

Trabajo Fin de Grado

LA CULTURA DEL ROCK EN EL CONTEXTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA EN LOS AÑOS 80:

La movida madrileña

Autor/es

Sonia Linacero Tejas

Director/es

Victor Silva Echeto

Facultad de Filosofía y Letras/ Periodismo

2015

LA CULTURA DEL ROCK EN EL CONTEXTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA EN LOS AÑOS 80. LA MOVIDA MADRILEÑA

ÍNDICE

1. OBJETIVOS	1
2. MARCO TEÓRICO	2
2.1 APUESTA POR EL ROCK'N'ROLL	4
2.2 DÓNDE ESTABAS TÚ EN EL 80	7
2.3 ES LA MOVIDA, ESTÚPIDO	8
2.4 MOVIDA PROMOVIDA POR EL AYUNTAMIENTO (Y OTROS)	11
3. METODOLOGÍA.....	22
3.1 TÉCNICAS.....	23
4. CONCLUSIONES	29
5. Bibliografía	31

1. OBJETIVOS

El objetivo de este trabajo es analizar el movimiento contracultural de *la movida* madrileña. No tanto desde el punto de vista sociológico como acontecimiento cultural —del que ya se ha escrito mucho—, sino desde la aparición e inmediata evolución de las industrias mediáticas, discográficas y culturales, nacidas primero a causa del necesario cambio socioeconómico del país, pero después surgidas bajo el paraguas del movimiento cultural.

Pero *la movida* no surgió de manera mágica. Fue un fenómeno underground y minoritario que nació entre gente muy joven con ciertas inquietudes intelectuales que, dependiendo de su formación o de su capacidad económica, fue capaz de establecer contacto con las últimas tendencias de Inglaterra o EEUU, a través de publicaciones que llegaban a España o a través de viajes al extranjero. Ese mismo fenómeno *underground* reservado para minorías, incrementó sus propuestas y pasó más tarde a la masividad. Si solo hubiese sido por el boca a boca o por la energía desbocada de cuatro jóvenes con ganas de hacer ruido, *la movida* no habría llegado a alcanzar la magnitud que se recuerda. Una serie de estructuras productivas, industrias culturales e iniciativas de vanguardia, pero sobre todo la política, tuvieron que intervenir, y fueron estas las que catapultaron el movimiento hacia un fenómeno de masas.

2. MARCO TEÓRICO

La Contracultura es un término acuñado por Stuart Hall (1973) en un estudio sobre los hippies realizado en EEUU, en el que situaba a aquella generación de jóvenes como la señal de la primera ruptura en la trayectoria de las revueltas generacionales de los años cincuenta y sesenta, cuando el hecho de usar el cabello largo para ambos sexos y su particular forma de vestir, actuaba como una señal de pertenencia y una muestra de su actitud contestataria y contracultural. Extrapolado a la década de los 80 en España, tiene relación porque este tipo de cultura llega tarde dado el sistema político. Frente a la hegemonía cultural, la gente joven usó la provocación a modo de estímulo estético. Se pueden establecer conexiones entre la música y las estructuras sociales y de poder con las transformaciones sociales y culturales que se dan en España en este momento histórico y que siguen vivas en nuestros días. El nacimiento de una cultura juvenil basada en lo estético y las ansias de conocer lo que se *cocinaba* en otros países forman parte de esta evolución cultural. Hubo cambio de códigos políticos, estéticos y éticos, en la concepción de la cultura y en el ámbito de los valores. Se produce un profundo cambio ideológico, rechazo a la militancia y compromiso político. Su ruptura simbólica con los códigos del pasado, su espontaneidad e inmediatez, su invitación a vivir el presente comulgaban con el discurso de una joven democracia que acababa de llegar para quedarse. Un presente que invita a experimentar la libertad recién llegada, libre de obligaciones morales. No es que hubiera un vacío de poder; había un vacío de códigos estéticos. Lenguajes, formas de vestir y de expresión, códigos visuales y musicales, se desarrollan de otra manera que lleva al surgimiento de nuevos referentes culturales, ya que lo que existía no era válido en este nuevo contexto. Es un constante interés por lo nuevo, sin preocuparse de sus raíces o sus significados anteriores. Más que la novedad, lo interesante es el proceso de estar permanentemente a la última. Moda, música, cine, comics, pintura, arquitectura, literatura, nuevo vocabulario, nuevas formas de relacionarse... nada se salvó de ser diseccionado, analizado y experimentado. La gente se mueve de manera autónoma, ya no hay movimientos sociales ni la represión del gobierno nacional. Quiere tener una vida más abierta, que pasa por salir a la calle y ver qué ocurre y se encuentra con una “tribu” de personas diferentes, que manejan un lenguaje mágico, extrañísimo, que les atrae porque no saben lo que es.

Théodor Adorno y Max Horkheimer (1944) describían las Industrias Culturales como el sector de la economía que se desarrolla en torno al arte, la cultura y los bienes culturales en general, sometidas a una producción masiva en beneficio de la economía capitalista. En España, uno de los cambios importantes durante los 80 fue básicamente la modernización de las industrias culturales. En el proceso de desregulación y de concentración de estas industrias está el origen de los grandes grupos que dominan el panorama cultural español, que son fundamentales para

entender el nacimiento de la *nueva ola* y su posterior integración en el sistema productivo como bien de consumo. El Estado dio un paso atrás como propietario de los medios de comunicación y permitió su liberalización. La consecuencia directa fue que se crearon nuevas cabeceras de prensa que más adelante convergieron en grandes grupos mediáticos. En el corto espacio de una década se produjo la desaparición de la prensa del Estado y del Movimiento, la potenciación de las radios FM y la aparición de nuevos periódicos de referencia, dando lugar a un nuevo escenario cultural español caracterizado por la pérdida de poder del gobierno en favor de los grandes grupos oligopolísticos, pese a que RTVE era todavía un importante elemento estratégico de la política audiovisual.

Guy Debord observaba la Sociedad del Espectáculo (1967) como la forma en la que consumimos un menú de mercancías degradadas y aceptamos una construcción artificial y dirigida del sentido del mundo como si fuese nuestro medio natural. El intento de apropiación política de *la movida* hizo que el proceso de incorporación del *underground* a la masividad se realizara de una manera muy acelerada. El entusiasmo político por el fenómeno coincide con el fortalecimiento de programas musicales en la radio y la televisión públicas, creándose sinergias entre instituciones políticas y mediáticas a las que sucumbieron también universidades y colegios mayores. Junto a la promoción de grandes conciertos en las plazas públicas se situaban exposiciones en centros públicos, subvenciones a revistas y fanzines medio caseros y de muy mala calidad, y el sumun del despropósito: El “hermanamiento de *movidas*”. Este rocambolesco suceso, que se relata más adelante, supuso el fin del apoyo institucional, del derroche de dinero público y en consecuencia el fin de *la movida*. Dicha apropiación se produce cuando aquel movimiento con esa actividad tan frenética se vio englobado bajo una etiqueta y quiso ser aprehendido por fuerzas ajenas a él, que empezaban a vislumbrar la gran capacidad de rédito, tanto político como económico, de un slogan tan goloso y atractivo sobre un fenómeno tan dinámico. El halo de libertad y modernidad que desprendía era un valor nada despreciable para una ciudad que había sido el centro del franquismo y que le venía de perlas venderla como ciudad moderna y renovada. Ese empeño de etiquetar algo inetiquetable y de aprehender lo inaprensible, convirtió una iniciativa que no tenía nada que vender, excepto una actitud, en algo banal y en objeto comercializable.

Conocemos la Cultura de Masas (Eco, 1993) como las manifestaciones culturales que por su forma de producción, propia de la industria y con fines de lucro, pueden ser consumidas por una gran cantidad de personas, independientemente de su nivel cultural o la élite a la que pertenecen, ya que originariamente esas manifestaciones culturales estaban dirigidas a las clases privilegiadas. En relación a *la movida*, podemos situarla en la manera en la que la gente joven comenzó a consumir los productos, hasta entonces exclusivos para quienes, con cierto nivel cultural y económico, solo podían acceder a ellos de modo excepcional. El trayecto de la *nueva ola* desde el *underground* a partir de una escasa minoría a la aceptación masiva fue

cuando menos particular. Pero el desarrollo de este proceso y el crecimiento de sus propuestas, no es más que la consecuencia lógica de su evolución temporal, gracias a los estamentos productivos creados a su sombra. Para que *la movida* fuese el hito que se recuerda tuvieron que mediar una serie de iniciativas, estructuras productivas e industrias culturales que lo transformaron en fenómeno de masas (Fouce, 2006:22). Con la televisión, los españoles de *la movida* consumieron décadas de rock y pop a ritmo frenético de video clip, años antes de la invención de este género. Pero también ven la indumentaria y la nueva estética de la gente en la calle. El nuevo vocabulario, las nuevas formas de moverse, de relacionarse, los nuevos registros que se iban adoptando de las nuevas corrientes que llegaban del exterior; la música en directo que los ayuntamientos ponían a disposición de la gente, a precios muy bajos e incluso gratis, atrajo a mucha gente joven que no tenía relación alguna con aquello y que tuvo la posibilidad de disfrutar de música en vivo de los famosos grupos anglosajones que veía en aquellos videoclips; las radios emitían en horario de máxima audiencia las canciones de esos grupos que venían del exterior y de los que hasta entonces nadie había oído hablar. Estas nuevas prácticas y referentes culturales se difunden y posibilitan que *la movida* recorra un camino en poco tiempo que va del *underground* absoluto, a convertirse en un símbolo que legitima el cambio de la sociedad española a través de nuevas estrategias que la convirtieron en un producto de consumo.

