias entre la radio tradicional o abierta, transmitida única y exclusivamente por las *ondas hertzianas* de la AM y FM, y las producciones realizadas para la internet, mismas que más adelante se abordarán como radio en internet y radio por internet. La diferencia es que la primera es una mera retransmisión que hacen las emisoras de la radio abierta en la Internet y la segunda ofrece contenido pensado y hecho única y exclusivamente para ser transmitida por internet.

En el caso de la radio digital y la radio análoga, ambas categorías comparten similitudes. Sin embargo, su forma de producción, su audiencia y la manera de transmisión cambian considerablemente.

La discusión sigue abierta sobre el funcionamiento y eficacia de ambos tipos de radio; quienes impulsan a la radio en internet, dicen que su uso permitiría un mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico, la calidad del sonido mejoraría y se vería reflejado en formatos radiofónicos como el musical y la compatibilidad radio-nuevos receptores, como por ejemplo los celulares, se verían incrementada.

En nuestro país, actualmente no existen los medios y recursos económicos para realizar una digitalización completa de toda la banda de estaciones activas en la AM (amplitud modulada) ni en la FM (frecuencia modulada); sin embargo, en los últimos años se han dado avances importantes a tal grado que ya se cuentan con los primeros 190 canales digitales en la frecuencia modulada

¿Qué son los canales? La tecnología de radio digital permite sub-dividir el espectro de radio hasta en cuatro nuevos canales digitales para llegar a más públicos, hacerse de ingresos adicionales y permitir que segmentos de la sociedad accedan a este medio de comunicación.

El medio que experimentó el cambio de señal fue la TV en 2015 durante el llamado *apagón analógico* que dejó a millones de televisiones análogas sin señal y dio inicio a la era de la Televisión digital en nuestro país.

En 2015, Noruega fue *punta de lanza*, en cuanto a innovación se refiere, al convertirse en el primer país del mundo en migrar completamente su señal de la Frecuencia Modulada a una digital. Hoy a la lista se le suman en Europa: Dinamarca, Suiza y Reino Unido dando lugar al uso predominante del estándar de emisión de radio digital DAB (siglas del término en inglés digital audio *broadcasting*) o DAB+

Cabe destacar, que en México aún no existen condiciones para lograr un apagón completo de la FM, aunque los 190 canales en esta frecuencia dan prueba de que este camino está trazado y en las próximas décadas se podrá aprovechar su máximo potencial.

Las ventajas son muchas y benefician tanto a la industria y sus productoras concesionadas con la sub-división de canales y una mayor rentabilidad comercial, como al consumidor promedio al eliminarse la interferencia y la estática producidas por condiciones geográficas; no obstante el mayor reto que enfrenta “El apagón digital en la radio” a nivel mundial son aún los receptores que en su mayoría tendrían que ser reemplazados o adaptados (como sucedió con el apagón análogo en la TV) a receptores exclusivos de señal digital

En el siguiente capítulo se abordará la diferencia entre radio en internet, por internet, ciberradio y la radio *on-line*.

CAPÍTULO II

LA RADIO, SU MUNDO Y FORMATOS

El siguiente apartado estará dedicado al marco conceptual que servirá de guía para analizar el tema de la presente investigación y los fenómenos que rodearon a *Rock 101*, antes y durante la transición de la señal analógica a la digital.

El tema se estudia bajo distintas perspectivas, entre ellas, la de Carlos Scolari con las hipermediaciones; la de Martín Barbero con respecto a las mediaciones previas al análisis de Scolari; el concepto de Ciberradio, expuesto por Mariano Cebrián Herreros y los nuevos medios descritos por Lev Manovich.

CIBERRADIO (RADIO EN INTERNET)

El concepto de Ciberradio es acuñado por Mariano Cebrián Herreros en *La Radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*, donde explica la diferencia entre la radio análoga, la radio por internet, la radio en internet y la Ciberradio.

Retomar estas diferencias es fundamental; como punto de partida, hay que concebir a la radio por internet como una retransmisión de la señal análoga por internet.

“La denominación de radio por internet se refiere a una concepción instrumentalista de Internet como mero soporte de difusión. Es la radio tradicional que encuentra en Internet una vía para ampliar su difusión por otros campos. Esta fue la primera fase ensayada por la prensa y por la radio. Transmite la idea de que se parte de la concepción tradicional de la radio y que lo mismo que se emite por las ondas hertzianas, por satélite, o por cable, ahora llega por una cuarta vía: Internet. Falta una concepción más integradora, en la que se fusionen los dos mundos para dar origen a una nueva radio.” (Cebrián, 2008, p.24)

Lo anterior, establece una clara diferencia entre la radio en internet -de la cual hablaremos más adelante- y la radio por internet, misma que únicamente sirve como una vía de difusión para publicistas, grupos radiofónicos e inversionistas. Esto se puede ejemplificar como la televisión: existen distintas formas de recibir información, por antena,

por satélite, por cable, pero, en teoría, es el mismo contenido; es solo una vía alternativa de consumo.

Lo mismo sucede con la radio por Internet, que se debe de entender como un medio más de difusión y no como una plataforma con contenidos exclusivos. Es cierto que, si bien es una forma más de recibir o sintonizar la señal de la radio abierta, la radio por internet, por su practicidad, puede acercar a otro tipo de audiencias a los contenidos transmitidos de manera tradicional.

Cebrián menciona una fusión entre la radio tradicional y la radio por internet, es decir, la posibilidad de plantear a una nueva radio, con nuevas características que acerquen a los escuchas aún más y la interacción esté más presente. Algunas de las ventajas que podrían presentarse serían las siguientes:

“Mejor acceso: podemos acceder a cadenas de todo el mundo, cosa que no se puede hacer con la radio tradicional (...)

Una más variada oferta: la que nos permite acceder a cadenas de radio de otros países. Asimismo, la reducción de costes que hace que proliferen cadenas especializadas en géneros más minoritarios

Mayor disponibilidad: Necesitamos simplemente un dispositivo de acceso a Internet y una conexión de banda ancha” (AA.VV (Varios Autores)., 2006:45)

Las ventajas de esta radio híbrida son notorias, mejor acceso, la accesibilidad mejorada; si bien no es algo que podamos hacer con la radio tradicional, sirve para que la audiencia convencional pueda abrir sus fronteras sonoras y escuchar lo que otros países están haciendo en la radio, similar con las bienales de radio, pero sin salir de casa; consultar formatos que quizá dentro de sus fronteras se han olvidado- como las dramatizaciones o las radio novelas- o simplemente saciar la curiosidad que produce tener acceso sin fronteras al contenido radiofónico internacional.

“Es el nacimiento de un medio distante de la radio tradicional y de internet para conseguir una integración unitaria de ambas.” (Cebrián, 2008: 25)

Cebrián acuña el concepto de *ciberradio*, englobando el nacimiento de una radio híbrida entre lo tradicional y lo aportado por internet con todas las ventajas o desventajas que esto conlleva.

Entonces ¿Por qué el autor habla de radio en internet y no de *ciberradio* si en teoría es lo mismo? Cebrián explica que se mantiene este lineamiento por cuestiones de claridad y de percepción inmediata; Mariano Cebrián considera que si habla de lleno, desde el título del libro de *Ciberradio*, quizá los lectores se sentirían confundidos y establece que sería mejor abordar el nuevo término a lo largo de su obra. De acuerdo a Cebrián:

“La ciberradio asume los elementos de internet como algo propio de sus contenidos y tratamientos, incluso con sus formas, expresivas visuales (...) Se parte de la concepción de las webs, pero se amplían sus ámbitos. La Web aporta la dirección URL de acceso a la emisora radiofónica. Muchas webs no vinculadas a las emisoras de radio poco a poco van incorporando diversos documentos sonoros, y las propias de las cadenas y emisoras acogen unas ofertas de contenidos: Programación completa, partes de la misma, o fragmentos de programas.” (Cebrián, 2008: 26).

Lo anterior, ilustra que, pese a que la ciberradio y la radio tradicional comparten similitudes y que, sin una no pudo haber existido la otra, los contenidos, las formas consulta y muchas otras características cambian, debido a su misma naturaleza. Por ejemplo, hoy en día, es casi imposible pensar a una estación de radio en la frecuencia modulada o en la amplitud modulada sin interacción alguna con su audiencia mediante la Internet; muchas de las dinámicas en las cuales se encuentra implícita la comunicación emisor-audiencia están relacionadas directamente con el uso de la internet y de las redes socio-digitales, también llamadas redes sociales.

Aunque en un inicio la oferta *on-line* que tenían las emisoras era limitada y únicamente se centraba en ofrecer información básica como los colaboradores, locutores y representantes de la estación, su barra programática y algunos archivos sonoros, la relación Internet- emisora, poco a poco, se fue haciendo más cercana e imprescindible.

“A veinte años de distancia la relación entre radio e internet se hizo más estrecha. Prácticamente todas las emisoras de radio en las grandes ciudades del país ya transmitían en tiempo real en sitios web y mediante aplicaciones disponibles en los dispositivos móviles. Las redes sociales también modificaron las posibilidades de la comunicación y la interacción entre las radiodifusoras y sus audiencias. Incluso hay quienes aseguran que la radio se hará sólo por Internet. Más bien el camino para la radio abierta era y seguirá siendo la convergencia, sin renunciar a lo más fundamental: las palabras, la música y los silencios.” (Sosa Plata, 2016: 207).

LA DIGITALIZACIÓN

Antes de hablar de lleno sobre las hipermediaciones, es necesario detenerse en la digitalización, ya que, en esencia, las hipermedicaciones, son los viejos medios convertidos, mediante la digitalización, a lo que, posteriormente, Lev Monovich llamará: *los nuevos medios*.

La digitalización, como sugiere Carlos Scolari, es un proceso que trae como resultado la simplificación y la practicidad en el uso de las tecnologías sometidas a dicho proceso. En términos de producción -al menos en el medio radiofónico- es de mucha ayuda; hoy en día, se puede manipular, mediante la digitalización, el audio original y modificarlo después de la grabación.

Una vez que se digitalizaron los primeros archivos -básicamente de audio como la señal telefónica y la música- y con la aparición de computadores personales más potentes capaces de descomprimir las señales cada vez más rápido, la digitalización se extendió a nuevas áreas no exploradas para este proceso y permitió la universalización y fácil manejo de los archivos digitalizados.

Tal es la importancia de este proceso, que, hoy en día, sería imposible imaginar el mundo de la comunicación digital y todas las producciones que aquí se engloban sin la digitalización. Esto queda ilustrado por Scolari, cuando menciona que un proceso que se pensaría 100% analógico, como la elaboración de un libro, es desarrollado, en gran parte, a través de herramientas digitales.

“Si no fuera por la tecnología que permite traducir lo analógico en digital, no habría comunicación digital. Es más, podría decirse que a estas alturas toda la comunicación mediatizada es digital. Más allá del soporte final del producto (papel, emisión radiofónica o televisiva, web), en mayor o menor medida todo el proceso de producción se ha digitalizado.” (Scolari, 2008)

Manovich se refiere a los nuevos medios como aquellos que se consultan ahora de manera digital, es decir, un libro impreso, aún de manera tradicional, no puede ser catalogado como *nuevo medio*, sin embargo, uno que es consultado y distribuido a través de una computadora, un Smartphone, o un algún dispositivo digital, si es considerado como nuevo medio, pese a su condición idéntica al original, aunque el contenido del mismo sea igual que el de edición física.

“La comprensión popular de los nuevos medios los identifica con el uso del ordenador para la distribución y la exhibición, más que con la producción. En consecuencia, los textos distribuidos por ordenador, como los sitios web y los libros electrónicos, se consideran nuevos medios, mientras que los que se distribuyen en papel, no. De la misma manera, las fotografías que se colocan en un CD-ROM y requieren de un ordenador para poderlas ver si que se consideran nuevos medios, pero no las mismas fotografías impresas en un libro.” (Manovich, 2005 :63)

Aunque Manovich en *Los nuevos medios* aborda el tema de los nuevos y los viejos medios, enfatizado principalmente al cine y los medios audiovisuales, es casi imposible no pensar en la radio, cuando el autor menciona las cinco nociones básicas que caracterizan a los nuevos medios, mismas que se muestran a continuación:

	Nuevos Medios	Viejos Medios
Codificación	Al ser, en esencia, medios analógicos convertidos a una representación digital, estos son discretos y funcionan mediante principios de codificación distintos.	Son continuos y no discretos. Un ejemplo de esto, es el funcionamiento del cine, que toma muestras del tiempo 24 veces por segundo.
Soporte	Los textos, las imágenes fijas, archivos de audio o vídeo convertidos, mediante la digitalización, pueden ser reproducidos en distintos soportes (Computador, TV, celulares etcétera.)	Debido a que se guardan los datos de manera secuencial, no es posible la reproducción en distintos soportes.
Pérdida de información	La digitalización y, por ende, los nuevos medios, comprende, inevitablemente, una pérdida de información, pues se contiene una cantidad fija de la misma.	Una representación analógica puede presentar una pérdida de calidad en cada copia hecha del medio, mas no de información.
Degradación por copia	Los medios codificados digitalmente se pueden copiar de manera ilimitada y sin degradación	Cada copia del medio presenta una pérdida de calidad.
Interactividad	Son interactivos pues permiten que el orden de presentación pueda ser modificado.	El orden de presentación viene fijado, como ejemplo de ello, recordaremos que, previo a los reproductores de mp3 o digitales, no podíamos saltar hasta nuestra canción favorita en los CD, Cassetes o Viniles.

En la anterior tabla, se puede constatar que el proceso de digitalización trae consigo algunas ventajas que los viejos medios no poseen, entre ellas, la posibilidad de reproducir un documento/archivo en distintos soportes, la velocidad de carga optimizada y, con ello, el acceso a un documento a una mayor velocidad y la posibilidad de modificar el orden de presentación establecido.

Bajo la óptica de Cebrián, las Ciberradios y de Manovich con los nuevos medios, se plantean las siguientes interrogantes: ¿*Rock 101* es un ejemplo de Ciberradio, es decir, ¿Es un nuevo medio? La respuesta, es sí.

En el caso específico de *Rock 101*, cabe destacar, desde la postura de ambos autores, que esta estación en Internet, que antaño perteneció a la frecuencia modulada, es una Ciberradio, pues comparte la mayoría de las características expuestas por Cebrián y también es un nuevo medio, aunque esta no sea una estación en la radio digital, debido a las características con las cuales aún cuenta *Rock 101*, tales como su accesibilidad, el soporte, la interactividad, entre otras.

Después de salir del aire, el 16 de agosto de 1996, *Rock 101*, tras un receso de 14 años, se ha convertido, en lo que llama Manovich: un nuevo medio. La radio por internet, según Cebrián, significa estaciones que utilizan a la red, no como plataforma, sino como vía de repetición únicamente, es decir, que transmiten exactamente lo mismo que la radio abierta, pero por Internet.

El propósito, llegar a más personas en la era de las TIC'S, la forma en las que estas se consumen hoy en día y, sobre todo, la inmediatez que se busca al momento de consultar la información o el entretenimiento

Rock 101 es una Ciberradio por el hecho que su programación no está anclada a la señal análoga y los contenidos son pensados, única y exclusivamente, para ser transmitidos en Internet, a diferencia de alguna vez transmitió en la señal análoga en la frecuencia de 100.9

Es importante señalar, que el medio radiofónico -al menos en nuestro país- aún no entra de lleno a procesos de digitalización, como la televisión. Medios como la televisión, el teléfono y hasta la comunicación móvil ya funcionan bajo principios digitales, cuando, hace un par de décadas, esto hubiera sido una imposible pues, al menos a nivel

general, los hogares en México no contaban con la posibilidad de sintonizar la televisión digital.

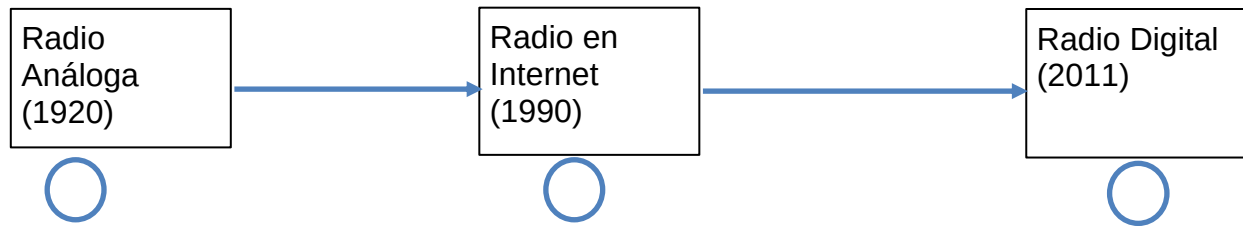
No existía tal tecnología en las televisoras, ni tenían acceso a la telefonía digital por las mismas razones.