2.1 APUESTA POR EL ROCK'N'ROLL

Las Culturas del Rock son aquellas prácticas que funcionan según un tipo de economía que tiene su origen en la irrupción en los años cincuenta del rock and roll, en la industria del entretenimiento y que llega a ser, en los años ochenta, dominante en una industria que se ha hecho trasnacional.

Históricamente la música no ha recibido la consideración que se merece dentro del entramado cultural. Desgraciadamente ha estado muy descuidada en nuestras ciencias sociales pese a que una canción posee un gran valor simbólico y comunicativo. Muchos son los productos que se asocian con una melodía o con una canción del grupo de moda.

En España no hay apenas estudios sobre la cultura musical popular. De hecho, no es hasta 1991 cuando se funda en Barcelona la Sociedad de Etnomusicología (SIBE), y diez años después a esta sociedad se le reconoció como representante de España en el International Council for Traditional Music (ICTM). Esta organización no gubernamental internacional fue fundada en 1947 y mantiene relaciones formales de consulta con la UNESCO. Sus objetivos son promover el estudio, la práctica, la documentación, la conservación y la difusión de la música tradicional y la danza de todos los países. Por lo que hasta entonces y durante muchos años no ha habido tradición y desde luego poco interés sobre el estudio de la música popular en España, no digamos sobre el estudio del pop y del rock.

A nivel musical, en *la movida* confluyen diversas tendencias y estilos, muy diferentes entre sí, pero todos apuestan por una música directa, visceral, sencilla y próxima a la cotidianidad. Es la convergencia de los diferentes ritmos que llegan del exterior. Aunque no es un movimiento homogéneo con una única cultura musical, comparten la ruptura con la tradición mimética que había caracterizado al rock español.

Pero mientras se gesta ese cambio musical, el cambio social que estaba viviendo España comienza a reflejarse en el rock a finales de los 70. Los jóvenes de los barrios, conocedores de las miserias de sus entornos, encuentran en el rock la vía de expresión de su frustración. Aquel cambio social se estaba reflejando en el rock español: Burning, Asfalto, Leño, Coz, Ñu o Mermelada son grupos que hacen una mezcla de rock duro y progresivo, conocido como rock urbano que será el germen de los grupos heavies de la siguiente década, como Barón Rojo y Obús.

En la década de los 70 la Cultura del Rock surge desde los estratos del *underground* de manera minoritaria entre gente joven, y su consumo es debido en algunos casos a su formación y en otros a su capacidad económica que le permite conectar con las nuevas tendencias de Inglaterra o EEUU. El *punk* llega a Madrid de la mano de jóvenes de ascendencia burguesa con posibilidades para viajar, fascinados por la modernidad de Londres. Se hicieron con los discos de los grupos que sonaban en aquel momento y con los accesorios que marcaban la estética. Alaska, Berlanga y Canut, junto con Enrique Sierra crearon el colectivo *La Liviandad del Imperdible*, que teorizaba sobre el *punk* y el futurismo, para después formar Kaka de Luxe. Alaska era miembro del colectivo: “Ese nombre (Kaka de Luxe) estaba muy bien porque refleja un compendio de lo que éramos... ya que había otras muchas influencias al margen del

punk y del *glam* que casi nos conectaban más que la propia música [...] El fanzine no era un fanzine punk, era un fanzine en el que se hablaba de punk, *glam*, rock y de todo lo que nos gustaba, y suponíamos que el grupo era lo mismo [...] Para nosotros el punk era eso, la cristalización de todas esas cosas” (Gallero, 1991:40).

La movida no solo es un fenómeno artístico-cultural. Tras décadas de aislamiento franquista llega el exceso. Eran años de experimentación y había que probar nuevas sensaciones. Aparecen nuevas drogas como la heroína (caballo), extraída del opio. Más tarde llegó la cocaína y otras sustancias. Hasta entonces la droga popular era el hachís. La heroína se cuela en la juventud madrileña sin manual de instrucciones, sin precauciones de uso, sin un “qué hacer si se toma más dosis de la recomendada”. El consumo de drogas estaba relacionado con la creatividad, con la libre expresión, el vínculo entre el interior del creador y la representación de su arte. La asociación entre drogas y buen rollo siempre estuvo bien visto *LSD*, *hachís*, *tripis*, *mescalinas*, *speed*... eran invitados de honor en muchas fiestas ochenteras. La cocaína entre la *jet*, la heroína y los porros entre los nuevos modernos. Los que sobrevivieron a aquello por no haber tenido contacto, haber tenido cabeza o algo de lucidez y sobre todo mucha fuerza para salir de aquel infierno, coinciden en decir que se abogó por una aceptación entusiasta de las drogas duras y sus pésimas consecuencias.

La heroína, la mujer del héroe. Eso no podía ser malo, pensaban. La muerte de personajes famosos de la movida, como Enrique Urquijo, cantante de Los Secretos fue un paradigma. Le hallaron muerto por sobredosis tras haber pasado una época en centros de desintoxicación. Pero no fue ni la primera víctima ni la última. Las muertes por sobredosis de heroína empiezan a hacerse frecuentes entre los jóvenes de todo el país. El consumo de sustancias de una forma tan desmadrada y tan pública se normalizó en las calles de Madrid. Las drogas que se podían comprar en la farmacia como las *dexidrin*as, las *centraminas* o los *roipnholes* circulaban asiduamente entre los jóvenes de la *nueva ola*. Conscientemente no adoptaban una actitud autodestructiva, aunque jugaran con la idea de la muerte. Había mucha gente que desconocía el alcance de su jugueteo con las drogas, especialmente con la heroína. La experimentación, tanto con diversas culturas multidisciplinarias como con las drogas, fue tan masiva como autodestructiva. Noches y noches en vela por las salas de conciertos de Madrid o por las infinitas fiestas que se daban casi a diario, con el único sustento de una mezcla de sustancias: alcohol, pastillas y caballo. Aquello no era un secreto. Se normalizó excesivamente. Las drogas asolaron tanto a los ‘popies’ de corbata delgada como a los *ultramodernos* y *punks* de barrios periféricos. Los que más amaban la libertad cayeron presos de las drogas. La contradicción era constante: por un lado, la movida irradiaba libertad y ganas de vivir, con una vitalidad desbordante. Por el otro, se negaban el futuro, apostando únicamente por el instante, atrapados en una cárcel de la que era muy difícil salir. Se entregaron tanto al presente que se comieron el futuro al lomo de un caballo desbocado con nombre de mujer.

2.2 DÓNDE ESTABAS TÚ EN EL 80

La democracia había llegado a España. El final de la década de los 70 y principios de los 80 iba a significar años de cambios importantes que serían determinantes para su futuro próximo. El país acababa de salir de 40 años de dictadura después de una guerra y una posguerra infames, tenía que integrarse en el contexto europeo y se avecinaban reformas fundamentales en lo político, en lo económico y en lo social. El cambio político era condición indispensable para el desarrollo económico e integrarse en Europa significaba el paso necesario hacia la normalización.

Los cambios más significativos y simbólicos que se realizaron durante la década de los 80 en una España con cierta inestabilidad política y social, supusieron un revulsivo necesario en un país con una cultura demasiado estancada y tradicional en comparación con los países vecinos.

Las primeras elecciones generales constitucionales se celebraron en 1979, en un clima cargado de cierta calma tensa. Para entonces se había legalizado el Partido Comunista, hecho que removió fantasmas del pasado. Tras los resultados de las municipales, Tierno Galván, más tarde emblema de la movida, es elegido alcalde de Madrid. Mientras los españoles normalizaban la convivencia con la joven democracia, el golpe de Estado del coronel Tejero sacaba a la calle a una ciudadanía que rechazaba rotundamente la revuelta militar. Meses después se legaliza el divorcio, más tarde se despenaliza el aborto y se autoriza la existencia de salas X dedicadas exclusivamente a la pornografía. En un país tradicionalmente eclesiástico y defensor de la moral cristiana, donde la Iglesia gustaba de controlarlo todo, supuso una catarsis hacia lo socialmente establecido durante décadas.

El mismo año que llega al gobierno el PSOE con una mayoría absoluta aplastante, se celebra el mundial de fútbol, el Papa visita España y un año después José Luis Garci gana el primer Oscar para el cine español. España recupera el Guernica. Son los primeros de muchos eventos clave que vendrían en los años siguientes, pero sobre todo muy significativos y certificarían la normalización internacional de España. Pero no solo los acontecimientos sociales dan fe de los avances de modernidad españoles y la actualización del nuevo contexto de país tras la muerte de Franco. En lo político, se expropia Rumasa, entra en vigor la nueva ley laboral, se aprueba el proyecto de ley sobre la regulación de la televisión privada, se abole el uso del garrote vil... y por fin, España se integra en la Comunidad Económica Europea. Además se celebra el referéndum sobre nuestra permanencia en la OTAN con victoria del Sí y las mujeres se incorporan al Cuerpo de la Guardia Civil y a las Fuerzas Armadas. Igualmente, los sindicatos convocan una huelga general en contra de la reforma laboral propuesta por los socialistas –con una respuesta tan masiva e

inesperada que paraliza el país y sorprende a Europa—, y el PSOE vuelve a tener mayoría absoluta en las siguientes elecciones generales.

Lo que sigue es solo es una muestra de los cambios que experimentó el país durante la década de los 80 y que hicieron que nuestros vecinos europeos dejaran de recelar sobre las intenciones de una sociedad tan acostumbrada a las históricas convulsiones políticas. Gestos extremadamente simbólicos que anunciaban al mundo la modernización y la aceptación de las reglas del juego necesarias para legitimar la estabilidad y el compromiso españoles por un nuevo futuro.

Con la desaparición de la represión política, pero sobre todo de la censura moral y social, la sociedad gozó de una mayor libertad a la hora de vivir el día a día y sus relaciones personales. La joven generación que se había desarrollado bajo la losa franquista no había gozado de estas libertades y, por tanto, se entregó a su disfrute por encima de las exigencias de un nuevo marco normativo. No es de extrañar que, tras tantos años bajo el sometimiento de demasiadas obligaciones, el fin de aquella era desembocara en el deseo de exprimir al máximo los derechos, obviando los deberes.

2.3 ES LA MOVIDA, ESTÚPIDO

La movida es un fenómeno contracultural que ocurrió hace más de 30 años y que se originó del *underground* a partir de una escasa minoría. Mirar hacia *la movida* es orientar la vista hacia el origen de una serie de hechos que marcaron a toda una generación y que amplía el alcance de su estela hasta la actualidad.

Es importante resaltar dos aspectos de este fenómeno. Uno es que tanto la música como discurso social dialógico como las drogas son dos componentes básicos para entender el valor y el movimiento de la movida. El otro es que tanto la expresión como el contexto en el que se fraguó todo tienen un componente dinámico. Era más de hacer que de pensar, más de actuar que de reflexionar, más que estar asombrado, asombrar.

Borja Casani, director de *La Luna de Madrid*, la revista que prácticamente fue portavoz del movimiento: “Los rasgos decisivos son la fascinación por lo nuevo, la aparición de un nuevo tipo de intelectual más frívolo y menos clásico y la creación de una pequeña cultura sin grandes obras ni grandes maestros” (Gallero, 1991:9).

La palabra *movida* se usaba para todo. Los que vivían un cierto tipo de vida tenían una serie de claves, de palabras para reconocerse entre los suyos. Era como un submundo con una pequeña autodefensa. Como no había carnés de pertenencia, cada uno hacía una cronología que no tenía que ver con la del vecino. Paloma Chamorro identifica el término *movida* con el trapicheo de drogas: “*La movida* en los 70 era cuando queríamos ir a comprar *chocolate* dos amigos que nos habíamos encontrado en una exposición o en un concierto. Eso era hacer una *movida*, y no otra cosa. De cuando empieza la palabra a escribirse con mayúsculas, a entrar en negocios políticos, en subvenciones y en solicitudes, no sé nada” (Gallero, 1991:179).

La movida es motor y expresión de una nueva cultura que está en proceso de creación en los años de la transición, y que es impulsada por los procesos de cambio que se dan en España a finales de los 70 y principios de los 80. Los valores y experiencias de los jóvenes se desarrollaron en el ámbito de la política y la cultura, ya liberados de la losa del franquismo, que conectaron con sus vecinos europeos y que se lanzaron a vivir la vida de una manera hedonista. La pérdida de importancia del compromiso político, la vivencia intensa del presente, el nacimiento de una cultura juvenil basada en lo estético y conectada con sus coetáneos en otros países occidentales forman parte de este cambio cultural.

Una ruptura simbólica con los códigos estéticos del pasado, su rebeldía, su espontaneidad, su invitación a vivir intensamente, era acorde con el discurso dentro del nuevo poder emergente (Gallero, 1991:129). La recién estrenada democracia buscaba legitimidad social e internacional con una imagen y un sello con la cual identificarse. España necesitaba la manera de decirle al mundo que apostaba por Europa, por un futuro mejor, y mostrando *la movida* como imagen de modernidad se situaba en primera plana de los medios de comunicación de otros países y tranquilizaba al mundo lanzando el mensaje de que sus jóvenes no estaban por protagonizar otro mayo del 68.

La movida fue un fenómeno dinámico. Las etiquetas terminan describiendo algo que no tiene nada que ver con lo que le dio origen. Los protagonistas de la

primera fase de la etapa, los que impulsaron su nacimiento como constelación del *underground*, desconfían profundamente del término. Esto fue debido a que cuando la actividad frenética del fenómeno quiso ser englobada bajo una etiqueta, con su gran impacto publicitario, fuerzas externas quisieron apropiarse de aquel ambiente aprovechando la capacidad de arrastre de un slogan tan atractivo. No es de extrañar entonces que los que protagonizaron aquella etapa, resistentes a perder la identidad inicial alternativa, se desmarquen de esa segunda fase, cuando se convirtió en un eslogan publicitario explotado por políticos y multinacionales que buscaban su apropiación para adaptar *la movida* a sus propios intereses.

De esa nueva corriente cultural despuntaron infinidad de jóvenes promesas. Muchos de aquellas estrellas *underground*, alejados ya de aquel “radicalismo estético” que caracterizó a lo que primero se llamó *nueva ola* (o “el Rollo” a secas), figuran hoy como la vanguardia de la música y el cine nacionales y son ahora reputados artistas, alabados por la crítica y los medios, reconocidos mundialmente y galardonados con premios internacionales. No se van a detallar aquí los logros que cada uno ha conseguido a lo largo de sus carreras artísticas, ya que son famosos precisamente por eso, pero sí algunos nombres: Antonio Banderas, Pedro Almodóvar, Alaska, El Gran Wyoming, Santiago Auserón, Miguel Bosé, Pablo Carbonell, Loquillo, Mariscal, Miquel Barceló, García Álix... son solo algunos jóvenes personajes que se movían en aquel ambiente. Ellos y alguno más alcanzaron entonces un reconocimiento que, años después, siendo ya reconocidos artistas de fama internacional, todavía siguen bebiendo de aquel germen que sembraron. No todos los que despuntaron entonces alcanzaron este estatus. Unos murieron en el camino, otros no quisieron y otros no pudieron. Pero en general la generación que surgió entonces en torno a *la movida* se ha instalado como una referencia ineludible en el panorama cultural español.

Más de treinta años después se reeditan discos y libros publicados durante esta época dorada y vuelven a las listas de ventas. Las series de televisión rinden homenaje a una década con sus luces y sus sombras y que se ha instalado como una cita obligada si hablamos de la cultura en España. *La movida* madrileña, aun con el paso de los años, ha dejado una sombra muy larga bajo la cual diversos personajes, administración, industria discográfica, editoriales, medios de comunicación... todavía se cobijan. De hecho, una nueva generación de grupos de finales de los 90 y los primeros años del siguiente siglo reivindican esa Edad de Oro y se sienten herederos de aquella actitud irreverente, rebelde y experimental propia de aquellos años.

La propia *movida* fue así: o se amaba o se odiaba. Ha sido glosada, santificada, vilipendiada, alabada o machacada, pero la verdad es que sigue despertando pasiones. Amor, sexo, drogas, música, creatividad, moda, cine, fotografía, arte y diversión a todas horas... y también tragedia, enchufismo, frivolidad, espontaneidad y un poco de cara dura. Los elementos fundamentales para una aventura que nació como gran esperanza, que se quedó en historia y que hoy se recuerda.

Han pasado treinta y seis años desde el comienzo de *la movida* hacia 1979 (casi treinta desde que acabó) y este espasmo histórico sigue generando interés entre los que, de un modo u otro, la vivieron y también entre los que sólo la conocen de oídas. Fue la catarsis de toda una juventud, no solo la de Madrid, que deseaba hacer las cosas y vivir la vida de forma distinta a como la habían vivido sus padres bajo la dictadura franquista.

Los americanos mantienen a Elvis y a la música de los 50 en un altar. Los británicos a los Beatles y a su llamada *British Invasion*. En España no podemos dejar de añorar y reconocer *la movida* como la década dorada del pop. *La movida* sigue presente en el imaginario de los entendidos como La Edad de Oro del Pop Español.

2.4 MOVIDA PROMOVIDA POR EL AYUNTAMIENTO (Y OTROS)

Dos factores importantes contribuyeron al éxito de *la movida*: Un primer factor será el desarrollo tecnológico y mediático que facilitó el trabajo del artista en todas sus facetas: producción, ejecución, difusión... esto unido a un cambio de mentalidad, con la explosión del consumismo, hizo algo más sencilla la tarea de las jóvenes estrellas. El segundo factor fue determinante: la política.

Después de una larga dictadura, los políticos locales, tanto los recién llegados a la arena como los ex franquistas reconvertidos en “demócratas de toda la vida”, descubrieron que para ganar cargos había que recolectar votos. Era necesario para los nuevos dirigentes conectar con una gente joven resignada ante un futuro muy poco alentador, y que cada vez era más ajena a la participación. Cualquier posible alcalde o candidato a diputado autonómico veía en el apoyo a aquella juerga juvenil una posible fuente de votos que, en caso de igualdad ante las urnas, podía ser decisiva. Había que ofrecer una nueva imagen del país que ratificara los buenos resultados de los cambios políticos, a la vez que se diseñaba un nuevo escenario mediático. Instrumentalizar *la movida* como éxito de ese cambio político, se estableció como seña de modernidad de una nueva España que estaba empezando a emerger.