Hablar de digitalización en los medios de comunicación es complejo; nos encontramos en un momento de coyuntura, donde no se puede pensar en un salto de lo analógico a lo digital, cuando, en un futuro, se puede hablar que todo ya se encuentra digitalizado y que lo análogo será obsoleto. Esto último lo explica Cebrián, retomado anteriormente por Manovich:

“En pocas palabras: el adjetivo digital tiene los días contados porque cada vez dice menos. La digitalización es fundamental porque permitió el nacimiento de las nuevas formas de comunicación, pero desde el momento en que todo el proceso de producción y los textos creados se digitalizan, es probable que esta característica desaparezca del discurso (no sólo teórico) porque no servirá para identificar a un producto o medio en particular. Lo digital es, sin duda, un elemento básico de los nuevos medios, pero desde una perspectiva teórica aporta poco a la caracterización de las nuevas formas de comunicación.”

La llegada de la digitalización es una etapa en el cual muchos procesos se simplificaron y que, a juzgar por la lectura que hace Scolari sobre este momento, todo pareció más sencillo para el mundo de la comunicación. El almacenamiento se simplificó los procesos de producción; en cuanto a tiempos se refiere, se vieron beneficiados; en el caso de Noruega, con su radio digital, se puede constatar que se amplió la oferta radiofónica y se redujeron costos en producción. La digitalización, en concreto, revolucionó la comunicación mediatizada.

Para fines prácticos –y para un mejor entendimiento–, la radio se puede ubicar en tres momentos: Cuando aparece la radio análoga, el auge de la radio en Internet y la reciente aparición de la radio digital.



Fuente: Manovich, 2005 :65

Con la definición previa de la digitalización -y las características de la misma-, la postura de Manovich con los Nuevos y los Viejos medios y la definición de ciberradio expuesta por Cebrián (en el entendido de que *Rock 101* es una Ciberradio), se plantea la siguiente pregunta ¿Qué son las hipermediaciones?

HIPERMEDIACIONES

Cuando Carlos Scolari habla de las hipermediaciones, básicamente, parte de la interrogante, ¿Puede una tecnología -o el uso de ella- reformular una teoría?, es decir, re-plantearla, básicamente. Lo que el autor plantea es que los fenómenos sociales que acontecen, hoy en día, no se circunscriben únicamente a una posición geográfica ni a un grupo de personas en específico, sino que forman parte de un contexto global y extenso.

Desde su óptica, lo anterior puede llegar a cambiar una teoría, enriquecerla, fortalecerla y adaptarla a los nuevos tiempos o, simplemente, someterla a una *tropicalización* local para que puedan ser estudiadas en su contexto sin perder de vista lo ocurrido en otros sitios del mundo que puedan servir como referencia para el tema.

“Sin perder de vista la especificidad de cada sociedad, los procesos que hoy nos afectan, no son exclusivos de una clase geográfica o de un continente social, sino que pertenecen a una dimensión global. Es igual pensar en las nuevas formas que va adoptando la comunicación digital desde América Latina que desde el Raval de Barcelona o desde un suburbio de Singapur. Podemos decir que (...) Todos vivimos en una cultura de frontera donde se expresan nuestras modernidades desviadas. Nos guste o no, de un lado u otro del muro, todos vivimos en una Tijuana digitalizada (...) Si algo nos ha enseñado la

comunicología Latinoamericana es que la tecnología, cultura y sociedad van de la mano.” (Scolari Carlos, 2008, p.13-14).

Hacer ver que la tecnología, sus avances y problemáticas o fenómenos que derivan de ella son universales nos ayudará a tener una percepción más abierta de los temas abordados.

Así como *Rock 101* logró ser una estación pionera, al migrar de la radio abierta a la ciberradio, según lo expuesto por Cebrián, existen más ejemplos alrededor del mundo que ilustran la posibilidad de hacer lo antes mencionado.

Un caso que si bien no ilustra a la perfección lo que es y debería ser un Ciberradio, pero que hizo historia en el mundo y en el medio radiofónico, es el de Noruega, el primer país en migrar completamente de la radio analógica a la digital en todas sus frecuencias.

“Bajo la mirada vigilante de otras naciones, Noruega se ha convertido este 11 de enero de 2017, en el primer país del mundo en apagar su señal de Frecuencia Modulada (FM). Según el gobierno, Noruega tiene 22 estaciones nacionales de radio digital, y aún hay espacio en su plataforma digital para otras 20.” (BBC Mundo, 11/enero/17)

La migración que tuvo Noruega no sólo devino en el cambio y aumento en la oferta radiofónica de la radio nacional, sino también en un ahorro considerable de energía, que también apoya las bondades de la digitalización.

La ministra de Cultura de Noruega, Erna Solberg, estimó que la digitalización de las emisiones de radio por la frecuencia modulada (FM) es ocho veces mayor que por la red de retransmisión digital de audio (DAB), debido a que consume menos energía y así contribuye al ahorro de energía a favor de Noruega.

Otro concepto que es necesario abordar es el de la Hipermedia, que, según Scolari, se refiere a:

“Una buena parte de las propiedades que distinguen a las nuevas formas de comunicación la hipertextualidad dentro de un contexto de convergencia de lenguajes y medios. En ese contexto podemos definir a la hipermedialidad como la suma de hipertexto más multimedia” (Scolari;113)

Para llegar a lo anterior, Scolari se centró en lo señalado por Martín Barbero, doctor en filosofía, quien presentó años antes lo propuesto por Scolari, pero desde su óptica:

“El concepto de mediación es utilizado para abordar el tránsito de las culturas populares a las culturas de masa (...) Desde una perspectiva cultural, las mediaciones abordan el fenómeno de la comunicación de masas como una arena de negociación entre distintos integrantes de las sociedades, en particular, Estado, burguesía, comunidades rurales y las nacientes masas urbanas.” (Barbero, 1998)

Las Hipermediaciones y las Mediaciones se diferencian, básicamente porque:

“La teoría de las mediaciones propuestas por Martín Barbero habla de los medios masivos y sus contaminaciones con las culturas populares, las hipermediaciones construyen su mirada científica a partir de los nuevos espacios participativos de comunicación y su irrupción en los medios masivos. En este sentido, se interesan más por estudiar las hibridaciones de lenguajes y la convergencia de medios que centrarse en un medio en particular.” (Scolari, 2008; 115)

Es decir, no se puede comparar el campo de estudio de la comunicación de masas en los tiempos de Martín Barbero y su propuesta, a lo que hoy se vive; es por ello, necesario diferenciar ambas propuestas.

Barbero afirma que los medios masivos de masas cumplieron un papel fundamental, principalmente a inicios de la modernidad, debido a sus características y a su aprovechamiento durante esas décadas; sin embargo, hoy en día, dichos medios perdieron buena parte de su alcance, poder y homogeneidad, debido a lo que él llama: ‘Una desmasificación de la información y a una fragmentación de las identidades.’ (Barbero, 1998).

Barbero agrega que, pese a que la mayoría de los estudios de comunicación se han centrado en medios como la radio y la prensa, en lenguajes como el cinematográfico,

televisivo y en géneros como la telenovela y los noticiarios, las hipermediaciones -al ser una aportación más reciente e integral conforme a las nuevas ramificaciones de estudio- apuntan a una agrupación de lenguajes, la reconfiguración de los géneros y a la aparición de nuevos sistemas semióticos, caracterizados por la interactividad.

Es decir, los estudios centrados en las hipermediaciones amplían su campo de estudio; no solo se centran en los medios tradicionales, lenguajes y géneros ya existentes, también explican lo acontecido socialmente alrededor de los nuevos medios a los que hace alusión Manovich y su interacción con la sociedad.

Aunque la Teoría de las Medicaciones y la de las Hipermedicaciones parecieran opuestas, no es así; es decir, sin el previo aporte de Martín Barbero en su época, Manovich no hubiera podido abordar las hipermediaciones como lo hizo.

La siguiente tabla ilustra, de manera más explícita, las diferencias entre las mediaciones, anteriormente propuestas por Barbero y lo retomado y analizado nuevamente por Scolari, años más tarde, con las Hipermediaciones

Mediaciones	Hipermedicaciones
Soportes analógicos	Soportes virtuales
Estructuras textuales lineales	Estructuras hipertextuales
Consumidor activo	Usuario colaborador
Baja interactividad con la interfaz	Alta interactividad con la interfaz
Modelo difusionista (uno a muchos, fundado en el Broadcasting (radio, televisión, prensa)	Modelo muchos a muchos, fundado en la colaboración (Wikis, blogs, plataformas participativas
Confluencia/tensión entre lo masivo y lo popular	Confluencia/tensión entre lo reticular/colaborativo y lo masivo
Monomedialidad	Multimedialidad/Convergencia

FUENTE: Martín Barbero (1987) y aportaciones del autor.

Algo que se puede identificar en la tabla, es que el papel del emisor y receptor; hablando de un esquema de comunicación tradicional, cambió, es decir, el papel del receptor dejó de ser enteramente pasivo y logró tener interacción en la teoría propuesta por Scolari.

Lo que realmente sucedió es que se “desmonopolizó” el papel del emisor y, gracias a las nuevas plataformas, una persona desde su casa, con el equipo necesario, puede realizar una transmisión, escribir un *blog* o participar en un *Wiki*.

También se convirtió en un *prosumidor*, término utilizado para referirse a un consumidor que abandonó parcialmente su pasividad en el esquema comunicativo tradicional para también aportar y comunicar.

En la Teoría de las Hipermediaciones se aborda a los nuevos medios descritos por Manovich y se estudia la interacción de estos con la sociedad contemporánea.

Sin duda alguna, se están viviendo nuevos desafíos, los llamados Nuevos Medios; los papeles de los actores tradicionales del esquema comunicativo, es decir, emisor y receptor se han modificado.

Rock 101 -que en antaño perteneció a la radio abierta y después de varios años de inactividad, reinicio transmisiones- se convirtió en un nuevo medio al pasar a la Internet, es decir, se convirtió en una ciberradio. Su contenido se transmitía a través de la red luego de haber sido parte de la frecuencia modulada.

Ahora que existe una visión diferenciada de lo que es una radio por internet y una radio en internet (ciberradio), es posible revisar los cambios que trajo consigo la digitalización; enunciar las características de los nuevos medios, propuestos por Manovich y las teorías enunciadas por Barbero y Scolari, referentes a las Mediaciones y a las Hipermediaciones, respectivamente.

PODCASTING

El *Podcasting* es uno de los términos más jóvenes, en cuanto a origen se refiere. Comprender su significado ayudará a entender su conexión con la Ciberradio y su relevancia dentro del mundo de la radio en y por Internet.

“El podcasting, dentro de la radio en Internet, aparece como una extensión sindicada de los oyentes de la ciberradio (...) Se ha ampliado a terrenos externos a las emisoras de radio y alcanza otros tipos de empresas y a la diversidad de webs desde las cuales se pueden difundir o distribuir contenidos sonoros” (Cebrián; p.200)

Los *podcast* no únicamente se circunscriben a un solo tipo de público, sino, por sus características, pueden llegar más lejos, tener diversidad de usuarios y ser más efectivos que las transmisiones de radio tradicionales.

Al respecto, Cebrián se cuestiona lo siguiente: ¿Es una continuación de la radio? ¿En qué se diferencia de los *audiocassetes* y qué relaciones mantiene con otras modalidades como los *blogs*? ¿Aporta alguna novedad a los procesos de comunicación interactiva y, en particular, a la radiofónica? Cebrián define al *Podcast* y su alcance de la siguiente manera:

“*Podcasting*” es un acrónimo procedente de las palabras *iPod* (cápsula) y *broadcasting* (radiodifusión) o *Webcasting* (difusión por una web de internet). A veces se resalta el término *Podcast* como derivado de Portable on Demand Broadcast (Emisión portátil bajo demanda). Se fundamenta en la tecnología RSS (Really Simple Syndication) o formato de archivo empleado para la distribución sindicada de los contenidos de una web, en este caso, los contenidos de un archivo de audio (...) Se diferencia del streaming o reproducción y descarga en tiempo real por la suscripción automática para la obtención de contenidos de audio. (Cebrián; p.200)

¿Es el *Podcast* una extensión de la Ciberradio? Si, pero referido a los equipos móviles; no es meramente una transmisión bajo demanda, ya que requiere de una suscripción a un servicio o descargar el contenido a un dispositivo móvil o computadora.

Un ejemplo actual de *podcasting*, lo podemos encontrar en la plataforma llamada *Convoy Network*, aplicación para dispositivos móviles que ha tenido un incremento en el número de suscriptores, debido al contenido diversificado que va desde reseñas de contenidos hasta *Podcasting* documental, así como al *renombre* de algunos de sus locutores/conductores como Olallo Rubio o Clauzen.

Por una cantidad de 49.00 MXN al mes, un usuario puede escuchar, descargar y almacenar el contenido que esta plataforma ofrece a su público; en este sentido, podemos decir que el *Podcast* es una ciberradio personal.

“Diferente a las anteriores convergencias de la radiodifusión hertziana con los registros en audiocinta y de otras aproximaciones de portabilidad como el transistor. El *podcasting* se une a los soportes de registro digitales como el MP3, el iPod, pendrive o el disco duro y aporta la digitalización, la interactividad, la búsqueda, los enlaces la ruptura del tiempo fugaz y otros elementos que le distancian claramente de las innovaciones y experimentaciones anteriores. Es un proceso tecnológico que facilita la descarga automática de programas o de contenidos fragmentados radiofónicos. Es una presentación nueva que trata de abrirse camino en el contexto radiofónico y multimediático” (Cebrián, p.200)

Pese a que la *Ciberradio* y el *Podcasting*, por sus características, pueden ser fácilmente confundidos, hay una diferencia medular que tiene que ver con la disponibilidad de consulta de cada una de estas variantes. Mientras que el *Podcast*, una vez descargado, puede ser consultado en cualquier parte a través de un dispositivo móvil; un programa radiofónico, en cambio, en una *Ciberradio* requiere de una conexión estable a Internet.

Pongamos de ejemplo, una vez más a *Rock 101* y a *Convoy Network*; suponiendo que un usuario de la plataforma de Podcast recién descargó la App, pagó su suscripción y descargó del catálogo algún Podcast de su Interés; este usuario puede consultarlo incluso en el transporte público, sin paquetería de datos móviles activa, sin conexión vía WiFi a Internet y, sobre todo, utilizando únicamente su teléfono celular o dispositivo móvil; en cambio, si este mismo usuario quiere escuchar *Rock 101* en un horario de 12:00 a 15:00 hrs. el episodio 36 a *la Sombra* desde el metro, no podrá acceder si este no activa su conexión móvil a internet.

De esta forma, puede concluirse que, una *Ciberradio*, como lo es *Rock 101*, no cuenta con la practicidad con la cual el Podcast nace y se diferencia del *streaming*, al ser esta una emisión en vivo, pensada para ser consumida en dispositivos móviles.

También es necesario hacer una diferenciación entre lo que es el *Podcast* y lo que las emisoras de radio abierta hacen creer a sus audiencias que es un *Podcast* con el

propósito de utilizar, de manera habitual, su contenido -completo o fraccionado- y así llegar a más personas.

Aunque en sentido estricto el *Podcast* es toda aquella producción que, bajo una suscripción o no puede ser descargada y, posteriormente, escuchada en cualquier sitio, existe un *arquetipo* del mismo que no corresponde al concepto original del *Podcast*, es decir, es un fragmento de una transmisión en vivo –o una transmisión completa– que se *cuelga* posteriormente, en alguna plataforma digital para quienes no pudieron escuchar el programa.

RADIOBLOGS

Pese a que existe la creencia de que las mediaciones únicamente incorporan un sistema comunicativo lineal, en el cual el emisor sea capaz de emitir un mensaje sin ningún tipo de retroalimentación por parte del escucha, existen formas en las cuales, medios, como los blogs de noticias o las radios en internet, puedan tener una participación con sus escuchas o lectores: los blogs de noticias *online* y los radioblogs.

“Los radioblogs se refieren a los blogs promovidos desde las cadenas y emisoras radiofónicas o, mejor dicho, ciberradiofónicas, para que sus seguidores puedan incorporar los casos, datos, ideas y opiniones que consideren en torno a los temas propuestos por un programa concreto o por la emisora en general (...) Una emisora coloca en la red un programa en la modalidad asincrónica y lo abre a los comentarios orales de los visitantes. De este modo, el programa queda disponible para otras intervenciones y se va ampliando hasta donde se quiera. Lo importante es suscitar interés por el tema para que haya mayores intervenciones.” (Cebrián. p.237)

De esta forma, el vínculo entre ciberescuchas y radiodifusoras se hace más fuerte, reforzando algún tema de interés que se pudo tratar durante alguna emisión o simplemente para que el usuario que sintoniza su estación de preferencia sienta cercanía interactiva con el locutor en turno.

“Es lo equivalente a lo que hacen los periódicos con los blogs que incorporan en sus webs. Sin embargo, a diferencia de estos que los ofrecen con gran amplitud, la radio apenas los impulsa, y cuando lo hace piensa más en un blog escrito que en uno oral (...) Es una vía abierta a la innovación y un nuevo servicio, aunque, de momento no parece que aporte grandes beneficios económicos. Sin embargo, esto podría repercutir en una estrategia para atraer a oyentes alejados de la radio y para incorporar otras modalidades de publicidad sonora.” (Cebrián, p.237)

Si bien es cierto que muchas de las innovaciones comunicativo-tecnológicas van de la mano con su oferta y su demanda, para cada servicio debe existir un mercado e impulsores que vean en él una nueva forma de hacer las cosas.

Por ejemplo, quienes desarrollaron las aplicaciones de mensajería instantánea, sabían de la existencia de los mensajes de texto convencionales e inclusive de los *e mails*, que, si bien eran formas de comunicación textual algo limitadas, también poseían debilidades

De ahí, fue que se partió con la idea de desarrollar un tipo de mensajería que se valiera de otros medios para entregar con éxito los mensajes a sus destinatarios, como las redes móviles y el *WiFi*. Esto hizo de la mensajería una experiencia más inmediata, con poco o nulo margen de error y más atractiva para públicos más jóvenes.

Entonces ¿Tiene que existir forzosamente un mercado para las innovaciones? ¿Qué pasa con ejemplos como el del Radioblog? Pese a ser una innovación, hoy en día no se le está dando seguimiento ni impulso, ya que no se le ha visto ningún tipo de beneficio económico; es aquí, donde Cebrián expresa que, pese a la falta de interés por parte de impulsores económicos, puede retomarse y replantearse aplicando una nueva estrategia para atraer oyentes alejados de la radio y así ofrecer un nuevo y más útil servicio.

Es común pensar que los *Podcast* y los radioblogs son de igual naturaleza y confundirlos entre sí, toda vez que ambos se encuentran en la red, se pueden descargar o subir archivos sonoros, etc. ¿Cuáles son sus principales diferencias de uso y creación?

“Los radioblogs, tienen su extensión en el podcasting por su capacidad para descargar o subir a la red documentos sonoros generados por blogueros. Los audioblogs y los

radioblogs han incorporado también podcasts, o archivos de audio que se descargan y escuchan en tiempo real o mediante una sindicación que se intercambian los blogueros para comentarlos. Pero esta opción de los audioblogs no debe confundirse con el desarrollo propio del podcasting. Son unos podcast orientados para los audioblogs y radioblogs. Estos son solo una parte de la amplia dimensión del podcast.” (Cebrián, p.237)

El *Podcast* es una evolución de comunicación, pero también radiofónica; engloba muchos aspectos dentro de lo sonoro y de la red.

El *Podcast*, como el caso del radioblog, no es del todo aplicado y aprovechado y, por ende, no ha alcanzado su potencial máximo como servicio añadido a una ciberradio.

LA TELEFONÍA MÓVIL Y LA CIBERRADIO.

La aparición de las redes móviles y su sinergia con los *smartphones*, teléfonos inteligentes es fundamental para abordar el caso de una estación de radio que saltó de una plataforma análoga a una en Internet. Es una convergencia, una innovación que revolucionó la forma en la cual se consulta información, se comunica sin importar la locación y entretiene viendo videos en *YouTube* sin estar conectados a ninguna red *WiFi*.

“Tratando de acaparar los espacios propios de la radiodifusión y de la transmisión de datos en formas inalámbricas, se trabaja para que la telefonía celular se convierta en una terminal de computadora con acceso a internet. De esta forma los usuarios de celulares podrán enviar y recibir correos electrónicos, así como consultar las diferentes páginas web desde cualquier lugar y a través de una terminal más pequeña: el teléfono celular. (Sosa Plata, 2000)

De esta manera, se puede disponer de mucha información con el dispositivo que llevamos en nuestros bolsillos, hacer consultas rápidas, revisar el clima, mandar correos y recibirlos mientras se escucha música, lee libros y realizan más actividades que en el 2000 era imposible hacer.

“Hay un movimiento claro de las emisoras de radio para ser escuchadas también por la telefonía móvil. Para ello plantean su posibilidad desde las propias webs. La radio ha iniciado sus adaptaciones, aunque sin conseguir todavía el nivel de los periódicos. Se trata de adecuar la información de la web a las exigencias de la telefonía celular” (Cebrián, p.250)

Cada vez más son los portales de canales de TV, emisoras de radio y noticias que añaden, en su página principal, la opción de escuchar o ver en línea sus contenidos.

“Existe otro movimiento que va desde la telefonía móvil a la radio. Las operadoras de telefonía móvil tratan de incorporar la prestación de todo tipo de servicios: televisión, música, noticias, juegos, internet y radio. En el caso de la radio, además de incorporar un radiorreceptor para captar las emisiones como cualquier transistor, aporta la opción de acceder interactivamente a las prestaciones de la ciberradio a través de sus aportaciones mediante internet.” (Cebrián, p.253)

Es posible hablar de una radio móvil, valiéndose de las redes de internet móviles y la telefonía celular.

Respecto a la apertura de plataformas en línea que ofrezcan multiservicios como la televisión, música, noticias, juegos radio e internet, existen actualmente medios que ya están explorando este mercado. Tal es el caso de *Convoy*, que, si bien a la fecha no han incorporado la opción de televisión ni videojuegos móviles, en su plataforma se puede, mediante una suscripción, hacer uso del *streaming* de la radio en vivo, escuchar un *podcast* de su catálogo o simplemente leer las noticias del artista o banda favorita en su portal.

La convergencia entre telefonía celular e internet cada vez se hace más estrecha y productiva. El ejemplo del periodista que hace uso de su celular para tomar fotografías de evento o escribir una nota periodística en el mismo es un reflejo de la cantidad de funciones que ahora se realizan mediante las herramientas que proporciona un teléfono celular, aunque no necesariamente se esté conectado a Internet.

Aún sin tener conexión, este periodista puede narrar lo acontecido en el lugar de los hechos, video grabar lo acontecido o hacer un registro sonoro de alguna entrevista y, una vez conectándose a internet, lograr su cometido, compartir el evento en Internet.

CAPÍTULO III:
EL ROCK, EL MUNDO Y *ROCK101*

3.1 ROCK&ROLL, LA INESPERADA UNIÓN ENTRE DOS MUNDOS

Entender el nacimiento y resurgimiento de *Rock 101*, es analizar parte del pasado de la radio mexicana; es entender el presente e imaginarnos un futuro como el que ya se presenta en Noruega y otras naciones en Europa que han digitalizado completamente su oferta radiofónica.

Hablar de *Rock 101*, es referirse a una estación que transmite en internet, misma que, tras ajustes y transformaciones, decidió retomar su nombre original, utilizando como referencia el número de frecuencia radiofónica asignada a la estación, cuando transmitía en la FM y el género que en los años 80 estaba en boga y que es, quizá, una de las más grandes revoluciones culturales en la historia de la música.

Sin embargo, el precedente musical inmediato del *Rock* es el *Rock & Roll*, que, no son lo mismo; ambos tienen orígenes y elementos contrapuestos.

“Rock and roll: En sus formas de escritura el rock & roll, rock’n roll, tenía un formato de seis o siete músicos con dos guitarras eléctricas, una batería que marcaba exageradamente el ritmo en algunos compases, un contrabajo que se guiaba durante toda la canción bajo pocos patrones rítmicos, un piano, y en ocasiones si hacía acompañar por un saxofón. El patrón básico era el sonido del blues pero mucho más rápido. El rock & roll es una forma musical híbrida que fusiona *rhythm and Blues* negro y el country music blanco con algunos rasgos del swing. Su finalidad primordial era el baile.” (Torres, 2002: 249)

El *Rock & Roll* es una fusión cultural y racial de lo que en aquel entonces eran los grupos étnicos predominantes en el país que vio nacer al género musical, Estados Unidos. Es una mezcla que -en su momento- fue mal vista por los grupos más conservadores de aquel entonces, más aún, si se considera la época y las circunstancias en las que vivía el país norteamericano, dividido entre negros, blancos y migrantes de otras partes del mundo.

“Rock: Se caracterizaba por utilizar, conscientemente, sonidos y elementos de ritmo de origen africano deformados en un sentido comercial. Como hecho musical se caracteriza por ser ecléctico como resultado de diferentes formas musicales

desarrolladas independientemente y que están bajo un rubro de constante cambio. Desde finales de los 50 fue tomando una amplitud total y se ramificó en géneros, estilos y movimientos (sociales y musicales).

(...) Sólo hay dos campos estilísticos de origen blanco que son importantes: El pop inglés y el punk rock, pues todos los demás sonidos son de origen negro. En lo que se refiere a sus instrumentos, se utilizaban guitarras y bajos acústicos eléctricos y electrónicos; teclados de piano, órgano, órgano eléctrico, sintetizador, percusiones acústicas, eléctricas y electrónicas, además de cualquier instrumento acústico de orquesta sinfónica como saxofones y la gama de instrumentos de tecnología digital como controladores MIDI, filtros y amplificadores. (Torres, 2002: 249).

Y es que, pese a que ambas corrientes musicales poseen elementos similares, el *Rock*, a diferencia del *Rock & Roll*, su antecesor, es resultado de la sobre explotación comercial al que ha sido expuesto este género.

En comparación con su precursor, el *Rock* no representa únicamente una moda, un género musical o diversión; es el resultado de movimientos sociales de la época, en la que bandas como *The Beatles* o *The Rolling Stones* aparecieron principalmente entre los gustos juveniles, coincidiendo con lo que fue una de las décadas con más movilizaciones sociales a nivel mundial, encabezados por grupos estudiantiles y distintos sectores de la sociedad, los años 60.

Este movimiento cultural, según Adrián de Garay (1993), es transclasista, al pertenecer al gusto de distintos estratos sociales; transmediático, porque cruza diferentes medios de comunicación; transnacional, porque, a pesar de que el idioma original del *Rock & Roll* es el inglés, no se perciben barreras en el mensaje musical, cuando se escucha en muchas partes del mundo, donde no se habla la lengua anglosajona, por lo que es también transcultural.

Como ejemplo de lo anterior, el *Rock & Roll* es la mezcla entre dos mundos, el negro y el blanco en los Estados Unidos.

El *Rock & Roll* surge como una variante rítmica del blues, un género que nació y se consolidó como música negra en Nueva Orleans, Estados Unidos.

B.B King, Charley Patton y Lightnin' Hopkins fueron considerados grandes exponentes del naciente *Rock and roll*, debido a su aportación, con ritmos desacelerados, guitarras melancólicas y líricas que reflejaban el sentir de la comunidad afroamericana sobreviviente a la Segunda Guerra Mundial en Estados Unidos y que definieron uno de los géneros más representativos del siglo XX.

El primer paso del blues, tal y como se consolidó hacia lo que ahora se conoce como Rock and roll, es el ritmo conocido como *Rhythm and blues*, mismo que José Agustín, en *La contracultura en México* (1996), describe como una mezcla del blues clásico con *boggie-woogie* o *swing* de las bandas de jazz. El resultado, un blues un poco más acelerado y sin la melancolía que acompañaban al género desde su nacimiento.

Otro género, es el *country*, mismo que, al igual que el blues, surge en un contexto de postguerra; sin embargo, este no se debe al ingenio y ni a la emotividad de la “música negra”, sino que reflejaba el contexto en el cual vivían los blancos en las zonas rurales sureñas de Estados Unidos.

El *country*, además de ser más alegre y rápido que el blues, poseía un elemento particular, mismo que heredó su sucesor, el *Rock and Roll*: la sencillez en sus líricas y en su composición, mismas que hacían al naciente “ritmo blanco” atractivo para muchas personas en los Estados Unidos.

Al igual que el Blues, el *Rock & Roll* evolucionó rápidamente hacia un ritmo más pegajoso, sencillo y rápido, conocido como *Rockabilly* o *Hillbilly rock*, precursores inmediatos del rock and roll.

¿Cómo es que una música, cuyo origen era negro y de sentir melancólico llegó a fusionarse con ritmos de blancos para crear un género que marcó generaciones, abrió la brecha cultural entre negros y blancos y, de cierta forma, revolucionó la música?

“El rock & roll surge del inevitable desencadenamiento de las interacciones sociales y musicales entre negros y blancos en el sur y sureste del país. Sus raíces son un complicado enredo. El Blues tuvo influencia en la música de las iglesias para negros; el blues de las áreas rurales influyó en las canciones del *folk* blanco y a la música popular de los ghettos negros del norte del país, el Blues y el Pop negro influyeron en el Jazz y así en adelante. Sin embargo, el proceso más importante es la influencia de la música negra en los blancos. Posiblemente el rock no adquirió un carácter netamente

afroamericano, pero es cierto es que, sin los afroamericanos el Rock no hubiera sido concebible.” (De Garay 1993)

El que el *Rock & Roll* no pudo haber sido concedido sin la influencia de la música negra, sobre todo porque está vinculado al hombre blanco, mismo que fue representado por un nombre y un apellido en los años 50: Elvis Presley.

Conocido como *el Rey del Rock & Roll*, Elvis fue un ícono y una de las figuras públicas más reconocidas del siglo XX; se dice que él “inventó” el *Rock & Roll*; sin embargo, pese a la creencia popular, él era únicamente el embajador del género naciente, tal y como lo explica Pérez de Albeníz, 2004, p.1.

“Un análisis más profundo puede limitar su importancia hasta convertirse en un simple embajador blanco de los sonidos creados por los negros. El rock es una música bastarda, engendrada en una plantación de algodón, gestada en una destilería clandestina y parida en un burdel. Elvis adoraba el Blues, la música del diablo, y no dudó en recoger las esencias de esos sonidos oscuros (cantos de trabajo, blues, gospel...) rebajar la negritud con algo de country y vendérselas al mundo envueltas en un par de golpes de cadera.”

Es en el origen del Blues y del *Country*; sus respectivas evoluciones musicales y la fusión de ambos géneros que se crea uno nuevo que podría considerarse como revolucionario. Tomaba aspectos de la música negra y de la blanca para venderse al mundo como algo innovador, nuevo y ligado profundamente al sentimiento de juventud.

El elemento que hizo que el *Rock & Roll* fuera aceptado como la revolución cultural por parte del gusto popular, se encuentra en los medios de comunicación, disqueras, radiodifusoras y, posteriormente, cadenas televisivas.

“A la gran industria no le gustó nada esa ruidosa revoltura de negros y blancos y juzgó que era inapropiada para los muchachos, pero como dejaba enormes cantidades de dinero, trataron de montarse en la nueva música y conducirla por donde les convenía” (De Garay, 1996:33)

De esta forma, las industrias discográficas lograron no sólo monetizar esta nueva tendencia cultural y musical, sino, también, lograron *domesticar* a toda una generación de jóvenes que, aún sintiéndose *rebeldes sin causa*, fueron despojados de sus ideales rebeldes para enmascarar su inconformidad político/social con *looks* duros, cabellos envaselinados y personalidades pre-fabricadas

Existió entonces, según Agustín de Garay, una fuerte inconformidad juvenil por quienes habían percibido que el estilo de vida que habían adoptado, con el que expresaban sus inquietudes sociales y políticas, había sido “secuestrado” y fue, entonces, que el género buscó la forma de reinventarse y re-definirse. En esta búsqueda, sus exponentes optaron por separarse de la idea con la que el capitalismo, las disqueras y los medios en general quisieron ligarlos desde el inicio; el rock estaba por alcanzar su cometido inicial: ser rebelde.

3.2 DEL ROCK & ROLL AL ROCK

Así como el *Rock & Roll* es la fusión entre dos mundos, el accidentado nacimiento del rock, como género, fue resultado de muchos factores, entre ellos, que la música norteamericana traspasara barreras e intérpretes negros del blues como B.B King o que la banda *Blues Incorporated* diera a conocer su música en tierras europeas, logrando influenciar a músicos y conquistando los oídos de miles en todo el continente europeo.

A la par, el sentimiento de postguerra, hace surgir la Cultura Pop, cuya abreviatura proviene del término “Popular”, es decir, lo cotidiano, cuyo objetivo era hacer ver el evidente consumismo que derivaba del capitalismo, después de la Segunda Guerra Mundial.

En lo musical, nació la música rock, fuertemente influenciada por el *Rock & Roll*, aunque después se fue desligando de sus bases musicales, creando un ritmo y estilo propio.