Las condiciones políticas y sociales de nuestro país en el final de los 70 y principios de los 80, la Transición y la elaboración de nuevas estrategias para captar el voto de los sectores juveniles, lanzan la pregunta de si *la movida* fue un montaje del Ayuntamiento socialista de Madrid para promover una imagen de modernidad como símbolo de una nueva sociedad que apostaba por un cambio radical con ganas de modernizarse.

Lo cierto es que *la movida* no habría pasado de ser otro fenómeno juerguista más si no hubiera recibido una intensa promoción, no solo desde la política. Convertir algo tan difuso y poco concreto como aquello en un acontecimiento artístico-social de dimensiones históricas requiere propaganda y dinero. Un apoyo que, dada la ausencia tradicional de mecenazgo privado en España, solo podía venir del sector público. En las primeras elecciones municipales llegaría a la alcaldía un advenedizo de la política que pese a su miopía demostró tener más vista que un lince y que se convertiría en el gran factótum de la movida madrileña: Enrique Tierno Galván (Lechado, 2013:67).

Los políticos tradicionales solo sabían prohibir. Pero Tierno, que no era un político profesional de carrera, entendió que en *la movida* había no solo réditos para él, sino también algo que podía beneficiar a la imagen de la ciudad. El político acabó siendo, más que un alcalde, un fabuloso promotor de conciertos, y fue en uno de ellos, en el Palacio de los Deportes, en 1984 -cuando *la movida* ya se acababa—, donde pronunció la famosa frase: “El que no esté *colocao*, que se coloque, y al loro”. Supo prever lo que no era sino un gran botellón e hizo de él un acontecimiento cultural que dio nombre en todo el mundo a una ciudad hasta entonces grisácea, y de paso, recondujo algunas vocaciones. Fue el verdadero creador del mito de *la movida*.

La paradoja está en que fue la política la que convirtió en mito un fenómeno que se decía apolítico. Los políticos dieron dinero en forma de subvenciones, contratos, sinecuras y regalos a muchos personajes. Con cargo a las arcas públicas se subvencionaron diversas iniciativas: todo tipo de actuaciones, exposiciones, libros y hasta revistas, lo cual entra más o menos dentro del terreno de la subvención pública a

la cultura. Pero algunas iban entre lo absurdo y lo grotesco, como la Oficina de Relaciones Públicas con *La Movida*. Este habría sido el despilfarro de dinero público más tonto relacionado con *la movida*, de no ser porque en 1986 el Ayuntamiento de Vigo y la Comunidad de Madrid, presidida por el socialista Joaquín Leguina, decidieron celebrar un “Hermanamiento de Movidas”. Este suceso, por lo rocambolesco y escandalosos que fue, significó el fin del apoyo político a la *nueva ola*, y por lo tanto, el fin de *la movida*. El politiquero la desprestigió, la hizo concluir antes de tiempo y tal vez, impidió su evolución y continuidad al estancarla como suceso mitológico.

El apoyo político fue importante, pero no el único. En un movimiento que en su aspecto más conocido acabó siendo por encima de todo un espectáculo musical, el papel de las compañías discográficas resultó determinante. Era la época en la que no existían los ordenadores ni las tostadoras de cedés, y grabar un disco de vinilo era tarea complicada y muy cara. A lo más que se podía acceder en casa era a un grabador de cinta magnética o de casete, pero incluso estos equipos eran relativamente caros. Para grabar un disco era necesaria la intervención de una discográfica. Y esto suponía un gran obstáculo, porque las grandes compañías no estaban dispuestas a arriesgar el dinero grabando o promocionando grupos que resultaban muy graciosos y daban mucho color pero que sonaban fatal. Durante los años 70, las compañías nacionales tenían entre su catálogo un amplio abanico de artistas ajenos a *la movida* pero que vendían discos bastante bien: música clásica, canción española, pop melódico, música sudamericana, canción ligera, flamenco, copla, zarzuela... incluso nuevos estilos como los cantautores, el folk o la Nova Cançó. Por lo que las casas de discos no se molestaban en fijarse en los nuevos grupos de rock y pop que apenas sabían tocar. Este desprecio de las multinacionales hacia esta nueva tendencia, tuvo una consecuencia inesperada, enriquecedora y muy productiva: la proliferación de los pequeños sellos independientes.

Chapa fue el sello independiente más importante y su galleta (adhesivo central de los discos de vinilo) figura en muchos de los mejores discos del rock español de los años 70 y 80. Si para las grandes (CBS, EMI o Polydor) la movida era una porquería, ahí estaba Mariscal Romero y su sello *Chapa Discos* cubriendo el hueco. El EP de Kaka de Luxe, un auténtico sinsentido musical pero con su gracejo, *Más Sexy* de Coz, *Necesito un trago* de Tequila, *Sábado Noche* de Moris, *Maneras de Vivir* de Leño o *Con Botas Sucias* de Barón Rojo son algunos de los discos que se grabaron en este sello, donde se concentran varias de las mejores canciones del pop y rock españoles de todos los tiempos. Chapa no pudo sobrevivir al acoso de las grandes discográficas cuando, a mediados de los 80 decidieron meterse con todos sus medios en el filón de una *movida* ya en decadencia. La mayoría de los pequeños sellos independientes duraron muy poco y los que lograron salir a flote acabaron siendo absorbidos por las multinacionales. Estos sellos independientes fueron, entre otros muchos, *DRO*, *Lolipop*, *Dos Rombos*, *Tres Cipreses*, *Nuevos Medios*, *Twins*... Pero es

importante saber que sin ellos muchos grupos jamás habrían llegado a grabar nada. Y tengamos en cuenta que muchos grupos luego consagrados, como Almodovar y McNamara, Aviador Dro, Parálisis Permanente, Nacha Pop, Hombres G, Los Nikis, o Gabinete Caligari, grabaron sus primeros discos (a menudo los mejores) con sellos independientes. Estos discos servían después para difundir esas canciones en las radios y en la televisión (Lechado, 2013:76).

La experiencia nos dice que si no se habla de algo, este algo no existe. Da igual la calidad, el brillo o la importancia de una cosa. Si no recibe la adecuada difusión es como si nunca hubiera ocurrido. Por eso la radio y la televisión desempeñaron un papel de primer orden en la construcción, auge y mitificación de *la movida*.

La radio aún era el medio de mayor difusión en aquellos años en los que únicamente había dos canales de televisión, y de estos, solo uno se veía en todo el país. Muchas familias no tenían tele en casa, y además en bastantes hogares todavía se veía en blanco y negro. Sin embargo, la radio llegaba a todas partes y se estaba poniendo de moda un nuevo tipo de radiofonía musical, pilotada por un puñado de locutores jóvenes con ganas de renovar, que a su vez guardaban estrecha relación con la industria discográfica independiente. Mariscal Romero, como ejemplo paradigmático, casi un Juan Palomo de la industria musical, que descubría grupos, los promocionaba en su programa de radio y luego les grababa un disco su sello *Chapa Discos*. Pero no fue el único: Moncho Alpunte, Carlos Tena, Julio Ruiz, Diego A. Manrique o Jesús Ordovás son algunos de los nombres destacados de la nueva radio musical que comenzó a forjarse a mediados de los setenta o un poco antes. Algunos de ellos más tarde también colaboraron con la prensa escrita o incluso presentaron y dirigieron programas musicales en televisión.

Hasta mediados de los 80 todavía quedaba algún resquicio de la censura heredada del franquismo en forma de lisas negras de “canciones no recomendadas”. Los nombres que hemos citado son ahora consagrados locutores, pero entonces eran periodistas jóvenes de los que se podía prescindir si cruzaban los límites establecidos —no hay que olvidar que las emisoras de radio eran concesiones gubernativas—. La cosa no empezó a cambiar un poco hasta 1981, cuando el gobierno permitió la apertura de nuevas emisoras y les concedió su espacio en el espectro radioeléctrico. El número de emisoras se triplicó en poco tiempo y comenzó a notarse la variedad, que se tradujo cuando nacieron programas enteros dedicados a la *nueva ola*, no solo en lo musical, sino en otras facetas artísticas. Se promocionaban noticias sobre actuaciones, exposiciones, estrenos, cotilleos, etc.

Programas como *Para vosotros, jóvenes* de Carlos Tena y el *Diario Pop* de Diego A. Manrique eran los más destacados. Pero Jesús Ordovás fue sin duda el personaje más activo, polifacético y singular de estos tiempos y estos medios, ya que

no solo dirigía el programa de radio *Esto no es Hawai* en Onda Dos dedicado al cien por cien a la movida, sino que escribía críticas y comentarios de discos y conciertos en la prestigiosa revista *Disco Exprés*. Onda Dos fue uno de los referentes de la radio española contemporánea, ya que de su descomposición en 1979 surgió el mayor bastión, hasta la actualidad, de la radio musical en España: Radio 3, de RNE. No era una emisora dedicada a la *nueva ola*, ya que en su larga franja horaria cabía de todo, pero dejaba ver en su ejecución la influencia del momento. Además, gran parte de sus locutores eran gente muy joven que vivía *la movida* en toda su plenitud. Radio 3 llegó a tener en plantilla a casi todos los grandes, como Tena o Manrique, pero su programa más característico fue *Las Calles de Babilonia*, presentado por Moncho Alpunte.