Así es como la llegada del *Rock & Roll* y el Blues a tierras europeas, el sentimiento de post guerra y el nacimiento del pop, como cultura musical, logran dar un paso hacia adelante y nace el *Rock* con el movimiento llamado “La Invasión Inglesa” con bandas legendarias como *The Beatles* y *The Rolling Stones*. Ambas agrupaciones fuertemente influenciadas por los ritmos que inicialmente se gestaron en América y que ellos retomaban para hacer su propia música.

Ambos grupos son considerados los pioneros dentro del nuevo género, aunque, paradójicamente, a *The Beatles* se les ha señalado por parte de algunos periodistas, como Beatriz Borges (Borges. 2012), de ser los inventores de la música Pop.

Hay quienes coinciden con este punto de vista periodístico y otras visiones lo refutan, como es el caso de Esther Miguel Trula, quien asegura que *The Beatles* no poseen los alcances como para considerarles los padres del Pop; lo que es muy cierto, es que lograron hacer sonar con un ritmo “más fresco” por el sonido del *beat* que era el toque repetitivo de la batería. El ritmo peculiar que Ringo Starr, baterista de la agrupación de *The Beatles*, imprimía en las canciones de la banda, era innovador y poco escuchado en la música rock y popular en general.

Por su parte, *The Rolling Stones*, quienes se consolidaron a finales de 1962, eran la parte “dura y malvada” del rock; defendían y hacían justicia más a los ritmos negros del blues que *The Beatles*; sus conciertos estaban caracterizados por la actitud irreverente de sus integrantes.

El aporte de esta banda está en su gran experimentación de sonidos, mismos que, años después, fueron la base para el movimiento punk, otra derivación del *Rock*.

Así mismo, durante la primera mitad de los sesenta, se dieron a conocer exponentes también británicos, pero menos populares que los dos *buques insignia* del movimiento: los *Them* de Van Morrison; *The Animals*; de *Eric Burdon*; *Los Links* de Ray Davis y *los Yardbirds*; todos y cada uno de ellos aportaron nuevos sonidos y reforzaron las bases del naciente rock, género que, según Pérez de Alvénez, tiene más cargas políticas y sociales que ritmos pegajosos para bailar.

Por su parte, el país que vio nacer al precursor del rock, comenzó su carrera para alcanzar al Reino Unido en cuanto a rock se refiere. Estados Unidos estaba por entrar a

una guerra con Vietnam y los jóvenes no podían creer cómo en sus tierras eran menores de edad; en cambio, fuera de ellas tenían suficientes años para matar. Quienes no encajaban con la idea *hippie* de cambiar al mundo con amor y paz, pretendían hacerlo a través de la música y sus recursos, musicales y literarios.

Así es como nace la generación de músicos que, posteriormente, fuera llamada “Los malditos”, ya que, la mayoría de ellos, murió a la corta edad de 27 años durante la primera mitad de los setenta.

Entre ellos, se encuentran Jimi Hendrix, *Janis Joplin*, *Brian Jones*, *Jim Morrison*, *Kurt Cobain*, y más recientemente *Amy Winehouse*

El *Rock*, desde entonces, se consolidó como el género asociado no sólo con la rebeldía sino con la libertad de pensamiento, de actos, de ideología e incluso de excesos.

Naturalmente, evolucionó mirando nuevos horizontes en lo musical y en lo lírico, al crear nuevos géneros y subgéneros que entraron cada vez más en el gusto popular. Esto dio lugar a nuevos nichos de escucha, principalmente entre los jóvenes de todo el mundo

3.4 EL ROCK EN MÉXICO

Hablar de rock en México es sinónimo de censura, provocación y rebeldía. Cuando la oleada del *Rock* llegó, nuestro país se encontraba inmerso en un panorama político y social bastante agitado, habiendo una “relativa estabilidad” en cuanto a lo político, pero descontento social en las calles.

Los primeros en tener en sus manos la decisión del enfoque que el *Rock* debería tener en nuestro país, fueron los medios de comunicación que, aún en nuestros días, pertenecen a empresas, consorcios y se presumía popularmente estaban vinculados con el poder ejecutivo en México y su representante máximo, el presidente de la República.

La industria musical en México supo explotar la naciente inquietud juvenil por del *Rock & Roll*, cuyo gusto entre un sector de la población se debía por la influencia cultural y vecindad con los Estados Unidos.

El escritor Carlos Monsiváis relata la entrada del fenómeno cultural/musical a México de la siguiente forma:

“El rocknroll (sic) ingresó a México a finales de los cincuenta como mercancía; primero, solo importaba, y luego, producida por las industrias culturales mexicanas (básicamente la radio, la naciente televisión y las industrias disqueras) para el entretenimiento/diversión de las clases altas y medias urbanas. (Hidalgo, 1999: 28)

El *Rock & Roll* en México nace como movimiento contracultural, resultado de la influencia de los primeros grupos estadounidenses de *Rock & Roll*. Fue hasta los sesenta, cuando el fenómeno musical dio el siguiente paso en nuestro país. Al iniciar esta década, no se componía ni tocaban en vivo temas originales cantados en español; únicamente, se hacían versiones en nuestro idioma (*covers*) con la música de los temas originales en inglés.

Lo anterior, cambió con bandas como las de Javier Bátiz, *Three Souls in my Mind*, *Peace and Love*, *Los Dug Dugs*, *Los Tequila*, *Los Sinners* *Tinta Blanca* ó *El Ritual*, quienes agregaban a sus letras tintes contestatarios, cargados de temas políticos y con más influencia del Blues que del *Country*.

La separación y evolución del Rock & Roll en México se dio de manera orgánica, como en los Estados Unidos y en Reino Unido. La *beatlemanía*, como fenómeno cultural, que comenzó en países de habla inglesa y que rápidamente escaló hasta convertirse en un fenómeno mundial, llegó de manera directa a nuestro país, una vez más por la cercanía y vecindad con los Estados Unidos.

El Rock en México comenzó a crecer entre el gusto popular juvenil en vísperas de un evento que, para las autoridades era de suma importancia, debido a la proyección internacional que podría a nivel mundial, las Olimpiadas de 1968, cuyas celebraciones no pueden disociarse del 2 de octubre. Esta fecha representó un antes y un después en el acontecer de los jóvenes de aquel entonces.

La forma en la que se congregaban a escuchar música, convivir y relacionarse cambió de manera importante. Ser joven y estudiante, para las autoridades mexicanas

de aquel entonces, era sinónimo de rebeldía y más si estaba inclinado hacia el Rock & Roll y el estilo de vida que éste ofrecía.

Posterior a la masacre del 2 de octubre de 1968, se intensificó en todo el país la presencia de grupos *hippies* que estaban fuertemente influenciados, a través de los medios de comunicación, de esta corriente de pensamiento, principalmente juvenil y que nació en un sentimiento de post-guerra.

Los *hippies* criminalizaban todo acto bélico, estaban a favor del “amor y la paz” y, pese a que estaban en contra del gobierno y su modo represivo de regir, no se involucraban en la vida política del país ni en las manifestaciones juveniles. (Claudia Tenorio Cárdenas, p.38)

Así mismo, otro grupo juvenil que estaba activo en la Ciudad de México, eran los llamados *Chavos de onda*; estos coincidían en muchos aspectos de pensamiento con los hippies, sin embargo, rechazaban el quedarse quietos, esperando a que el mundo volteara de manera pacífica hacia un cambio y se involucraban constantemente en manifestaciones, gritaban consignas y componían canciones.

Las bandas que coincidían con el pensamiento de “Los Chavos de Onda”, ya no hablaban sólo de *qué tan bien la pasé en el toquin de anoche* o *cuántas chavas me ligué en la fiesta*; las consignas ya no sólo estaban en mantas durante las manifestaciones; canciones como *Abuso de Autoridad*, de El Tri, sucesor de Three Souls, comenzaban a popularizarse en el gusto juvenil.

Toda esa “fiebre musical” desembocó en un festival, un parteaguas para el rock en México, su concepción ante la sociedad en general y su difusión en los medios de comunicación: *El Festival de Rock y Ruedas de Avándaro de 1971*.

“Los medios de comunicación vieron el evento como un acto degenerativo de una sociedad por el uso de drogas, y el ambiente hippie que se vivía. Al festival de Rock y Ruedas de Avándaro acudieron aproximadamente 30,000 gentes (Los orígenes del rock mexicano, 2004)

Hoy día, la mayor parte de los programas dirigidos a jóvenes, transmitidos por la señal abierta de la TV, de la radio o en la Internet hacen uso de este lenguaje, lo que es

visto de manera regular y ya nadie se asombra o se inmuta por la llamas groserías en los medios, la música o en el mundo artístico.

Los medios de comunicación, hicieron lo propio; las radiodifusoras prohibieron la programación de rock mexicano; la prensa escrita limitó las publicaciones en donde se hablaba de bandas que tuviesen en sus letras consignas o manifestaciones políticas en contra del gobierno y la TV únicamente daba espacios a bandas que fueran *family friendly*, es decir, contenido apto para todo público.

De esta forma, los jóvenes que aún tenían mucho que decir acompañados de acordes y percusiones que les marcaran el ritmo, encontraron un refugio en espacios pequeños, clandestinos y muy ruidosos llamados “Hoyos funkies”

“Los Hoyos Funkies eran un espacio, una cultura, un gritar de una sociedad que quería expresarse. Se reunían los chavos de onda como a las 6 de la tarde para entrar al mundo “Underground” que implicaba un hoyo funkíe, cualquier grupo quería tocar y podía tener la aceptación del público o la reprimenda a punta de golpes. Con estas tocadas subterráneas se mantuvo viva la flama del rock mexicano” (Díaz Emilio: 2004)

En estos espacios nacieron proyectos con diferentes caminos; los que no se hacían del gusto de los asistentes, no llegaban a ningún otro lado o tocada; los que gustaban, se ponían a producir e intentar vender álbumes o a hacer giras. Ningún personaje o banda sobresalió tanto como Alex Lora y *Three Souls in my mind*, que, posteriormente, cambiaría de nombre a *El Tri*. *El Tri* y Alex Lora abrieron el camino a un nicho de escuchas y bandas; a este movimiento se le conoció como Rock Urbano.

El “frenesí” que inició esta nueva corriente cultural a finales de los 70 devino en un caudal de nuevos aportes por parte de agrupaciones que buscaban reivindicar al español como lengua de rock durante toda la década, Así es como a principios de los 80, surge una nueva ola de músicos en todo el continente; nace el *Rock en tu idioma*.

EL ROCK EN TU IDIOMA, A TRAVÉS DE LA SODAMANÍA

Del lado Latinoamericano, fue la radio que se encargó de transformar el 2 de abril de 1982, el destino de la música rock en Argentina.

En pleno conflicto bélico entre el país sudamericano y la Gran Bretaña, los interventores de la radio en argentina, es decir, quienes transmitieron por primera vez con alcances masivos, los estudiantes de medicina, Enrique Susini, Luis Romero Carranza y Miguel Mújica, prohibieron la transmisión de música “anglo” en todas las frecuencias nacionales. Al final, el veto a la música en inglés no fue determinante para el conflicto.

Lo que logró, fue reivindicar al español como lengua de rock, pese a que en ningún país de habla hispana se componían temas cantados en castellano bajo los ritmos que, hasta ese momento, eran exclusivos para interpretarse en inglés. Esto dio lugar a una nueva oleada de músicos argentinos que ya habían sido influenciados por la *Beatlemania* o “poseídos” por los ritmos impíos de *The Rolling Stones*.

La Guerra de las Malvinas terminó en junio de 1982 a favor de Reino Unido; la derrota marcó el fin de la dictadura militar en Argentina y el regreso a la democracia se empezó a gestar. Así es como la radio entró a una nueva etapa y nacieron bandas como *Los Twist*, *Virus* y la que fuera, posiblemente, la banda más influyente y popular del llamado *Rock en tu idioma*: Soda Stereo. (Cosío A 2016)

"A principios de 1982, Gustavo Cerati se asoció con Zeta Bosio para hacer música, los dos habían tenido experiencias en otros grupos, pero encontraron afinidades suficientes para probar suerte juntos (...) Al poco tiempo, la formación Soda Stereo, se materializó con el fichaje del baterista Charly Alberti. El grupo se dedicó a recorrer el circuito de discotecas de Buenos Aires (...) En 1984, el grupo grabó y editó su primer disco, un álbum homónimo producido por Federico Moura de *The Virus*. El sonido de ese disco, era prácticamente el de *The Police*. (Cosío A, 2016)

La carrera artística y musical de Soda Stereo era tan joven e inmadura como la democracia en la Argentina, y, aunque la mayor parte de las canciones en su álbum

debut estaban escritas para bailarse, divertir y divertirse, de vez en cuando, se escuchaban pequeñas consignas que reflejaban la reciente realidad de su país natal.

Al cabo de un año, la agrupación entregó su segunda producción, *Nada Personal*, álbum con el cual dieron el siguiente paso hasta alcanzar su objetivo, ser una banda de talla continental. Cada álbum que grabaron, cambió de sonido, demostrando sus influencias más recientes, sus ambiciones musicales y refinando su mensaje.

"En menos de doce meses el grupo había refinado y expandido su sonido, cambiaron el ska por el new wave y adoptaron el estudio como una herramienta de composición (...) El grupo no volvió a saber de recintos pequeños; a partir de *Nada Personal*, los estadios reemplazaron a las discotecas. Con apenas dos álbumes, la banda convocó a 22,000 personas en 4 shows, así que lo natural era hacer gira por los países más próximos. (Cosío A, 2016).

Para 1986, y en menos de cuatro años con Soda Stereo, Gustavo Cerati había progresado más que cualquier otro compositor de rock en el continente latinoamericano; había quienes decían que siempre estuvo adelantado a su época. Repetir ideas nunca fue una opción, por eso es que no hay álbum de la banda que se parezca al anterior.

"Soda Stereo no era un grupo convencional, los géneros estaban para reinventarse y no para reventarse, y cada uno de sus discos tuvo una estampa sonora diferente, la única constante, era la imaginación (...) La música de Cerati, le ponía sonido a lo invisible (...) El primer gran álbum de de la banda fue *Signos* (Cosío A, 2016)

Parte del éxito de *Soda Stereo* se basó en la *neutralización* de su acento, algo muy similar a lo que pasa en el doblaje de voz; para que los trabajos actorales en voz lleguen lejos, no basta con hablar en el mismo idioma, sino también sonar *neutro*, es decir, sin acento alguno.

A *Soda Stereo* se le sumaron agrupaciones de países de todo continente y del mundo hispano hablante: *Caifanes* en México; *Enanitos Verdes* en Argentina; *Hombres G* y *Héroes del Silencio* en España y otras bandas que marcaron a toda una generación

con sus canciones; algunas muy lejos de la protesta social del rock urbano nacido en México. Otras, en cambio, esbozaban tintes de inconformidad en sus letras como *Caifanes* y *Enanitos Verdes*.

En este contexto, y retomando ese espíritu rebelde y vanguardista, nace en la Ciudad de México la estación de radio *Rock 101*.

EL ÉXITO QUE COMENZÓ SIENDO PROYECTO

Previo a su nacimiento oficial, *Rock 101* pasó por una serie de modificaciones que cambiaron desde su oferta en contenidos hasta la renovación completa de su concepto y público.

Después de algunos experimentos por parte de NRM (Núcleo Radio Mil) para consolidar una estación que respondiera a la demanda juvenil que era asidua al rock. Luis Gerardo Salas, innovador y visionario fundador de *Rock 101*, sobrino de Guillermo Salas Peyró, creador de NRM, decidió que la estación tuviera un giro en cuanto a concepto y contenidos tras haber trabajado en ***Sonomil*** (emisora que antecedió a *Rock 101*).

“La estación en aquel entonces tenía un rating fatal, la gente no la escuchaba; digamos que era lo típico de una estación de radio despreciable (...) A partir de observar y trabajar esos dos años en esa estación, nos percatamos de una serie de cosas que hacíamos de manera inconsciente como tratando de llenar el requisito de trabajar la radio, pero no lo hacíamos de una manera tan de rutina sino de simplemente de una manera de supervivencia para cubrir el espacio. Como programador de la estación, uno trataba de imitar el comportamiento de las demás estaciones, pero no había nada que la hiciera diferente, atractiva”. (Razura Beltrán, Carlos, “6 años. Rock 101 (*Entrevista a Luis Gerardo Salas, Hechos Lindavista, 8 de julio*)

Pese a que la determinación de Salas en crear un nuevo concepto radiofónico era latente y su equipo de trabajo coincidía con este propósito; el cambio simplemente no podía ocurrir de la noche a la mañana, así que se incluyó un programa dentro de ***Sonomil*** que tendría algunas de las características de su sucesora *Rock 101*, dinámica,

entretenida y con identidad propia. La emisión llevó por nombre *Sono Rock 9* que se transmitía de lunes a viernes, donde se rendía homenaje a los *Rolling Stones*, quienes cumplían veinticinco años como grupo.