La relevancia que tuvieron todas estas emisoras es fundamental si queremos analizar el trayecto que los grupos de la movida hacen desde el *underground* más absoluto a la popularidad de algunos de ellos. Cuando Onda Dos organiza su festival en la Universidad Complutense, con Mamá, Nacha Pop y Rubi y los Casinos en el escenario, más de 10.000 personas acuden a verlo. Pero tal vez el momento que marca el punto de inflexión entre esa nueva moda de escuchar música reservada para unos pocos y la aceptación masiva fue el concierto de homenaje a Canito, batería de Tos –rebautizados después como Los Secretos– que falleció en un accidente de automóvil. En febrero de 1980, un mes después de su muerte, la Escuela de Caminos de Madrid acoge un concierto de Alaska y los Pegamoides, Los Secretos, y Mamá, entre otros. Onda Dos lo retransmitió en directo, pero la verdadera prueba de la aceptación generalizada por los medios de los nuevos grupos fue la retransmisión por TVE dentro de *Popgrama*. También Radio 3 se implicó en la organización de eventos de este tipo, como las fiestas periódicas que organizó Diario Pop con los artistas ganadores de su concurso de maquetas (Fouce, 2006:76).

Hubo muchos otros profesionales y tantas otras emisoras de radio. Incluso las cadenas más serias intentaron subirse al carro, como la SER, con el programa *La Gran Movida* de Rosa Chávez o *El sonido de la Ciudad* de Paco Clavel en la nueva radio El País. Pero estas emisoras serias no gustaban demasiado a la juventud de *la movida*, que se inclinaba hacia fórmulas más alternativas. Tanto era así que ni la nueva radio juvenil encarnada en Radio 3 pudo competir con un nuevo fenómeno que pilló por sorpresa a las autoridades: las radios libres.

Desaparecida la censura oficial y aprovechando un vacío legal, muchos colectivos y personas individuales decidieron poner en marcha su propia radio. No era muy complicado: solo hacía falta un sencillo equipo emisor, una antena y un micrófono. Al principio las radios tradicionales no prestaron demasiada atención al fenómeno. En poco tiempo no solo proliferaron las emisoras, sino que comenzaron a atraer importantes sectores de audiencia, en particular la gente más joven, que dejó de oír los programas de siempre que se limitaban a repetir esquemas. Esta inesperada competencia forzó la evolución de la radio tradicional. Las radios libres fueron uno de

los escenarios de mayor libertad de aquella época. La mayor parte de estas emisoras eran de ideología izquierdista y trataban temas tan polémicos entonces como la libre sexualidad, el feminismo, la objeción de conciencia o el ecologismo. (Lechado, 2013:81).

Las radios libres llamadas piratas se implicaron profundamente en *la movida*. Al ser radios locales cuyo ámbito no excedía un barrio o como mucho una ciudad, y al ser sus integrantes casi siempre gente joven, mantenían una relación muy intensa con todo lo que pasaba en la calle. El principal activo de las radios, libres o no, en el terreno de la promoción de *la movida* fue la salida al aire de canciones de los grupos más variados. A falta de discos, solía hacerse a base de maquetas. El procedimiento era sencillo. Los locutores, que eran gente joven, salían por la noche a divertirse a los mismos bares que el resto de la gente. Allí acudían también los músicos, que siempre llevaban la imprescindible maqueta para endosársela al primer locutor de radio que encontraban.

Estas emisoras llegaron a ser el paradigma de la molestia para el poder establecido. No solo eran voces críticas que denunciaban sin contemplaciones las trampas del Estado, sino que además se llevaban de calle a la audiencia. El nivel de influencia fue importante, sobre todo cuando cuestionaban temas espinosos como el referéndum de la OTAN. Además las emisoras grandes se quejaban de la pérdida de oyentes acusándoles de competencia desleal. La Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones de 1987 acabó con las molestas radios libres, y de paso, con uno de los signos de identidad de *la movida*.

La gente de *la movida* es la primera generación genuinamente televisiva. Los jóvenes que tenían televisión la tenían encendida a todas horas y es de ella de la que absorbían buena parte de sus ideas y valores. Aun así, se puede considerar que la televisión fue menos importante que la radio para *la movida*. Radio tenía casi todo el mundo, pero televisión no. Además, aunque en la televisión había programación musical, se emitía en una franja marginal, en horario nocturno, justo cuando el público interesado estaba en la calle, y por la tenebrosa “segunda cadena” o VHF (ahora La2). Programas como *Musical Express*, *Popgrama*, *Caja de Ritmos*, *¿Popqué?*, *Awambabulubabalambambú*, o *Mundo Pop* competían con un programa que nada tenía que ver con *el rollo*: *Aplauso*, emitido en un horario privilegiado para gloria de grandes estrellas y discográficas, especializado en el más genuino *playback* y el uso mareante del zum.

El suceso más escandaloso de la televisión musical de la época lo protagonizaron en *Caja de Ritmos* el grupo punk femenino Las Vulpess, que con la versión de *I wanna be your dog* de Iggy and the Stooges, *Me gusta ser una zorra*, escandalizó a los directivos del ente público y provocó la suspensión del programa y el despido de Carlos Tena. Aun con todo, este hecho no desalentó la programación

musical, aunque aumentaran los controles. El programa estelar y más legendario fue *La Edad de Oro*, dirigido y presentado por Paloma Chamorro. Por él pasaron lo mejor del panorama musical y cultural y los referentes de las nuevas tendencias de Inglaterra y Estados Unidos fundamentalmente. A pesar de su transgresión, de su éxito, buena prensa y la calidad de sus contenidos (actuaciones en directo, entrevistas, noticias sobre arte y pintura), solo estuvo en antena desde el 83 al 85, señal inequívoca de que *la movida* comenzaba su declive.

No podemos terminar de hablar de la televisión en España en los 80 sin nombrar al más raro de todos los programas de *la movida*, infantil nada menos, llamado *La Bola de Cristal*, presentado por Alaska, Pablo Carbonell o Kiko Veneno. Era un magazine compuesto por pequeños espacios que incluían series, *sketches*, videoclips, actuaciones musicales, entrevistas, marionetas y de todo un poco. No solo fue un éxito, sino que marcó época. Lo veían tanto niños como jóvenes modernos. Resulta curioso que con el paso del tiempo, el programa más célebre y recordado de toda la movida fuera uno infantil –o no tanto— (Lechado, 2013:86).

Un grupo no es grupo hasta que no sale del local de ensayo y se sube a un escenario. Casi todas las crónicas de la *nueva ola* coinciden en el argumento de que ésta comienza a desarrollarse cuando empiezan a abrirse una serie de bares y locales de conciertos. Allí era posible escuchar música interesante y ver en directo a los nuevos grupos madrileños. Estos locales también era espacio de reunión donde coincidían casi todos los que estaban en el mundillo, los que confluyen en el nacimiento de la *nueva ola*, que bebían prácticamente de los mismos canales, con un bagaje cultural bastante similar. Ya en 1976, el primer local que se convierte en emblema de la ciudad es el *Penta*, en Malasaña. Luego apareció *La Vía Láctea* y la sala *El Sol*, que se estableció como la principal sala de conciertos de los nuevos grupos madrileños. La cafetería de los cines *Alphaville* funcionó a la manera de cine club, donde se proyectaron los primeros cortos de Pedro Almodóvar. Los locales de la Ciudad Universitaria también jugaron un papel muy importante en los primeros años del *rollo*, donde en la escuela de Caminos, la de Arquitectura y los colegios mayores acogieron en varias ocasiones a los grupos primerizos cuando se subieron por primera vez a un escenario.

Pero de todos los locales que se abrieron en Madrid, el Rock Ola será el que se convierta en un referente mítico de la nueva ola. La propuesta nació con la ampliación de la *Marquee*, al reconvertir la sala de fiestas en una sala de conciertos de rock en 1980, con un concierto de los punks británicos UK Subs. Rock Ola poseía una infraestructura dotada de una imprenta, equipo de sonido, material audiovisual, carpinteros, electricistas, técnicos, cámaras, diseñadores y cartelistas propios, que la convirtieron en la mejor sala del país y una de las mejores de Europa. Estaba puesta al servicio de la idea de que los grupos pudieran no solo promocionar su música, sino ganar la suficiente autonomía como para poder perfeccionarse, evolucionar y en algún

caso, vivir de su trabajo. La sala se convirtió en el templo de la música madrileña, que por su amplio aforo, acogía conciertos de las bandas locales más representativas y a las figuras internacionales más relevantes, como Iggy Pop, Spandau Ballet, Simple Minds, Echo & the Bunnymen o Siouxsie & the Banshees. Eran grupos que entonces estaban en el momento de mayor éxito internacional y dieron un gran prestigio a la sala y a la ciudad de Madrid como buen lugar de promoción de las giras internacionales de las bandas. La sala tenía la peculiaridad de poder acoger a distintas tribus urbanas (punkis, rockers, mods o gente de traje serio) en el mismo lugar y que pudieran convivir sin demasiados incidentes. También se convirtió en un crisol cultural, donde se encontraban distintas tendencias artísticas (pintura, fotografía, diseño o moda), y se creaban sinergias constantemente. “Rock Ola era un sitio donde una noche si y otra también podía encontrarme con Pedro, Olvido, Ceesepe, Poch, Edy y un sinfín de personajes, hoy mundialmente famosos (...) Todos ellos estaban formando grupos, haciendo películas, pintando, componiendo, conspirando y bebiendo. Era como si yo fuera negro y viviera a dos manzanas del Apollo en los días en que Michael Jackson iba a ver como bailaba James Brown” (Ordovás, en Gallero, 1991, 389).

Lo que ocurría en las noches del *Rock Ola* se relataba en las publicaciones musicales surgidas en los años de la juerga más mediática de la historia.

Tal y como pasó con otros medios, el Estado comienza a desprenderse de las rotativas portavoces del régimen. No conservó, como en el caso de la radio, la propiedad de ningún medio escrito. La prensa postfranquista se distingue por la aparición de cabeceras que en un futuro próximo se convertirían en grandes grupos mediáticos, como *El País* o *Cambio 16*. La prensa musical de finales de los 70 apostaba por lo subterráneo, aunque mezclaba los estilos en sus páginas —en una misma sección se podía ver a Lou Reed y Labordeta, o a los Stones con Quilapayún— (Fouce, 2006:81). Las dos revistas musicales más destacadas eran *Vibraciones* y *Star*, que pese a que la industria y los grupos radicarán de Madrid, se editaban en Barcelona. Esta prensa musical establecida no gustaba demasiado a su público potencial, así que los jóvenes que más conectaban con estos grupos comienzan a editar sus propias publicaciones.

Los primeros años de *la movida* se caracterizaron por la aparición de múltiples fanzines, un concepto íntimamente relacionado con el punk. Los fanzines eran publicaciones caseras, especializadas en un tema muy concreto, reproducidas en fotocopias, con escasos medios y bajo la máxima punk *Háztelo tu mismo* (*Do it yourserf*). Algunos de estos fanzines estaban estrechamente relacionados a algunos grupos (*Lollipop* con Los Nikis). Entre las ediciones pioneras se encuentran *Catacumba*, *Bazofia* o *Alucinio*. Más tarde, *96 lágrimas*, *Mental* o *Radical FM* aparecieron en el mercado. Cada cual prestó mayor o menor atención, según sus criterios particulares, a lo que estaba pasando en las calles de casi todas las ciudades de España.

La eclosión de los fanzines preparó el terreno para el nacimiento de la publicación más característica de la segunda época de *la movida*, en su consolidación. Esta época se destaca principalmente por la aparición de los sellos independientes, la apertura del *Rock Ola*, el comienzo de *La Edad de Oro* en TVE y la creación de *La Luna de Madrid*, publicación que reúne personajes, tendencias y actividades de *la nueva ola*. El primer número salió en 1983, y su distribución se limitó a Madrid, aunque visto su éxito, el siguiente número tuvo distribución nacional. Se editaron cincuenta números con tiradas de 35.000 ejemplares. *La Luna de Madrid* fue la guía del Madrid de la época, y desde allí salieron eslóganes y debates de los que se hicieron eco la prensa establecida. El de la posmodernidad fue quizás el más importante.

Pero lo más importante de que *La Luna* saliera al mercado fue que los músicos, artistas y escritores de fanzines, que antes difundían su actividad a nivel doméstico y en la sombra, comenzaran a tener una visibilidad que los alejó de la clandestinidad y del underground. Y eleva a la movida a unos niveles de popularidad que la va alejando de su esencia original para acercarse cada vez más a un producto etiquetado a conveniencia de los políticos y de los medios de comunicación de masas.

La salida a la calle de *La Luna* provoca que la prensa establecida se vea implicada en el fenómeno y lo mire como algo real. A esto ayudó el hecho de que fuera uno de los pocos fanzines —que no revista— que recibiera subvención oficial, lo que le concedió carta de crédito informativo. La gente de las calles de Madrid existe a partir de que escribe, es fotografiada y se habla de ella en esta publicación que parece representar lo que está ocurriendo en la ciudad en ese momento. Los periódicos se hacen eco de la nueva tendencia y abren secciones especiales, dedican tres o cuatro páginas a *movidas*, fiestas, inauguraciones, grupos...

Pero económicamente, *La Luna* nunca gozó de buena salud. Los actos promocionales estaban cargados de excesivo dispendio y la mayoría fueron deficitarios. En el 85, cuando aún mantenía su influencia, murió de su propio éxito. Los temas que vendía como novedosos y escandalosos, comienzan a tratarse en la prensa habitual, ya que los miembros de la redacción del fanzine fueron tentados por los medios establecidos con mejores sueldos y más estabilidad, y se fueron incorporando a sus plantillas.

Llama la atención el papel de la prensa de la época en el movimiento cultural. Los periódicos que habían nacido a finales de los 70 como *El País* o *Diario 16*, o incluso los veteranos como el *ABC*, hicieron un hueco en sus páginas a *la movida* casi desde el primer momento. Durante los primeros años de la década, mientras se gestaba todo, *El País* publicaba regularmente artículos referidos a los nuevos grupos madrileños. En *ABC* y en *Diario 16* ocurría lo mismo. Las nuevas cabeceras intentaban enganchar con una audiencia más joven y tenía ganas de reproducir en sus páginas el modo en el que un país estaba realmente experimentando un cambio.

Lo que sigue son algunas de las intervenciones del poder político local, autonómico y de la radio y televisión pública hicieron en la juerga más delirante conocida como *la movida*, que documenta la teoría de que la promoción que tuvo la *nueva ola* por parte de estructuras políticas y mediáticas fueron definitivas para su desarrollo, evolución y posterior mitificación.

Era 1978 cuando se celebra el I Concurso Rock Villa de Madrid, organizado por el Ayuntamiento. La segunda edición del concurso el año siguiente fue retransmitida por TVE a través de *Popgrama*. Fueron años de varias convocatorias a urnas en un ambiente político muy tensionado. En 1979, un mes después de perder las generales, el PSOE se hace con la victoria en las primeras elecciones municipales. Con el apoyo del PCE, Enrique Tierno Galván es alcalde de Madrid. En 1980 la entonces Diputación de Madrid convoca su propio concurso. Tierno Galván es un personaje peculiar, acompañado siempre de la ironía y la espontaneidad, de talante liberal, que en poco tiempo supo transmitir cercanía a los jóvenes madrileños. Por tanto, no es de extrañar que intentase tender lazos con el fenómeno cultural más observado de la época. No tuvo reparos en posar con el mito erótico del momento, Susana Estrada, mientras ésta enseñaba un pecho. En un festival de música en el 84, terminó su discurso con la ya famosa frase a la que ya se ha hecho referencia en la primera parte de este mismo epígrafe. Se gana los aplausos de los asistentes y la crítica de la oposición, que tildó al alcalde de incitador al consumo de drogas. Acciones como éstas sirvieron para considerarlo por algunos como el impulsor de *la movida*, resaltando los acontecimientos con su presencia, que además el Ayuntamiento subvencionaba.

Además de los concursos de pop-rock que patrocinaron tanto el Ayuntamiento como la Diputación de Madrid durante años, las instituciones comenzaron a organizar conciertos subvencionados a precios populares o gratis. La Fiesta del Estudiante y la Radio se celebró en el Palacio de los Deportes de Madrid. 50 grupos y 24 horas de música se retransmitieron en directo por la radio y televisión públicas. A la vez la recién creada Radio 3 de RNE se fortalece y TVE sigue apostando por los programas musicales en su parrilla. *La Edad de Oro* de TVE se establece como escaparate audiovisual de la nueva cultura. La Universidad Internacional Menéndez Pelayo organiza un curso de verano sobre el pop español durante una semana. El Centro Cultural de la Villa acoge la exposición “*Madrid, Madrid, Madrid*”, que recopila la ‘cultura ocurrencial’ de la ciudad de los últimos 10 años. Al calor de esta exposición, la Comunidad de Madrid organiza el “Hermanamiento de Movidas”, un acto de exaltación de la amistad con la ciudad de Vigo, también de alcaldía socialista. En esta ciudad, su *movida* iba de la mano de Siniestro Total, Golpes Bajos y Os Resentidos, ya con cierta notoriedad. En “Encuentros en las vanguardias: Madrid se escribe con V de Vigo” se celebró en esta ciudad gallega un concierto con Siniestro Total, Gabinete Caligari y Los Nikis y una exposición con parte del material expuesto en “*Madrid, Madrid, Madrid*”. En el viaje de ida en tren coincidieron músicos y políticos, y en el vagón del bar fue donde se

concentró todo el mundo, y tanto unos como otros ganaron muchos adeptos y simpatías.

Los excesos, el cansancio acumulado y, en algunos casos el síndrome de abstinencia —en Vigo no había problemas para conseguir cocaína o hachís, pero sí para conseguir heroína—, se concentraron en el último acto del encuentro. Un banquete en el Palacio de Quiñones de León como acto de clausura se convirtió, de manera improvisada, en el fin de la participación política en *la movida*. En el brindis, accidentalmente, una copa lanzada al aire provocó una herida en la mejilla de una de las asistentes. Se produjo una desbandada entre los comensales, la policía intentaba detener al que se le escapó la copa de la mano, los políticos se escabullían... La consecuencia de aquello fue la negativa de la Comunidad de Madrid a celebrar la segunda parte del encuentro para entonces ya prevista, “Vigo se escribe con M de Madrid”. Para el cantante de Sinistro Total: “Eso fue la puntilla de algo que ya estaba en la cuerda floja y que demuestra una verdad inmutable: cada vez que un político mete sus zarpas en algo espontáneo, acaba todo como el rosario de la aurora” (Julián Hernández en Gallero, 1991:104). La mayoría de los protagonistas coinciden en considerar que el apoyo institucional a *la movida* era para atraer el voto de la juventud a su partido.