“El programa, apoyado con cápsulas sobre la trayectoria de los músicos, recibió muestras de felicitación y ello hizo que se trabajara más sobre ese concepto para ganar auditorio. Vinieron emisiones similares, y con una programación que rápidamente era renovada, Sonomil 101 adquirió, a principios de 1984, el nombre de Proyecto 101, antecedente de *Rock 101*.” (Plata Sosa Gabriel, p.136 2017)

Pese a que el programa tuvo una buena aceptación por parte del público, principalmente joven y asiduo a ***Sonomil***, hubo quienes, dentro de la mesa directiva de Núcleo Radio Mil, no compartieron el entusiasmo por *Proyecto 101* y se esforzaron porque solo quedara como programa y no deviniera en un nuevo concepto para la estación.

“Salimos del aire con el nombre de *Rock 101* tras una batalla campal hacia el interior del Núcleo Radio Mil. Un asesor de la programación dentro de núcleo, Ramiro Garza, se oponía a la realización de una emisora como la nuestra por considerar que sus posibilidades de éxito eran nulas (...) Tras un periodo de lucha de tres meses, la dirección general apoyó la idea de *Rock 101* y adelante...no sin antes la correspondiente amenaza de la gerencia operativa “‘Haz lo que quieras, pero si no funciona, quiero tu renuncia en seis meses ¿ok? Juega.’ (Salas, 1994: 18).

Luis Gerardo Salas y su equipo iniciaron con nuevas ideas, mismas que se vieron reflejadas en el programa *Sono Rock 9*; en junio de 1983, esta emisión tenía lugar de lunes a viernes y rápidamente se fue haciendo acreedora de elogios y felicitaciones por la forma en la que estaban haciendo las cosas; esto hizo que se trabajara con más firmeza en el concepto de *Proyecto 101*, antecedente de *Rock 101*.

La nueva estación se centraba en tres ideas principales: la presentación de viñetas entre canción y canción; dar a conocer bandas u agrupaciones que nunca o muy pocas veces se habían programado en la radio abierta y la utilización de un lenguaje que

buscara distanciarse de lo que se estaba haciendo ya en la radio; se buscaba un lenguaje “de tú a tú”.

Así fue como el 1 de junio de 1984, *Rock 101* inició transmisiones en vivo, con un formato que buscaba desmitificar la idea de que el rock era todo rebeldía sin causa, drogas y sexo. El lenguaje que se utilizó no era el clásico, ni siquiera el que se usaba en ***Sonomil***; el locutor, de forma intencional, buscaba romper con el cerco formar y hablaba al escucha “de tú a tú”, de joven a joven.

Aunque, en su mayoría, la música programada era rock, no fue un catálogo comercial lo que llevó a la estación a ser tan popular entre los radioescuchas más jóvenes, sino la inclusión de bandas que, para ese entonces, no eran programadas en estaciones con mayor antigüedad o renombre.

Mientras en la estación de *Universal*, ahora *Universal Stereo*, se podía encontrar una hora completa dedicada a ***The Beatles*** -que hasta la fecha sigue al aire- en *Rock 101* programaban la música de las minorías con bandas poco conocidas, esas que, por estar asociada a la parte más oscura y estridente del rock, no aparecían en el las listas de las estaciones más populares de la época.

“*Rock 101* experimentó y programó prácticamente todos los estilos derivados del rock, tanto el proveniente de Estados Unidos, como el originario de Inglaterra, Australia, Irlanda, Alemania y Suiza, entregando así a sus radioescuchas una amplia variedad musical, creando un balance único y una identidad totalmente original, rompiendo los esquemas establecidos en la radio de aquel entonces en donde tradicionalmente las emisoras debían dedicar su programación y concepto a un sólo estilo e idioma.” (Nieto Salgado. 2017)

Los contenidos y la música que programó *Rock 101* la convirtieron en la estación favorita de muchos *rockeros* al incorporar bandas de los 60 y los 70, así como las nuevas propuestas de la escena rock de aquellos años. *Rock 101* no se limitó a los subgéneros de la misma ni a la limitación de idiomas, toda vez que incluyó música en español, inglés y hasta en francés.

LA 101, SIN LOS GAJES DE LO CONVENCIONAL

Si algo hay que tener claro para estructurar un programa, es la manera en la que se abordan los temas o canciones para hacer más amena y atractiva la escucha. Nadie quiere solo oír datos de lo que se está escuchando, modalidad que terminó por hartar a los radioescuchas de la FM.

En ocasiones, en el *zapping* entre estaciones, los dos o tres segundos en los se decide darle o no la oportunidad al programa y/o estación sintonizados, si se escucha *más de lo mismo*, comerciales o un espacio musical es probable que se decida cambiar de estación.

No obstante, si antes o después de la pieza musical se escucha una breve ficha técnica, acompañada de una explicación de la misma, en voz del locutor/a principal del programa, le agrega un valor a la emisión por encima de otras producciones, con la misma temática e incluso en el mismo horario.

Por pequeñas que parezcan estas acciones, ayudan a crear no sólo empatía con la audiencia sino también a establecer vínculos con la emisora. Además, se crea una identidad como estación, misma que perdurará, en el mejor de los casos, podrá influir en la predilección de quienes escuchan.

Las viñetas, como eran conocidas entre los escuchas de *Rock 101*, ayudaron a crear estos lazos empáticos entre la estación y su audiencia; en palabras de personas que vivieron la mejor época de esta estación, “daban un sentido más relajado y con un poco de humor” a los programas de la estación.

“El uso de dichas viñetas para identificar las canciones en una emisora de radio no era algo nuevo, pero usualmente eran meras fichas técnicas de la canción y el artista en cuestión. En *Rock 101*, previo a sus inicios como Sonomil 101 y Proyecto 101 en 1984, se comenzó a escribir viñetas tratando de darles un sentido más relajado y con un poco de humor, estas primeras viñetas fueron escritas por Luis Gerardo Salas y se transmitían en la voz de su entonces colaborador, el locutor Federico Lira. Originalmente las viñetas se encontraban en muchos casos a la mitad de la canción, posteriormente pasarían al final”. (Zaldívar Carlos, *Rock 101*, Idea Musical, 2000)

El uso de las viñetas, en comparación con otras estaciones juveniles de la época, ponía en una clara ventaja creativa a *Rock 101* en la manera en la que presentaban sus contenidos. La preocupación principal del concepto e idea musical de *Rock 101* siempre fue en función de ofrecer música nueva, que fuera atractiva tanto para escuchas habituales como para nuevos.

Básicamente, las viñetas fueron, en su mayoría, grabadas por Federico Lira, locutor encargado en turno, que buscaban proporcionar al escucha no sólo información acerca de la canción o el álbum que se iba a presentar, sino también una breve semblanza acerca del artista, año de publicación, el contexto social en el cual fue publicado el trabajo; en síntesis, explicar el por qué *Rock 101* consideraba que el álbum o canción valía la pena o era bueno.

La utilización de recursos poco utilizados en la radio abierta mexicana de aquel entonces como las viñetas; un lenguaje juvenil que establecía una comunicación *de joven a joven*; la constante preocupación de Luis Gerardo Salas, por ser innovador y al mismo tiempo emplear aspectos clásicos de la radiodifusión, como los enlaces telefónicos, posicionaron a *Rock 101* como una estación pionera, con contenido poco común y que, a su vez, se concebía a sí misma como un ícono de la radiodifusión para jóvenes dentro de la Ciudad de México.

BOCANADA “AL AIRE” FRESCO

Los directivos en *Rock 101* se percataron de ello y, lejos de repetir fórmulas, buscaron ir más allá; así fue como surgieron programas como *Chocolotwist*, *Panorama 101* y *Rock Alive*.

Este último, resultó ser, en poco tiempo, la punta de lanza para *Rock 101*, una emisión que abría, una vez más, las fronteras de lo que era posible en la limitada radio abierta.

“Los viernes llegaban todos los cuates a instalarse en la cabina, creando un verdadero ambiente de fiesta. Amigos y amigas platicaban, bailaban convivían y todo al aire. Cuando el programa terminaba –a las nueve de la noche era su horario oficial de terminación, pero nunca se cumplía, pues ya encarrerados había veces que nos seguíamos hasta las once u once y media, eso era un magno reventón. Ese ambiente estoy seguro se transmitía y se sentía a través de las radios en que se nos escuchaba.”
(Plata Sosa, 2016)

Es así como la creatividad, innovación, dedicación e ingenio convirtieron a *Rock 101* y sus contenidos en referentes obligados para todo aquel radioescucha conocedor del rock, no sólo como género musical sino como estilo de vida; lo que se estaba haciendo en la estación creada por Luis Gerardo Salas, no se escuchaba en otro lugar dentro espectro hertziano.

Los programas fueron *puliéndose* cada vez más al grado de alcanzar sus objetivos iniciales, cautivar nuevas audiencias; mantener y enganchar a las frecuentes; continuar creciendo con base en la experimentación y, sobre todo, demostrar a sus detractores que se pueden hacer las cosas diferentes sin caer en el fracaso comercial.

Corría el año de 1989 y *Rock 101* estaba por entrar a una nueva etapa en su existencia, incluyendo nuevos programas de música y comentarios, con 18 series. Los temas eran los de siempre: la relación del rock con las artes, su historia, las mujeres, la filosofía, entre otros.

Esta nueva etapa hubiera sido similar a las anteriores, en cuanto a contenidos abordados se trata, si en la mesa directiva de la estación no hubieran tomado la decisión de hacer algo que para muchos ortodoxos y conocedores del rock fue una falta de compromiso con el género que daba nombre e identidad a *Rock 101*, dar cabida a la música tropical dentro de la programación.

Hacer esto en la actualidad no es ninguna locura; son pocas las estaciones que hoy en día, como *Beat 100.9*, que pueden *darse el lujo* de cerrarse a un sólo género durante toda la transmisión para mantener contentos a los escuchas más exigentes; sin embargo, por aquellos años a algunos escuchas habituales de la 101 les resultó engorroso escuchar a *Los Cumbia Stars* en misma estación que presentó, por primera vez en México, a bandas como ***The Cure***, ***The Rolling Stones*** y ***Depeche Mode***.

Lynn Fainchtein, la entonces conductora del programa *Salsabadeando* se pronunció a favor de la jugada de *Rock 101*: “La música tropical, hoy por hoy, le aporta al rock posibilidades enormes de creación”. Un claro ejemplo, es *La Negra Tomasa* de la exitosa agrupación de rock *Café Tacvba*.

Los programas incluidos durante esta etapa de *Rock 101* fueron:

- *Sonorock 8*: emisión sobre la trayectoria de los grandes grupos de rock, conducido por Jorge Carballo
- *Off Beat*: espacio donde se abordaba la historia y los viejos y nuevos exponentes del reggae, conducido por Ana María Mejía
- *La Mecánica del Concepto*: dedicado a la relación entre distintas expresiones artísticas y la música, a cargo de Roberto Escobar
- *Salsabadeando*: con la conducción de Lynn Fainchtein y la producción de Carlos Campos. Como pequeña acotación al nacimiento de este espacio tan contrastante con respecto al resto de la programación habitual de *Rock 101*, en aquella época, nació porque tomaban prestados ritmos latinos y tropicales para gestar sus más grandes creaciones.

“A la mayoría de las personas en este país les gusta la salsa, en México hay una tradición de soneros maravillosa: Son muy poco los comentarios de quienes no quieren escuchar esta música y más los de la gente, quienes después de oírla termina por agradecerle (Gómez Monterrubio, 1994: 4)

Esta etapa concluyó con emisiones memorables y programas cargados del estilo de *Rock 101*; los festejos de aniversario de la estación fueron algo que más de un radioescucha recordará con anhelo y emoción; iban desde emisiones de 26 horas ininterrumpidas de programación en vivo, hasta dinámicas que paralizaban vialidades importantes de la Ciudad de México por la cantidad de escuchas que acudían a los lugares en donde los conductores de los programas en turno citaban a quienes con ellos iban a celebrar el aniversario de *Rock 101*.

“En ese momento, *Rock 101* era el proyecto de comunicación que más había logrado penetrar en la conciencia de las nuevas generaciones de nuestra sociedad (Salas, 1994)

También fue en esta etapa en la que apareció un suplemento periodístico llamado *Extra Urbano*, mismo que buscaba reforzar la presencia de *Rock 101* entre sus radioescuchas y así fortalecer los lazos de confianza entre ambas partes. En un inicio, esta entrega fue posible gracias a la colaboración del periódico *El Nacional* con *Rock 101* y, a partir del 6 de abril de 1990, con el periódico *Uno más Uno*.

En dichas publicaciones, participaban los mismos colaboradores de *Rock 101*, quienes escribían artículos y reportajes que tenían que ver con el contenido habitual abordado por la estación, temas que iban desde historia del rock en general hasta representantes y listas de popularidad (en otros países) de canciones de rock (Sosa Plata, 2017)

“Lo importante de *Rock 101* es que es un concepto diferente de acercamiento a la radio, una característica que ha sido apabullante durante más de cinco años, es el hecho de convertirse en la estación más viva que hay en México y al decir viva, uno se refiere a que la estación se está haciendo dueña de las calles, brindando al público la oportunidad de ser parte activa de la transmisión, esto quiere decir que la comunicación se da en otros planos, sin reducirse a canciones-comentarios- canciones – comentarios (Zaldívar Carlos, 2000)

Es así, como la estación que comenzó como un proyecto en el imaginario de Luis Gerardo Salas, terminó por convertirse en uno de los espacios más vivos de la oferta radiofónica.

TODO LO QUE SUBE...

Durante la turbulenta, pero exitosa “época Salas”, *Rock 101* se dio a conocer como una estación de vanguardia, debido a los aciertos que tuvieron tanto locutores, programadores como productores y conductores; existía una sinergia que se reflejaba en mucho trabajo de calidad, desde las viñetas hasta el lenguaje e idea sonora de la estación.

También se incluyeron espacios abiertos para entrevistar a los candidatos a la Presidencia de la República en las elecciones de 1994; grupos de música y a cantantes; organización de concursos; controles remotos “sorpresa” (salían a las calles a entregar calcomanías y regalos a los escuchas fieles), así como la realización de un programa matutino con rasgos periodísticos titulado *Preludio Informativo*.

Así fue como en 1991, al interior de *Rock 101* se sentían que se estaban haciendo bien las cosas, aludiendo a nuevos y más serios escuchas y conservando a los viejos. Sin embargo, sus locutores y conductores comenzaron a pecar de lo que críticos llamaron soberbia o altanería al momento de hablarle al público.

Diversos personajes conocedores de la vida e historia de *Rock 101* como el escritor, ensayista, editor y periodista Víctor Roura o el investigador, profesor y columnista, Fernando Mejía Barquera ilustran, desde una óptica externa, el porqué del desencanto hacia la estación. (Sosa Plata, 2017, p.141)

“*Rock 101*, después de dos años de perseguir ideas sobresalientes, cayó por lo bajo debido a la altanería (disfrazada, quizá, de buena ondez) de sus locutores que creían estar siempre dirigiendo al mismo círculo de amigos de la Universidad. (Roura Víctor. 2017)

La idea de *Rock 101* era desmitificar la vieja locución radiofónica, innovar el anquilosado lenguaje verbal que se utilizaba en ese medio Y, sobre todo, eliminar la relación unilateral que se da entre emisor y receptor, para tratar de que este fuera un sujeto participativo. Pero las cosas marcharon poco por el rumbo contrario: el lenguaje coloquial vivo en un simple recurso para esconder obvias insuficiencias culturales y gramaticales.

(...) Algunos locutores de *Rock 101* se burlan de sus radioescuchas, por ejemplo, si no saben la respuesta a la Trivia (...) conscientes de que aparecen en una de las estaciones más oídas del D.F. Por eso, desde hace mucho, el día en que más se disfruta *Rock 101*, es el domingo, porque en él todos descansan: los

locutores no trabajan y los radioescuchas no tienen que soportar a los locutores”.
(Mejía Barquera, 1984)

El disgusto fue general; había quienes se quejaban de *Rock 101*, porque pensaban que el lenguaje “de tú a tú” había sobrepasado los límites, haciendo que ciertos conductores, locutores y personal en general de la estación llegaran a perder el respeto a quienes se comunicaban en cabina o a quienes asistían a los controles remotos en distintos puntos de la ciudad.

Según el mismo Salas hubo dentro de los medios quienes, sin especificar, nombres, tacharon a *Rock 101* de altaneros y prepotentes por la forma a la que se dirigían a su audiencia y comerciales por la forma en la que estaban llevando los contenidos en la estación.

Todo lo anterior llegó a oídos de Luis Gerardo Salas, creador y productor general en *Rock 101*, quien argumentó lo siguiente:

“No somos más comerciales. Lo que pasa es que para nuestra *fortuna desgracia*, la influencia que hemos logrado en la radio mexicana es mucha (...) La imitación es muy fuerte, pero creo que seguimos siendo uno de los paradigmas de la radio mexicana”
(Mejía Barquera, 1984).

Entre la audiencia comenzó a crecer un sentimiento de desilusión para con la estación y los locutores que habían acompañado a muchos jóvenes y escuchas en general; aunado a esto, otras estaciones, como W-FM, la XEDL-Dial FM 98.5 y XHRCA-Alfa, se empezaron a “apropiar” de estilos radiofónicos que, en su momento, impulsó *Rock 101*.

LUIS SALAS SALE

Iniciaba el año de 1994 y una etapa en la vida de *Rock 101* llegó a su fin; quien fuera creador y gestor ideológico de la estación, Luis Gerardo Salas, dijo adiós, y tras él, su equipo de producción, a quienes siempre consideró leales al proyecto que juntos crearon.

Salas y su equipo no salieron por considerar que el barco se hundía; las razones exactas no se conocen, pero muchas suposiciones, hechas por su equipo cercano de trabajo, apuntan a que la decisión fue tomada, debido a diferencias con quien fuera el entonces director de NRM, Roberto Ordorica.

Luis Gerardo Salas quedó un tiempo más como asesor de la estación, sin embargo, Jordi Soler, quien fue su sucesor, señaló que, lejos de “asesorar” en realidad “manejaba los hilos” de Dominique Peralta, la gerente.

Jordi Soler, sucesor de Luis Gerardo Salas dentro de la estación, es la primera figura asociada con la salida del equipo Salas, quienes aseguraron que Jordi usó sus influencias y relaciones públicas para intentar “salvar” a la estación que, desde su punto de vista, estaba en decadencia.

Así fue como Jordi Soler quedó al frente de *Rock 101*, manteniendo los aspectos con los que la estación llegó a los que se agregaron novedades como programar dos canciones de rock en español cada hora y la incorporación de seis programas nuevos. Entre las emisiones, sobresale *Jazz en la noche*, conducido por Juan López Moctezuma, quien, por muchos años, tuvo una emisión similar en Radio UNAM.

Fue también durante esta etapa, cuando se promovió un cambio en las siglas de identificación de la estación; esto con motivo de fortalecer la asociación entre los contenidos que ofrecía la misma y cómo la identificaba el auditorio. De esta manera, pasó de ser XHSON-FM a XHROK-FM.

JORDI SOLER, EFÍMERA ETAPA

Jordi Soler estaba convencido que, bajo su liderazgo, la estación que había construido en conjunto con sus antecesores, iba, además de incrementar su *rating*, a verse beneficiada por algunos cambios que, desde su óptica, eran necesarios desde tiempo atrás. La programación de distintos géneros musicales, la inclusión de dos

canciones de rock en español cada hora, la incorporación de nuevos espacios en la barra programática y otras ideas resultaron “sólo palabras”.

La realidad es que la “etapa Soler” fue efímera. Todo comenzó con dificultades que Jordi tuvo con los nuevos directivos asociados (familia Huesca) que le llevaron a renunciar en julio de 1995.

Soler, a diferencia de sus antecesores, se fue sin equipo y no buscó formar otra estación que le hiciese “la competencia” a su antes casa *Rock 101*.

Así, fue como la estación comenzó una quinta etapa formal bajo la gerencia de Germán Huesca, quien luego compró el grupo radiofónico NRM (Núcleo Radio Mil) a la familia Salas y sugirió a Iñaki Manero como responsable creativo de todo lo que se programaba en la estación, pero sin libertad para tomar decisiones presupuestales ya que NRM buscaba cambiar su concepto a uno más comercial (Sosa Plata p.143)

Durante este periodo al frente de Iñaki Manero, los seguidores más acérrimos de *Rock 101* notaron que la estación se encaminaba a una programación más oscura, más *dark*, sobre todo, en horarios vespertinos. Por las noches sonaba algo que, para ese entonces, poco se había programado en la ahora XHROK, el Rock en español. Bajo el concepto de “Nuestro *Rock 101*”, la nueva sección en la barra programática agradó a unos, pero también disgustó a otros.

La sección y la música que se programaba en el espacio, donde Ricardo Bravo era el conductor, no terminaba de encajar con la audiencia más asidua del rock en inglés.

Para 1996, la estación se encontraba estable, con buen *rating* y una facturación regular, sin embargo, no había logrado repuntar como antes y los rumores sobre posibles nuevos cambios tomaban fuerza.

La idea que vino desde la mesa directiva de NRM fue cambiar el formato a uno más comercial, que supiera explotar la tendencia musical de aquel entonces de la mano de una audiencia más joven, activa y abierta. Y aunque muchas ideas fueron desechadas, sólo una prevaleció hasta el punto de convertirse en una realidad, **Código 100.9**. (Sosa Plata p.143)

LA HIPERESTACIÓN CÓDIGO 100.9 Y EL FANTASMA DE LA 101

Una nueva etapa comenzó mientras otra llegó a su fin; algunos locutores que habían ayudado a construir una identidad sonora mediante sus programas dijeron adiós; Iñaki Manero, Clauzzen y Guillermo Fernández cerraron su micrófono en la XHROK. A otros locutores se les suspendió, sin poderse despedir de sus escuchas, ya que los programas fueron cancelados de un día para otro.

Muchas opiniones fueron expresadas tiempo después del cierre de la estación, entre estas destacan las voces de ex-colaboradores, ex-locutores y trabajadores en general de la 101. Iñaki Manero, por ejemplo, expresó que la muerte de *Rock 101* no fue por el *rating* ni por la incompetencia, sino por algo intencional:

“Yo creo que la idea era matar lentamente la estación, sin darle combustible hasta que cayera y pudieran comprobar que el formato no funcionaba (...) El propio departamento de ventas nunca vendió la estación, para ellos era prioritario vender Estéreo Cien, la empresa afiliada (...) El nuevo director asociado no entendió ni le gustó el concepto de *Rock 101*, no les convenía tener una estación tan cercana con canciones que también nosotros programábamos” (Entrevista a Iñaki Manero, 1996).

Guillermo Salas Vargas, quien fuera vicepresidente ejecutivo de NRM, tenía una visión diferente acerca del concepto de la estación y su *fracaso comercial*. Lo cierto, es que la verdad absoluta sobre lo acontecido con *Rock 101*, NRM y la naciente Código 100.9 difícilmente se conocerá. Aunado a esto, un factor que ni los directivos ni el personal de la extinta XHROK tomaron en cuenta fue la materia prima de toda emisora y clientes comerciales: los escuchas.

Si bien se sabía dentro y fuera de la estación que *Rock 101* había marcado un antes y un después de la radio juvenil en la Ciudad de México, jamás se imaginaron que el anuncio sobre su cancelación fuera a molestar tanto a los escuchas asiduos.

El 15 de agosto de 1996, frente a las instalaciones de NRM, un grupo de jóvenes escuchas organizó una *tocada* en la cual manifestaron pacíficamente su descontento con la cancelación de *Rock 101* y los programas que ahí se transmitían.

Durante seis horas, los grupos *Secta*, *Riesgo de Contagio*, *La Matatena*, *Brutal Lulu* y *La Candelaria* tocaron de manera gratuita para los asistentes del evento y transeúntes que pasaban por la zona, cerrando la circulación vehicular en Avenida de los Insurgentes a la altura de “la esquina del radio”.

Los escuchas manifestantes solicitaron un diálogo con la directiva de NRM para reubicar la estación, aportar ideas para su regreso y fuera realidad en un mediano plazo; sin embargo, esto fue inútil, tal y como lo cuenta Sosa Plata en *Días de Radio*.

“La decisión estaba tomada. Más aún cuando, de acuerdo con los creadores del nuevo proyecto, 100.9 Código nació de una serie de investigaciones de audiencia a jóvenes de todos los niveles socioeconómicos presa Nielsen y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. La radiodifusora tenía un formato global de programación musical en donde no hay distinción de géneros por idiomas. Lo mismo programaban a la cantante Fey que a Bob Dylan o a Luciano Pavarotti también hay programas de contenido como *Código Flores* (dedicado a la ecología), y *Catarsis* (de retrospectiva de artistas)” (Sosa Plata P. 144).

Con el cambio del nombre de la estación, también se regresó a las siglas originales XHSON en lugar de la efímera XHROK.

Nada bueno auguraba el que a dos meses del cambio de nombre y de concepto, la estación cayera al último lugar de la FM y al listado de estaciones que conformaban NRM, al registrar, en septiembre de 1996, un *rating* de .11, según la empresa de mediciones de audiencia *Nielsen*.

Lo anterior, preocupó a los directivos de NRM, ya que no veían resultados ni incremento en los números de medición de audiencia a pesar de su hipótesis de que el cambio de formato favorecería al posicionamiento de la estación en la FM. Así que se lanzó un ultimátum, mismo que se hizo efectivo, cuando, casi tres años después, en abril de 1999, *Código 100.9* dejó de existir para abrir paso a una estación que hasta entonces había permanecido en la Amplitud Modulada (AM), *La Sabrosita* 100.9

En octubre de 2004, *La Sabrosita* 100.9 regresó a la AM y en su lugar quedó *Beat 100.9*, un concepto poco conocido en esos años; sin embargo, logró cautivar, una vez más a las

audiencias más jóvenes, esta vez, no por la "... locura desenfrenada del rock sino por de los ritmos incesantes y repetitivos de la música electrónica y del *hip hop*. (Sosa Plata, p.145)

Así fue que *Rock 101* que nació como un proyecto ideado en la mente de un visionario Luis Gerardo Salas, prosiguió con el cambio de concepto y el declive con Jordi Soler y terminó con una última etapa, llena de descontentos, falta de creatividad y estancamiento. Con ello, una de las etapas más importantes en la radio abierta en México llegó a su fin.

BOCANADA AL AIRE FRESCO, AHORA EN INTERNET

Pareciera que *Rock 101* había quedado en la historia para recordarse sólo a través de algún archivo de audio rescatable en el acervo de la Fonoteca Nacional de la Ciudad de México; que su legado como estación vanguardista con una idea musical que marcó un antes y un después en la historia de la radio juvenil mexicana quedaría sepultado tras una serie de movimientos equívocos por parte de la directiva de NRM. Sin embargo, una idea tan buena no podía olvidarse y *Rock 101* resurgió *de las cenizas* y de la mano de la mente creativa y visionaria de quien la vio nacer.

El plan de Luis Gerardo Salas de regresar a transmitir no fue en la FM sino en una nueva plataforma, una sin restricciones, llena de posibilidades y sin los formatos de la radio abierta que durante tantos años impidieron que muchas ideas de producción en *Rock 101* se llevaran a cabo. *Rock 101* ahora transmite en Internet en la que se encuentra hasta el momento.

La transmisión a 128 kbps comenzó el 26 de enero de 2010, pero fue hasta el 4 de febrero del mismo año que inició de manera oficial, con locutores, una barra programática y un concepto e idea musical, basados en la extinta *Rock 101* de FM, según explicó Luis Gerardo Salas en una entrevista para el periódico *La Jornada*:

"Sonará a lo que sonaría Rock 101 de no haber acabado, con música actual de calidad; temas poco atendidos entre 1994 y 2009, y piezas de catálogo o idea musical que identificaron al concepto anterior" (Olivares, Juan. "La radio en México, tristemente rezagada: Luis Gerardo Salas". 2011)

De esta manera, Luis Gerardo Salas junto con antiguos colaboradores de la 101 como Dominique Peralta, Abel Membrillo, Vicente Solís y Jorge García Negrete buscaron apelar a la nostalgia, a la buena música y, sobre todo, a la radio que se hacía entre canción y canción una vez más.

Como precedente, un año atrás, en 2009, *Rock 101* celebró 25 años desde su creación; por supuesto, miles de seguidores, ex colaboradores y el mismo Salas estaban de fiesta y este último organizó una gira de medios para celebrar el aniversario.

Radio Ibero cambió su programación durante 24 horas para que su señal fuera “intervenida” por *el fantasma radiofónico* de *Rock 101*, es decir, que la 90.9 se convirtió, hablando en términos de programación musical y de locución, en *Rock 101*. Los seguidores más fervientes estuvieron pegados a la transmisión y fue todo un éxito y ese regreso que Luis Gerardo Salas había tenido en mente durante un tiempo, ahora cobró más fuerza; *Rock 101* tenía que volver a transmitir.

Actualmente, *Rock 101* continúa transmitiendo desde su señal en la internet, Luis Gerardo Salas tiene su espacio al aire *Sin nombre*, también conocido como *LGS #101*.

Aunque la faceta *online* se lanzó con ex colaboradores y locutores de los tiempos en la FM, hoy en día *Rock 101* cuenta con nuevos y viejos talentos. Entre ellos, se encuentran Karina Cabrera, Jorge Concha y Roberto Garza, con quienes, para fines del presente trabajo de investigación, se realizaron entrevistas para conocer su punto de vista acerca del viejo y actual *Rock 101*. También se tuvo la oportunidad de conversar con un antiguo colaborador y colega entrañable de *Rock 101* y de Luis Gerardo Salas, Eduardo Alvarado Tapia (*El flaco*).

La entrevista con Luis Gerardo Salas no se pudo concretar, a pesar de distintos intentos, por problemas de agenda y los constantes viajes que realiza entre la Ciudad de México, Guadalajara y Cuernavaca, lugar donde reside.

CAPÍTULO IV:
ESTUDIO DE CASO, *ROCK 101*

¿Qué ha cambiado con la estación en aspectos formales como la producción? ¿Se mantiene la *idea musical*? Es decir, el concepto original, ¿La audiencia a la que pretenden llegar en esta etapa es el mismo que cuando estaban en la FM? ¿Quiénes continúan en *Rock 101 de la vieja escuela* en esta etapa *online*? Y, sobre todo, *Rock 101 online*, ¿A qué etapa se asemeja más de la era en la FM? ¿A la de Salas, la de Soler, la última época o a ninguna?

Cuando *Rock 101* decide regresar a las transmisiones en internet, se tuvieron que contemplar, de acuerdo a quienes vivieron esta etapa de transición, muchos aspectos, aprender de los errores y *entrarle*, esta vez, a una plataforma distinta y en constante cambios e innovaciones tecnológicas.

La idea de Luis Gerardo Salas era mantener los aspectos más importantes de la *idea musical*, descartando aquellos que mermaran la fluidez e inmediatez que se buscaba con la transmisión *online*.

Se intentó aprovechar todas las herramientas que ofrece una transmisión libre de comerciales, el alcance sin restricciones que se tiene en la red y, sobre todo, erradicar limitantes en cuanto a censura se refiere, que, en ocasiones, mermaba la libertad creativa de los productores y locutores de la antigua *Rock 101* en la FM.

Karina Cabrera, quien actualmente es la mano derecha de Luis Gerardo Salas, conductora y productora del programa *Sonic Arsenal* en *Rock 101 Online*, explica que, en un inicio, se tenía la idea de dar completa libertad creativa y de expresión a los locutores y productores de los programas que hoy conforman la barra programática de *Rock 101 online*; sin embargo, había cierto lenguaje que, si bien no era del todo formal, marcaba una pauta de respeto entre el escucha y el locutor, claro, sin perder el característico “de tú a tú” que tanto identificó a *Rock 101*.

“El formato en internet son las pausas, la manera en la que se tiene que llevar un ritmo, son programas que puedes llevar dos horas y sin hacer ninguna pausa. No tienes comerciales, los metes en la entrada, los metes a la salida o para eso, tienes todo lo demás en medios, en redes sociales; tienes la página, tienes la aplicación, tienes muchos lugares, donde puedes meter tu publicidad sin tener que estar fastidiando de alguna manera, una idea dentro del programa, sin embargo, si se mantienen algunas cosas del lenguaje y respeto hacia el público, principalmente no por cuestiones de censura o por

cuestiones de que tengas miedo que te estén multando a cada rato por el lenguaje que utilizas ¿No? En realidad, aquí por sentido común, hay una manera en la que te diriges al público” (Cabrera Karina, 2018)

Básicamente, en esta nueva etapa, se tiene una libertad de expresión sin censura, pero esto no quiere decir que se abuse del lenguaje coloquial o vulgar o que se digan groserías sin sentido alguno.

Para Karina, *se tienen que utilizar cuando se tienen que utilizar*, es decir, que si el tema que se aborda en un momento amerita o provoca una reacción y ésta deriva en decir una grosería, se dice y no pasa nada; no obstante, este lenguaje se emplea como un recurso y no como algo inagotable y sin sentido.