“El final de *la movida* es el momento en que toma carta de naturaleza y se convierte en lo que quiere exportar la Administración” (José María Parreño en Gallero, 1991:249). “*La movida* se acabó en el momento en que el poder lo deglute y los que contratan son los ayuntamientos” (Tomás Cuesta en Gallero, 1991:335). Hubo una apropiación política por parte de la Administración. Una apropiación que se produce cuando el fenómeno deja de ser un movimiento *underground* y de pocos y ya es una clara etiqueta identificable. El entusiasmo con el que ciertos políticos acogen algunas propuestas es lo que hace que el movimiento sea tan particular. Pero también hay voces que niegan que los políticos tuviesen capacidad para ello, que la propia naturaleza de la movida hace que esta sea inaprensible. “...La política es oportunista. Pero esa oportunidad de decir: ‘Los que no estén colocados, que se coloquen’ tiene fuerza. [...] Se apuntaron al barco. [...] Pero no me pareció un oportunismo desagradable, sino una forma de colaborar, un servicio mutuo: ‘Señores, *p’alante*. Nosotros también vamos a ser *movida*’. [...] Había una libertad de funcionamiento callejero. Que luego se beneficien... Solo faltaría que, después de organizar un concierto de rock, no apareciera el alcalde. [...] Y ahí ganaron las elecciones [...]” (Pérez Mínguez en Gallero, 1991:90).

La política de subvenciones a la música en directo por parte de los ayuntamientos, atrajo a la gente hacia la música, sobre todo a la más joven, que pudo disfrutar de actuaciones en vivo en lugares como pabellones deportivos o plazas públicas. También posibilitó a muchos grupos tocar ante grandes aforos y en buenas condiciones técnicas. Esto inició una escalada en los cachés de los grupos que los

propietarios de un bar o una sala no podían pagar. Creó también la cultura de la música gratuita, por lo que tras haber disfrutado de un concierto a precios muy baratos o gratis, la gente no se planteaba tener que pagar una entrada en un local por ver una actuación en directo. A finales de la década, con la crisis económica y el endeudamiento de los ayuntamientos, surge una crisis en la música en vivo en España.

En el mismo año (1985) desaparecen tres iconos de la movida. La revista *La Luna de Madrid* deja de editarse, la sala *Rock Ola* cierra sus puertas y *La Edad de Oro* deja de emitirse. Al año siguiente, muere Tierno Galván.

Poco a poco se va apagando *la movida*. Muchos de los protagonistas y locales comienzan a perder su autenticidad. El cine de Almodóvar maduró, la música petarda fue comercial y el aumento del consumo de drogas dejó a muchos jóvenes por el camino. El golpe de Estado fracasó y estaba claro que ya teníamos libertad en España. Ya no había que pagar ningún peaje para ser libres. Los protagonistas del movimiento empiezan a demandar otros sonidos, otra forma de vida y *la movida* se acabó perdiendo en algún lugar secreto del tiempo. El fenómeno duró muy poco, apenas siete años, y fueron pocos los elegidos que vivieron aquella época. La semilla se plantó sin medios, pero con mucha espontaneidad. Y esa semilla dio sus frutos. Lo que ya se conoce como La Edad de Oro del Pop Español.

3. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en este trabajo es un análisis cualitativo. Jacques Rancière (2009) decía que detrás de lo político está siempre lo estético. Al ser un movimiento no solo musical, sino cultural, en *la movida* se desarrollaron una serie de elementos visuales, discursivos, estéticos y políticos vinculados al fenómeno que han sido necesarios analizar de manera semiótica para culminar este trabajo.

3.1 TÉCNICAS

Análisis visual

El punk británico que llega a Madrid ante el que los jóvenes se quieren reflejar, contrasta con la cultura española, fuertemente influenciada por los restos culturales franquistas. Apela a la espontaneidad, a la provocación y a la expresión directa, huyendo de todo artificio. Reivindica la energía juvenil y el vivir al día, y abarca lo próximo y lo cotidiano. Los jóvenes imitan su vestuario, su forma de moverse, de posar, de relacionarse y de manifestarse socialmente.

- Mimetismo y estética con grupos anglosajones:



Ramones



Burning



Siouxsie & the Banshees



Alaska y los Pegamoides



The Clash



Radio Futura

La presencia de los gays fue significativa en la nueva ola. Un colectivo fuertemente marginado por el franquismo y los progres, que, con ese gusto por la provocación y el exceso del *glam*, tienen un papel importante en la nueva cultura. El travestismo de Almodóvar, pero sobre todo McNamara, la androginia de Santiago Auserón y Miguel Bosé, la afición de Alaska por los ambientes travestis, la provocación, el plástico y el látex, contribuyeron a darle al colectivo gay un peso cada vez mayor en el movimiento.



Análisis del discurso

- Discurso político

<https://www.youtube.com/watch?v=jO6LRfEYhwU>

Discurso de Enrique Tierno Galván, alcalde de Madrid:

“Rockeros, el que no esté colocao, que se coloque. ¡Y al loro!”.

Inaudita frase con la que abrió un festival de música en 1984 en el Palacio de los Deportes de Madrid. Tierno Galván jugó con el significado de colocarse como ponerse en su sitio, y “colocarse” como el estado alcanzado por el consumo de drogas.

“Queremos que Madrid sea una ciudad viva. Y la viveza de Madrid depende en gran parte de la viveza de estas plazas que estamos recobrando para el pueblo, para la gente alegre y satisfecha, o para la gente que no está satisfecha pero que no ha perdido la alegría, para el que quiere divertirse y vivir. Y que nadie lo vea mal. Que los muchachos y las muchachas puedan abrazarse y puedan besarse sin que esto signifique deshonestidad. Hay más deshonestidad en los que miran que en los que hacen. Mucha más”.

Un guiño evidente hacia la gente joven y en contra de la oposición política que lo tildaba de irresponsable y de hacer apología al consumo de drogas y al libertinaje. Con discursos de este tipo, supo ganarse a toda una ciudad, que veían en él un *colega* más, alguien cercano que entendía las necesidades de los jóvenes y quien les daba lo que demandaban. Recuperó la calle y las plazas para la gente. Y de paso, se convirtió en el promotor de la juerga juvenil mejor documentada de la historia.

- Letras de las canciones

El gusto por el disfraz, la creación de personajes, el exceso de escena, imaginería galáctica, sentido del humor y el gusto por el absurdo, apuesta por el glamur, todo era una corriente estética que abre nuevos caminos a la expresión personal, en rechazo a la influencia política que se colaba descaradamente en todas las esferas de lo social:

Nuclear si, por supuesto de Aviador Dro (Imaginería galáctica)

*Quiero bañarme en mares de radio
Con nubes de estroncio, cobalto y plutonio
Quiero tener envoltura de plomo
Y niños deformes montando en sus motos (.../...)*

A flúor de Derribos Arias (gusto por el absurdo)

*A flúor, es la sensación
Que se tiene después de comer
Al lavarse los dientes, con flúor (.../...)*

El rey del glam de Alaska y Dinarama (apuesta por el glamur)

*Con tu tacón de aguja, los ojos pintados
dos kilos de Rimmel, muy negros los labios (...)
Hombreras gigantescas, tinte en el pelo
Esmalte de uñas negro, leopardo y cuero (.../...)*

La música de la movida no es vista como una llamada a la acción al igual que lo hacían los cantautores de los años 70, sino como constatación del disfrute, de la vivencia del presente. Predica el hedonismo, y se convierte en un fin en sí mismo para esa nueva generación que tienen la suerte de no haber escuchado otras músicas. Se rechaza la cultura de los progres, su seriedad, su dogmatismo y su gravedad:

Para Ti de Paraíso, se dirige a esos adolescentes.

*Para ti que devoras polo tras polo virgen/para ti que no soportas
ningún rollo horrible*

*Para ti tiene razón todo un estilo/toda la locura de los locutores
locos*

*Todo el cadenaje que enmudeció a virtuosos/toda la energía de ese
motor que estalló.*

*Para ti hoy buscamos el paraíso/nos cocinamos melodías con su
charme.*

*Para ti que vas a caballo del fin del mundo/para ti que ves las
Cortes como cine mudo.*

*Para ti que aún careces de prejuicios bobos, para ti lleno de
infantil egoísmo de lobo.*

*Para ti que sólo tienes 15 años cumplidos, para ti que naciste en
tiempos asesinos.*

*Para ti que te llevas a las nenas de calle/para ti en cuyo placer aún
hay ambigüedades...*

Otras letras apelan a los códigos visuales y enfatiza la dimensión estética y la experiencia cotidiana de la vida social, a la naturaleza sensual.

Enamorado de la moda juvenil de Radio Futura, comienza apelando el interés del interlocutor, casual, sin rasgos distintivos:

*Si tú, oh tú, me quisieras escuchar/Oh tú, si tú, me prestaras
atención/Oh yo, sí yo, te diría lo que ocurrió*

Al pasar por la Puerta del Sol/Yo vi, sí vi, a la gente joven andar

*Oh sí, yo vi, con tal aire de seguridad/Que yo, sí yo, en un
momento comprendí/Que el futuro ya está aquí*

*Sí, yo caí enamorado de la moda juvenil, de los chicos, de las chicas,
de los maniquís, enamorado de ti.*

Zapatos nuevos -son de ocasión/Oh qué corbata -qué pantalón.