Otro aspecto que cambió, es la forma de programar música. Si bien *Rock 101* se caracterizó durante la etapa de Salas y la de Soler por programar música que no necesariamente se estaba escuchando en la radio mexicana tradicional, en esta nueva etapa -al no existir más los formatos establecidos en cuanto a programación musical dados por los estatutos de la radiodifusión y lo *políticamente correcto*- se busca abrir aún más al panorama y los bloques musicales entre programa y programa.

“En realidad no es que hayan cambiado mucho los formatos, lo que sí podría cambiar es la manera en la que intervienes con la música, la manera en la que no tenemos una programación establecida donde tengas alta rotación de canciones que te obliguen a estar repitiendo todo durante todo el día. Aquí escuchas un programa y no sabes qué pueda pasar en el siguiente, no es como formato de FM que tu ya escuchaste al menos cinco horas y ya sabes que van a pasar las mismas canciones a las siguiente cinco horas” (Cabrera Karina, 2018)

Rock 101, de cara a esta nueva etapa *online*, en cuanto a programación musical y barra programática se refiere, ha tenido modificaciones con el fin de buscar una radio más abierta, inclusiva, menos acartonada y con nuevas propuestas, tanto musicales como de programas. Estos últimos se han enriquecido con la implementación de nuevos formatos tanto musicales como de contenidos; así lo refiere Karina Cabrera:

“Hay quienes hacen radio experimental, hay quienes hacen radio hablada, hay quienes hacen radio de dinámicas de sonidos; eso es lo que aporta importante y las posibilidades que brinda Internet. No cambiaron los formatos, hay cosas que igual ya no se hacen; por ejemplo, las viñetas, ya no es algo que hacemos en la actualidad. La idea musical se mantiene todavía los domingos, pero ya no son estos clásicos que van de los 50 a los 70 que era lo que hacía *Rock 101* en la época de los 80 en realidad, ya se extendió hasta el año 2000, más o menos, porque no puedes quedarte con ciertos parámetros repitiendo la misma música.” (Karina Cabrera, 2018)

DE LAS ONDAS A LA RED

Karina Cabrera relata cómo es que la migración a internet “no fue un simple copia y pega” del formato en la FM a la nueva propuesta *online* y enuncia una serie de modificaciones que fueron desde la producción hasta la forma de pensar los contenidos de *Rock 101 online*. Ahora, había que aprovechar los nuevos recursos discursivos que ofrecía la internet, tales como una mayor libertad de contenidos, y creativa.

La colaboradora más cercana a Luis Gerardo Salas expresó que no se trataba de “llenar en vacío” de no estar en la frecuencia modulada; Karina Carera señaló que en más de una ocasión a Luis lo invitaron a tener un espacio en la FM, pero rechazó las ofertas, pues, visionario como siempre, creyó en la oferta y las posibilidades que ofrecía hacer radio en internet.

“Ahorita no es rentable irte a FM, es carísimo; tener operativa una estación cierto tiempo y obtener tu concesión implica muchos pasos que en realidad harían que esto apenas estuviera realizándose. Llevamos 8 años al aire; en realidad, necesitas aprender nuevos lenguajes y nuevas formas de trabajo y cuando Luis Gerardo decide hacerlo, que aparece en enero del 2010 la estación, es porque hay un sector que todavía recuerda *Rock 101*,” (Karina Cabrera, 2018)

Una vez que se tomó la decisión, sólo quedaba *tentar el terreno* en el cual iban a meterse; actualmente, existen estaciones de radio que transmiten por internet, algunas de ellas provenientes de la FM que aprovecharon las posibilidades que ofrecían los primeros *teléfonos inteligentes* y las primeras aplicaciones para celular. Luis Gerardo y

su equipo, entonces, decidieron que era el momento adecuado para lanzar *Rock 101* en la Internet y, posteriormente, a una aplicación donde los usuarios pudieran escuchar las transmisiones en vivo.

Las ideas que se tenían en un principio eran interesantes y, hasta cierto punto, innovadoras. Al interior de *Rock 101* se sabía que uno de los puntos fuertes que se aprovecharon en los tiempos de la FM, fue la cercanía con la audiencia.

Los artífices de *Rock 101*, al ser los precursores del lenguaje de *tú a tú*, sabían que el mantener esa forma de comunicarse con los usuarios no sólo atraería públicos nuevos sino también regresarían para cautivar a los más nostálgicos de la estación original. Por ello, pensaron en la posibilidad de incluir una aplicación para celular un chat en vivo y así aprovechar la instantaneidad de la Radio en Internet, combinada con el alcance de las nacientes redes socio-digitales.

Karina Cabrera cuenta que esto no fue posible en su momento y que, incluso, actualmente, no es efectivo tener una caja de chat en la aplicación, debido al retraso o *delay* con el que llegan los mensajes, es decir, que existe un desfase de al menos 2 minutos entre lo que los usuarios pudieran escribir y lo que se está diciendo “al aire”.

Sin embargo, una vez que se consolidaron las redes socio-digitales, la comunicación audiencia-cabina fue cada vez más fluida y con más alcance; ahora, mediante herramientas como *Twitter* o *Instagram* los usuarios saben un poco de la barra programática de la estación, los invitados del día y hasta logran que ciertos locutores lean sus menciones de *Twitter* “al aire”.

Respecto a la relación producción de programa-redes, Cabrera explica que dicha conexión ayuda a hacer ver ante la vieja y la nueva audiencia, que *Rock 101* dio el paso de lo analógico a lo digital de manera orgánica; los locutores que leen los comentarios al aire, normalmente son usuarios activos de las redes y postean con cotidianidad *historias*, publicaciones o entradas en las mismas sobre los temas o invitados de los cuales se hablarán en el programa. Esto ayuda a que los escuchas estén más enterados sobre la programación en general de *Rock 101* o de alguna emisión que sigan en particular.

LA APP Y SU USO

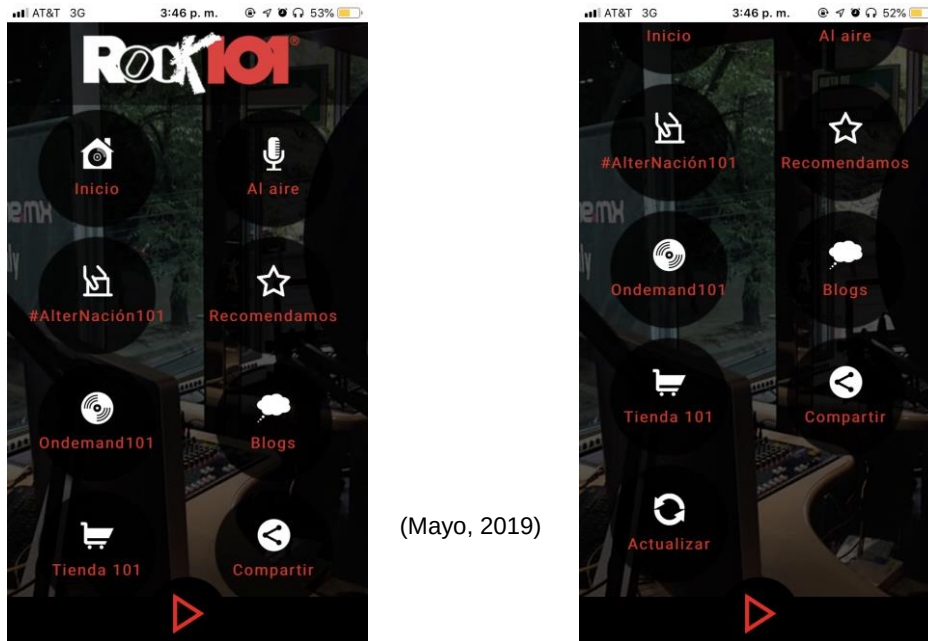
Roberto Garza, actual locutor y conductor del programa ***Banda Sonora 101*** en la estación *online* y Karina Cabrera coinciden en que la aplicación es uno de los puntos más importantes para *Rock 101* y para cualquier otra productora de contenidos que tenga como objetivo estar vigente, ser de utilidad y cumplir con los usuarios en este mundo de los medios y las redes. Sin embargo, quizá sea uno de los puntos más inestables actualmente de la radiodifusora; ambos afirman que es difícil encontrar a una agencia de soporte de *Apps* que sea accesible y eficiente.

El mantenimiento tiene que ser continuo, de lo contrario, tendrían que destinar todo un día a la semana para el mantenimiento del servidor digital que alberga la señal y parte de los contenidos únicos y exclusivos de su plataforma digital, descargables que se producen en *Rock 101*.

Existe una sección dentro de la App de *Rock 101* que se diferencia del resto, la sección descargable o, como ellos la han nombrado, *on demand 101*, misma que es un catálogo virtual de los 99 programas que han estado al aire y que son descargables mediante la página web de *Rock 101*.

Actualmente, hay dos formas de acceder a la plataforma de *Rock 101 online*: en algún dispositivo móvil o en un equipo de cómputo.

A través del teléfono móvil y con un dispositivo iOS, las pantallas iniciales son las siguientes:



Como se puede observar, la interfaz luce un aspecto orgánico, intuitivo y bastante entendible, dividido, a través de íconos con poco texto, a lo que se puede acceder: *Inicio*, *Al aire*, *#AfterNación101*, *Recomendamos*, *Ondeman101*, *Blogs*, *Tienda101*, *Compartir* y *Actualizar*.

Con base en una exploración a través de la aplicación se puede conocer su contenido, poner a prueba su accesibilidad y comprobar que el uso de esta aplicación aporta un valor agregado a la escucha de *Rock 101* en la aplicación.

En la pantalla inicial, las dos secciones marcadas en la primera imagen cumplen con la misma función, llevar al usuario a la sección de escucha en vivo, donde, además de mostrar el nombre del programa y canción que se escucha, ofrece un apoyo visual al usuario, mostrando la carátula de la canción que se reproduce o el logo del programa en turno.

Al ser esta sección una de las principales y más importantes de la aplicación, resulta un acierto que se ponga atención al detalle, pues la misma cuenta con

animaciones muy fluidas, un catálogo completo de canciones y programas en turno, así como las que han programado recientemente.

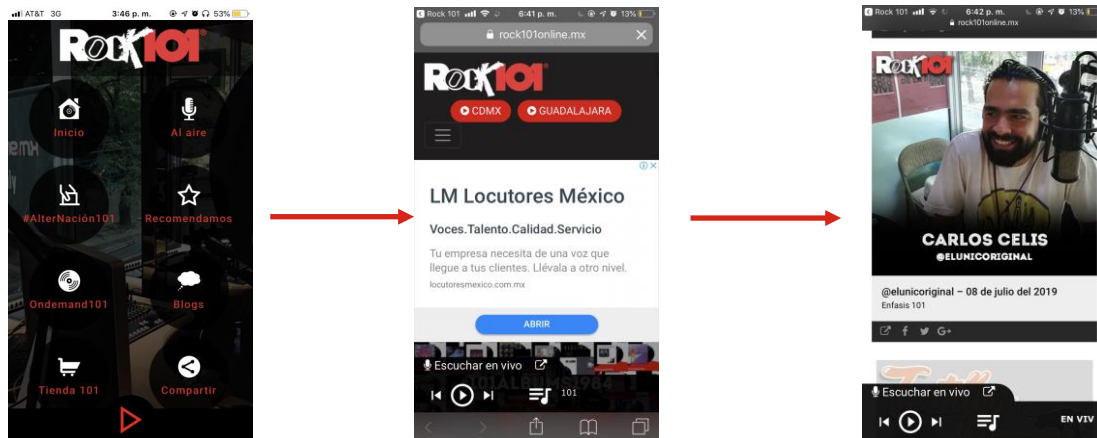
Como asiduo escucha a la aplicación, pocas veces se tienen problemas con el dispositivo móvil al momento de reproducir programas en vivo, conectado a una red *WiFi*; sin embargo, se pueden experimentar algunos problemas de conexión cuando se encuentra en exteriores, conectado desde los datos móviles.

#Alternación101 es una sección donde se encuentran artículos, principalmente de opinión, que no necesariamente tienen que estar relacionados con la música y lo que ésta engloba, pues se tocan temas de actualidad, tecnología, y demás aristas de la vida cotidiana que podrían resultar de interés para muchos.

Esta sección parece que va más dirigida al público versado en la política o que gusta de este tipo de artículos, toda vez, que -al no estar relacionado directamente con *Rock 101* ni con la música y su universo, puede parecer un poco “fuera de lugar”; sin embargo, muchos de los temas que se tocan, suelen coincidir con las opciones que encontramos habitualmente en la barra programática de la estación, aunque estos artículos no hayan sido elaborados por la redacción de “la 101”.

De igual forma, y en palabras de Jorge Concha, entrevistado para este trabajo de tesis y conductor de *Rock 101 online*, la sección de *Recomendamos* es una muestra del acervo cultural y musical del que se valen muchos de los locutores y conductores de *Rock 101* para nutrir los temas en sus programas.

Al igual que en *#Alternación101*, el formato de la sección es de “sólo lectura”, es decir, carece de contenido audiovisual, sin embargo, los temas vienen recomendados directamente desde la redacción de la radiodifusora y principalmente sugeridos al aire durante los programas del día.



Desde la primera consulta rápida hasta el día en el que se escribe este análisis, *Ondemand101* es una de las más descuidadas de toda la aplicación. Ésta, además de problemas con su estética, es decir, que es visualmente poco atractiva, también tiene fallas de funcionalidad y accesibilidad.

Enlaces rotos, una interfaz descuidada -y no integrada al resto del ecosistema creado para la aplicación- y con poca eficacia al momento de querer escuchar los programas en formato de podcast, hacen a la sección la más pobre, poco intuitiva y la más desaprovechada de toda la App lo que es un grave error.

El formato radiofónico en cualquier medio, llámese plataforma digital o portal digital en la red, debe obedecer al formato de consumo predominante en el grueso de la audiencia, es decir, uno que se pueda escuchar aún después de la fecha y hora de emisión y que, de preferencia, pueda ser descargable y consultado en cualquier momento del día.

En este sentido, podría funcionar mejor si se contempla una reestructuración del contenido *on demand* que permita descargar los programas y almacenarlos dentro de la *data* de la misma app. Tener descargados los programas, como si fueran canciones en el dispositivo móvil, no sólo alienta a la escucha de algún programa favorito a reproducirlo con más frecuencia, sino, también, al descubrimiento de otros que quizá llamen la atención por la portada o el nombre del mismo

Otra de las secciones no multimedia más importantes de la plataforma es **Blogs**, donde se localizan las entradas más elaboradas de mano de los productores, colaboradores, locutores y conductores de *Rock 101*.

Aquí se encuentra la opinión extendida sobre muchos de los temas que se abordan, en ocasiones, *por encimita* durante los programas en vivo. Una vez más, al igual que en las anteriores secciones de contenidos en la App, una de las limitantes para el escucha convencional, que generalmente está fuera de casa, es la accesibilidad, es decir los datos móviles.

Al respecto, Karina Cabrera expresa que el usuario selecciona, inconscientemente, en qué medio de entretenimiento habrá de destinar los *megas* incluidos en su paquete de datos móviles o del saldo que disponga.

Los temas, pero, sobre todo, cómo se abordan, no siempre son del agrado total de los escuchas más asiduos de la estación; Eduardo Alvarado Tapia *El Flaco*, refiere que hay muchas cosas que le agradan y otras que no de las actuales producciones en *Rock 101*.

Desde su óptica, los más jóvenes colaboradores de la estación deben ser instruidos por Luis Gerardo, Karina Cabrera y Jorge Concha, pues “El futuro es hoy y nos está alcanzando”. El ex colaborador de *Rock 101* augura un futuro prometedor para la radio en internet una vez que las limitaciones de datos móviles sean removidas por las compañías de telefonía móvil.

“Claro, están metidos en el futuro que ya está presente, la radio por internet, cuidado con eso, porque cuando los planes de telefonía dejen de tener limitaciones de datos, el día que sean datos ilimitados para todos, ese día, la radio va a dar un paso gigantesco, porque entonces de nueva cuenta va a regresar al aire”. (Eduardo Tapia, 2018)

Las dos últimas secciones que el usuario puede visitar en la aplicación móvil son **Tienda y Actualizar**. La primera, es un apartado que, en palabras de Jorge Concha, únicamente existe para cumplir una demanda nostálgica de quienes no pudieron ganar una calcomanía, una sudadera o una gorra durante las dinámicas organizadas en los ochentas; también, puede ser útil para quienes buscan afianzar su vínculo de identidad con la estación por la cual conocieron bandas como *Depeche Mode*, *The Cure*, *The*

Horrors, etcétera. La segunda sección únicamente sirve para calibrar o recalibrar el software en caso de algún desperfecto

ANÁLISIS Y ESTUDIO DE LA APP

Hablar de aplicaciones móviles es remontarse al origen de la telefonía celular y sus aplicaciones, que -si bien eran nativas- se denominaban de tal forma al cumplir con requisitos que debía tener una App: efectuar tareas de diverso tipo; facilitar gestiones o actividades a desarrollar y, a grandes rasgos, ser útil para el usuario/propietario del dispositivo en donde se encontrase instalada la App; de ahí su nombre: aplicación.

La tecnología avanzó rápidamente durante la primera década de los 2000, pasando de aplicaciones básicas, como juegos, agendas, despertadores y calculadoras a complejos programas diseñados para facilitar la vida.

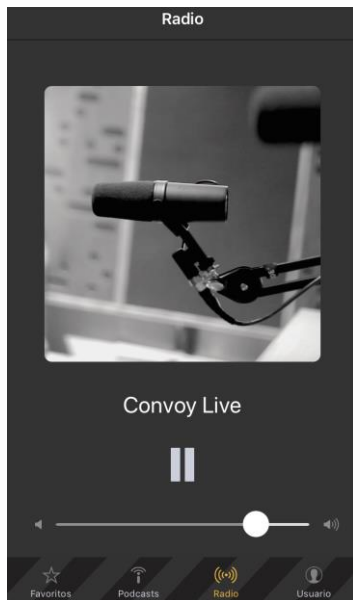
Ahora, desde un dispositivo móvil, se puede pagar un servicio, practicar nuestro inglés mediante ejercicios diarios, alcanzar un estado de meditación mediante música y ejercicios para conseguirlo; hay una App para casi todo lo que se nos pueda ocurrir.

Es por eso, que tanto para *Rock 101* como para cualquier otra plataforma de contenido digital es de suma importancia mantener una aplicación estable, intuitiva y cada vez más accesible.

En síntesis, la aplicación de *Rock 101 online* cumple con lo que promete, con lo que se anuncia durante los programas en vivo y no defrauda al momento de querer sintonizar la señal de la 101, aunque tiene que mejorar el apartado *on demand* de la aplicación.

Uno de los aciertos como usuario suscrito y frecuente de *Convoy Network* y escucha asiduo de la señal de *Rock 101*, es que, al menos en el apartado de “escucha en vivo”, tiene varias ventajas frente a la de **Convoy** que, por cierto, requiere de una suscripción de paga mensual.

Las ventajas de *Rock 101* son las siguientes:



Ambas capturas de pantalla fueron tomadas en una de las secciones que tienen en común ambas aplicaciones, la de escucha en vivo. Del lado izquierdo, está la aplicación de *Convoy Network* y del lado derecho la de *Rock 101 online*.

La diferencia obedece a distintos factores; por un lado, *Convoy* posee un diseño más sobrio, minimalista y simple, sin ofrecer demasiada información. *Rock 101*, además del respectivo botón para iniciar la sintonía con la señal en vivo, cuenta con un listado con las canciones que recientemente fueron reproducidas, además de poder encontrar, en ocasiones, la carátula del álbum que se está reproduciendo en ese momento.

La ventaja que posee *Rock 101 online* es la información que ofrece como un extra, aludiendo a que los diseñadores y la gente detrás de la App; realmente, está preocupada por el usuario y sus inquietudes al poder ver qué canción es la que se escucha, en caso de no conocerla y, posteriormente, buscarla para descargar o simplemente volverla a escuchar; es un plus que no todas las Apps tienen.

El camino que tienen por recorrer es muy largo; el mundo de la tecnología y, en específico, el de la telefonía móvil avanza con una cantidad de innovaciones que se incorporan año con año en los equipos.

En específico, La App de *Rock 101 online*, da la impresión de estar frente a un medio que no sólo ha sobrevivido, sino que también ha evolucionado, reflejo de dedicación y compromiso.

CONCLUSIONES

Dentro del amplio espectro de elementos que integran al mundo del medio radiofónico, siempre me llamó poderosamente la atención el cómo este se encontraba en constante evolución hacia lo práctico y lo lucrativo; esto último en la radio comercial.

No obstante, dentro de esta evolución continua, la radio ha sabido mantener su esencia en lo informativo, su carácter de instantaneidad y de entretenimiento, demostrando que frente a titanes mediáticos, como lo fueron en su momento la televisión y más recientemente la internet, ha sabido encontrarse un sitio, al fusionarse e hibridarse de manera orgánica, es decir, sin forzar estos procesos; hoy en día, es imposible pensar a un programa en la frecuencia modulada que no haga uso de las redes socio-digitales para extender sus alcances.

La misma *radio por internet*, según el concepto de Cebrián, es un ejemplo de lo antes mencionado.

Me propuse tomar como estudio de caso **Rock 101** por dos grandes razones: la primera, tiene que ver con la esencia vanguardista de la estación y cómo esta se vio traducida años después de su “apagón” en la frecuencia modulada, en su renacimiento bajo las normas y características de otro mundo, como lo es la Internet.

Al inicio, pensé que se trataba de una estación que *había resurgido de las cenizas* únicamente impulsada por el capricho nostálgico de fans y del mismo Luis Gerardo Salas, incluso, de haber comprobado mi creencia, pensé que sería interesante analizar este caso bajo la perspectiva comercial que puede significar vender una idea “por nostalgia”.

Qué errado estaba, pues no sólo el creador de **Rock 101** habría rechazado previamente ofertas para volver a la frecuencia modulada sino también elaboró de todo un plan previamente estudiado para aprovechar al máximo las nuevas características que la internet ofrece.

La segunda razón por la cual me interesó el caso de **Rock 101** es por la importancia que tuvo en el mundo de los medios *chilangos* de comunicación; con base en esta investigación, se puede decir que es la precursora definitiva del lenguaje

coloquial que más tarde retomarían y sobre-explotarían programas en otros medios como **Otro Rollo**, en la TV, y también por **El Panda Show** en la radio, emisiones que no sólo pierden el respeto total al público sino también al mismo equipo de producción.

Rock 101, para haber aparecido en tiempos en los que, desde los escuchas más puristas hasta la misma Secretaría de Gobernación *pegaban una oreja* a los medios para revisar sus contenidos, supo mantenerse a flote, destacando de entre la oferta radiofónica juvenil de la época y sin abusar del lenguaje del cual eran artífices.

Descubrí también que eso que durante años llamé **Podcast** es muy distinto a la radio por internet y que los programas que cortan fragmentos de su contenido para *colgarlo* en sus plataformas *online* no están pensando en el valor agregado que pudiera tener para el escucha, sino únicamente están replicando su señal para hacerla llegar a más personas que no pudieron conectarse a la hora y días señalados para la transmisión en vivo.

Al respecto, podría decir que esos **Podcast** en realidad son radio por internet y los **Podcast** pensados para el consumo del escucha con un contexto, inicio y final son radio en Internet, según los conceptos de Cebrian.

Rock 101 se ha valido de su renombre entre conocedores y ha entrado de lleno a esta nueva era de la radio en la cual predominan los **Podcast** frente a los programas en vivo, pero no. **Rock 101** no sólo carece de oferta de **Podcast** sino que también ha descuidado a su audiencia, al grado de que solicitar una suscripción mensual al mero estilo de plataformas de *streaming* de audio como **Convoy Network** o también como **Disney+** o **Netflix**, hablando de lo audiovisual, **Rock 101+** sustituyó a la aplicación con la cual se había desarrollado desde 2010 esta emisora de ciberradio.

No obstante, me parece que este paso puede ayudar a la consolidación de **Rock 101** como una plataforma para conocedores “de nicho” es decir, no apostando a escuchas casuales o nuevos sino a los viejos o asiduos escuchas de **Rock 101**. En lo personal, no conocí a la estación en sus tiempos en la FM salvo las viñetas que un tío escuchaba frecuentemente cuando yo era niño; esa fue mi primera referencia del medio sobre el cual hoy escribo.

Al acercarme a esta etapa de la estación como un nuevo escucha, he de reconocer que no me cautivó ni a la quinta escucha, pues si bien los temas eran de mi

interés, me pareció que lejos del lenguaje “de igual a igual”, los locutores hablaban como si fuera “de conocedor a conocedor” lo cual me generó un sentimiento de exclusión más allá de sentirme integrado.

Luego de llevar a cabo las entrevistas, me di cuenta que si bien desde Karina Cabrera, hasta Jorge Concha, pasando por Roberto Garza, tenían la intención de aportar a la estación con programas y secciones creativas y con lenguaje coloquial, no obstante, comprobé que desde entonces la estación se perfilaba para convertirse en lo que, a mi percepción, es hoy, una estación que habla “de conocedor a conocedor”.

No considero un despropósito el cambio de dinámica de la estación, después de todo, los creadores de contenidos en internet están en todo su derecho al solicitar una micro-remuneración por su trabajo por parte de sus escuchas; por ejemplo, en **YouTube** son los suscriptores quienes se unen a la comunidad de los canales y se les otorgan beneficios exclusivos a los cuales un usuario de la plataforma común no puede acceder, tales como videos personalizados, emojis para usar en la página, decoraciones distintivas en los chats de la comunidad, entre otros.

Sin embargo, podría decir que **Rock 101** no se ha preocupado por ofrecer a sus suscriptores beneficios como los anterior citados más allá de la escucha habitual de su plataforma, descarga de contenido y “regalos” que en su aplicación no se molestan en describir.

Volviendo a mis hallazgos y motivaciones, he de reconocer que he reflexionado sobre los tiempos en los que escribí este trabajo de investigación, concluí que fue redactado por tres personas distintas: el joven estudiante de la carrera en Comunicación y Cultura aún inscrito a las materias de seminario; el pasante de la carrera que comenzaba su servicio social y se desinteresó por el mundo radiofónico, y el ya no tan joven pasante que, laborando en un medio de comunicación ajeno a la radio, volvió a sus escritos apasionándose una vez más por la historia de la radio pero sobre todo por el proceso que vivió **Rock 101** al migrar a la Internet y demostrando que su altura de miras era tan genuina en los años 80 como lo fue en el 2010.

Al haber redactado esta tesis en distintos momentos de mi vida, me doy cuenta que no ha existido en la historia reciente de los medios de comunicación una estación, canal o programa que haya logrado lo que **Rock 101** hizo. Hoy en día, los destellos que

influyen a las generaciones de jóvenes vienen por parte de, valga la expresión, los *influencers*, que han sabido hacer un manejo efectivo de la comunicación de “tu a tu”, haciendo su vida privada en un contenido público para sus seguidores, generando en estos un sentimiento de identidad que rompe toda barrera antes erigida en el ámbito privado.

Escribir acerca de los *influencers* y su forma de comunicación con su audiencia es abrir nuevas aristas que no corresponden a esta investigación, sin embargo, quise poner este ejemplo por ser lo más cercano y reciente en la comunicación de creadores de contenidos hacia audiencias o usuarios.

Los hallazgos centrales de la investigación se resumen de la siguiente manera:

1. Los datos sobre la primera aparición de la radio en México no se homologan, sin embargo, todo apunta a que su aparición y consolidación en nuestro país estuvo fuertemente impulsada por los Estados Unidos y sus procesos bélicos de finales del siglo XIX.
2. Si bien la vocación de la radio es mayormente informativa y de entretenimiento, ha resultado ser una excelente vía de publicidad por sus características de instantaneidad y practicidad
3. La radio y el rock encontraron un momento de sinergia que impulsaron los movimientos estudiantiles y juveniles que difícilmente podrán volver a ser igualados por otro medio o género musical en conjunto
4. No es igual el contenido de una radio por internet que el de una radio en internet
5. **Rock 101** es un ejemplo de ciberradio y de radio en internet.
6. El **Podcast** es otra alternativa de consumo que la radio ofrece a los cada vez más extensos usuarios que no tienen tiempo para escuchar estaciones de forma tradicional.

El **Podcast** debe pensarse como un contenido escrito, producido y consumido en internet y no como fragmentos de un programa de transmisión en vivo.

La transición de la radio abierta a la radio en internet que realizó **Rock 101** debería ser objeto de estudio no sólo de aquellos que han documentado la historia de esta estación, sino también de quienes busquen adaptar productos multimedia a la forma de consumo que predomina en internet, es decir, aquella que requiera una forma de consulta rápida o practica como lo son los **Podcast**.

Sobre el estudio de esta estación y su posterior versión *online*, deberían recogerse los errores, pero -sobre todo- los aciertos que se tuvieron previo al relanzamiento de **Rock 101**, tales como *escuchar a los escuchas* y no lanzar el producto sin antes hacerlo.

En síntesis, XHSON-FM demostró, en su momento, ser una estación vanguardista que debió apegarse a sus raíces y escuchar más a su audiencia durante la etapa en la frecuencia modulada. Los riegos que tomó la hicieron perder identidad, proceso que se vio reflejado en su misma platilla de creativos y líderes ejecutivos.

La era *online* atraviesa una metamorfosis que demuestra, aún sin tener que hacerlo, que la gente detrás de **Rock 101** busca constantemente aprender de sus errores y tropiezos para encontrar una vez más esa **Idea Musical** en el cambiante e inhóspito mundo de la radio en internet.

Referencias bibliográficas

- AMARC ALC (2011). **La radio después de la radio**: Buenos Aires.
- Aquino Fabián. (2001) "Cien años de la radio en México. La evolución de la radio antes y después del milenio", UNAM, México.
- Camacho, L. (1999). "La imagen radiofónica". México: McGraw hill.
- Cruz Daniela. (2013) "Transición de amplitud modulada a frecuencia modulada el caso de radio educación" UNAM, México.
- De Anda F., (2003) "La Radio el despertar de un gigante", México, Trillas
- Fernández Fátima. (2016). "Los atores actuales de la radio en México". Revista Digital Universitaria, 7, 6-7.
- Lavallo Luis. (2008) "La producción radiofónica en el contexto de la serie bajo sospecha, análisis sobre el fenómeno de la criminalidad", UNAM, México.
- Martínez Luis. (2002) "El proceso creativo de la escritura y la producción radiofónica" UNAM, México.
- Miranda C, H. (2008) "La Radio en Internet", Argentina, La Crujía.
- Pulido Luna S. (2015) "Radio por internet un canal a la vanguardia" UNAM, México.
- Romo C. (1991) "Ondas, canales y mensajes" México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)
- Salcedo Sánchez M. (2016) "La Radio en México, tecnologías digitales y la fusión de nuevas formas de comunicación", UNAM, México.
- Valdez G, Ana, M, Ojeda M, Villegas T. (1988) "El sonido de la Radio", México, UAM.
- Vázquez S. (2016) "El proceso de digitalización de las emisoras del Instituto mexicano de la Radio" UNAM, México.

- Vitoria, Pilar. (1998) “Producción Radiofónica, técnicas básicas” México, Trillas.
- Enríquez, Armando, “1985 y 2017 el papel de los medios de comunicación”, México, (2017), visto en: <https://bit.ly/2XCD3bs>
 - . *La Radio en las catástrofes una responsabilidad social ante todo*, México, 2017, visto en: <https://bit.ly/2y5rOhb>.
 - . Franco Romo, D. (1). Scolari, Carlos (2008): Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Mediaciones Sociales.
 - . Maldonado Reynoso Norma, La transmisión radiofónica digital: Perspectivas mundiales y el caso mexicano. Tesis de Doctorado. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2007, Universidad Nacional Autónoma de México P. 155
 - . El fin de una era: Noruega, primer país del mundo en apagar su señal de FM .BBC Mundo, 11 enero (2017). Consultado en <https://bbc.in/2UEAgXR>
 - . Martín Barbero, J. (1987). de los medios a las mediaciones; comunicacion, cultura y hegemonia (1a. ed.)
 - . Plata Sosa Gabriel, Radio e internet: La inevitable convergencia tecnológica, (2000)
 - . José Agustín, *La contracultura en México* (1996)
 - . Castillo Diaz Emilio. “De Avándaro a los Hoyos Funkies”: 2004)
 - . Cosío Amed “Precursores, Soda Stereo, Podcast de audio, Convoy Network
 - . Nieto Salgado, “Historia de la estación *Rock 101*”, (2007) disponible en: <https://cutt.ly/Nc4L3uD>
 - . Zaldívar Carlos, *Rock 101*, Idea Musical, 2000
 - . Plata Sosa Gabriel (2016) *Días de Radio: Historias de radio en México*.
 - . El Rock como transformador de Juventudes”. De Garay, Adrián (1993). Ed. Nómadas Col.
 - . Borges, Beatriz. 26 de Mayo 2012. “Del pop de los Beatles primerizos, a la psicodelia de los setentas”. *El País*. Disponible en: <https://bit.ly/3sL9keg>

. Trula, Esther. 12 de Diciembre de 2018 "Ni los Beatles ni el Rock ni nada, según un estudio, lo más influyente de los últimos 50 años". Magnet. Xacata. Disponible en: <https://bit.ly/3kfegEb>

. Olivares, Juan. "La radio en México, tristemente rezagada: Luis Gerardo Salas". 2011) Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2011/02/24/espectaculos/a08n1esp>