Vamos quítate el cinturón/que la tarde es de los dos

La música es una invitación al baile, una excusa para hacer vida social, una manera de seducir.

Divina de Radio Futura, el ritmo incita al movimiento y es el arma femenina de seducción. Un estímulo a la actuación social, a participar en el juego de ver y ser visto:

Divina estás preparada para el baile, y mueves con tu ritmo la cara de tus fans.

Te veo bailar con pegatinas en el culo y mueves con tu ritmo la cara de tus fans.

Eres una bruja de oro, eres un pequeño cáncer

Estuviste con Kaka de Luxe pero no te oí cantar.

A través de la música se invitaba a vivir el ahora por encima de todo, una fuerza intensificadora del presente, que invita a salir de casa, a dejarse llevar por las tentaciones tan duramente oprimidas durante el franquismo. El momento invita a hacer vida social, cuyo objetivo era estar juntos y participar del disfrute colectivo.

Nadie puede parar de Nacha Pop, que alude a no rechazar ninguna posibilidad de aventura dejando atrás los prejuicios:

Destrozaste tus instintos aunque el cuerpo no cambió

Las chispas han saltado mi circuito se abrasó

No te quedes ahí pensando lo que pueda ser mejor

Revisa en tu cabeza la palabra tentación

Ven conmigo esta noche hoy los pubs están abiertos

Los torpedos y los patos van a romper esta noche

El ambiente está vibrando, escucha a los chicos, cierra los ojos, está estallando

Nadie puede parar, Nadie puede pararte, todo vuelve a empezar

En *No necesitas más*, Nacha Pop se mete con la industria musical, que pretende manipular las listas de éxitos sin atender a la demanda real de la gente:

Dónde están los cabezas de serie

tu generación ya no quiere sus nombres

quién hundió las estrellas en lista

alguien quiso comprobar un explosivo

comercial y estallaron los moldes (...)

El éxito viene acompañado por una pérdida de espontaneidad. El manejo que las grandes compañías discográficas hicieron de la imagen de los grupos, el precio a pagar para llegar a las masas, cambia la vida de los artistas y de la gente que les rodea, como las novias. En *Yo tenía un novio que tocaba en un conjunto beat*, de Ruby y los Casinos, relata el ascenso de un grupo del anonimato al éxito —del *underground* a las masas—, y las cosas que van quedando en el camino:

Yo tenía un novio que tocaba en un conjunto beat

Le llevaba las baquetas en mi bolso gris

Sus amigos me querían, y mi novio me quería

*Le ayudaba a cargar en el furgón la batería.
Yo puse mis pelas para sus platillos
Era el primer día que iban a actuar
Y cuando grabaron aquel primer disco
Todo era alegría, iban a triunfar
Y desde aquel día me fuiste olvidando
No vengas, decías, tu imagen me hace mal
Yo tenía un novio que tocaba en un conjunto beat
Ahora tiene un coche y casa con jardín
Y una chica guapa y rica, rubia de peluquería
Se olvidó de todo el cariño que yo le tenía (...)*

4. CONCLUSIONES

- Podemos definir *la movida* como un conjunto de movimientos culturales, con la música como hilo conductor, que surge en Madrid entre los años 1978 y 1985, a la vez que España experimentaba una serie de cambios políticos muy importantes para su futuro próximo.
- El movimiento se caracteriza por tres rasgos en común: el rechazo del compromiso político, la aparición de nuevos referentes y nuevas formas culturales y la adopción de nuevas estrategias y prácticas, reunidas en el uso de los medios de comunicación y las industrias culturales.
- Se modernizaron las industrias culturales que se adaptaron a los nuevos tiempos y que, guiadas por el olfato capitalista del aperturismo económico y cultural, supieron aprovechar el valor añadido que poseían los jóvenes madrileños y sus ganas de hacerse oír. La industria discográfica, los medios de comunicación y las administraciones públicas, en especial los ayuntamientos, desarrollaron tal actividad frenética alrededor de *la movida*, que la potenciaron y catapultaron hasta convertirla en un objeto de macro consumo.
- Se produjo una eclosión de emisoras musicales en Frecuencia Modulada, fanzines y pequeñas discográficas independientes. Radio 3 de RNE, que proyectó a nivel nacional la nueva música, y El programa de televisión *La Edad de Oro* contribuyeron a dar a conocer a los grupos madrileños.
- En la televisión, los jóvenes que vivirán, crearán y protagonizarán *la movida* aprenden entre otras cosas, la esencia de la cultura pop: arte rápido, inmediato, de fácil digestión, sin profundidad, divertido, estimulante y producido en serie. Con la característica añadida de que lo que en Europa y Estados Unidos se había ido consumiendo por etapas, asimilable y en pequeñas dosis, a la España de la Transición, recién abierta al mundo, llega todo de golpe.
- Los ayuntamientos socialistas se convirtieron en grandes promotores de conciertos, creando así una cultura de consumo de música en directo a precios muy bajos e incluso gratis. Estas prácticas les garantizaban la reelección en las siguientes elecciones municipales.
- Al contrario que la música de los cantautores de los 70, que dieron expresión a una cultura de oposición al franquismo y una llamada a la acción a favor de una libertad negada, la música de *la movida* es una reacción a la politización de la vida social, monopolizada por la Transición, que rechaza la participación política y despoja a su música de cualquier relación con ésta.

- Los jóvenes adaptaron su forma de vivir y de expresarse a la de la gente de la nueva cultura que veían en los productos que llegaban del exterior, y adoptaron un estilo de vida basado en lo estético de manera hedonista.
- Se puede decir que *la movida* tuvo mucha promoción, muy variada, y muy directa. Pero no cabe duda de que el factor determinante para su desarrollo y masificación fue el apoyo interesado de los políticos y el desarrollo de las estructuras que se crearon alrededor del nuevo fenómeno.
- El intento de apropiación política de *la movida* produjo cierto rechazo a quienes al principio se definieron fundadores del movimiento, que más tarde renegaron de él cuando ésta adquirió un carácter tan masivo, cuando cualquier acto político tuviera sospechosos tintes de *movida*.
- Eso mismo que la hizo subir, la dejó caer cuando los políticos comprobaron que no generaba tantos votos, y *la movida* acabó muriendo de éxito. Lo que empezó como un movimiento urbano espontáneo llegó a estar tan controlado, dirigido y financiado —y reducido casi por completo a la faceta musical— que acabó perdiendo todo su interés.
- Sin duda, habría existido sin el impulso de unos y otros, pero habría sido muy distinta. Habría resultado más fresca y auténtica, y sin menos bombo y platillo se habría consolidado como una corriente alternativa, creativa y duradera. A cambio, los más jóvenes pudieron disfrutar durante casi una década de fiestas populares, conciertos de música y concursos de rock gratuitos.
- Algunos utilizan el despilfarro de dinero a la hora de criticar el monstruo en el que se convirtió la movida, pero no se tiene en cuenta que sirvió para, de una manera distinta como hasta entonces, dar una imagen nueva de España ante el mundo.

5. Bibliografía

Referencias electrónicas:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82200614> (02/04/2015)

<http://www.sibetrans.com/> (02/04/2015)

<http://www.ictmusic.org/> (02/04/2015)

<http://tavernamasti.blogspot.com.es/2012/03/chapa-discos-la-historia-del-heavy.html> (15/04/2015)

<http://www.abc.es/madrid/gente-estilo/20150209/abci-movida-madrilena-inauguracion-aniversario-201502082108.html> (11/02/2015)

[http://www.academia.edu/3495882/La Escuela de Frankfurt y el concepto de Industria Cultural. Herramientas y claves de lectura](http://www.academia.edu/3495882/La_Escuela_de_Frankfurt_y_el_concepto_de_Industria_Cultural._Herramientas_y_claves_de_lectura) (29/05/2015)

<http://www.miciudadreal.es/2014/01/20/la-movida-ochentera/> (24/05/2015)

<http://periodicomuralterceroe.blogspot.com.es/2012/12/gen-beat-hippies.html> (24/04/2015)

http://www.eldiario.es/interferencias/Guy_Debord-espectaculo_6_329727034.html (30/05/2015)

<http://www.contranatura.org/articulos/Polit/Debord-Comentarios.htm> (28/05/2015)

<http://www.observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf> (28/05/2015)

<http://www.elcultural.com/revista/letras/Las-culturas-del-rock/14445> (28/05/2015)

Libros

Lechado, José Manuel (2013: *La Movida. Y no solo madrileña*. Madrid, Sílex Ediciones)

Ranciére, Jacques (2009: *El reparto de lo sensible. Estética y política*. Santiago de Chile, Arcis)

Hall, Stuart (1973: *Los hippies: Una contra-cultura*. Barcelona, Cuadernos Anagrama)

Adorno, Theodore, Horkheimer, Mark (1944: *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*. Buenos Aires, Edit. Sudamericana)

Debord, Guy (1967: *La sociedad del espectáculo*. Barcelona, Pre-Textos)

Fouce, Héctor (2006: *El futuro ya está aquí*, Madrid. Veleció Editores)

Gallero, José Luis (1991: *Solo se vive una vez. Esplendor y ruina de la movida madrileña*. Guadalajara, Árdora Ediciones)

Ríos Longares, Carlos José (2001: *Y yo caí... enamorado de la moda juvenil. La movida en las letras de sus canciones*. Alicante, Ed. Agua Clara)

Marquez, Fernando (1981: *Música Moderna*. Madrid, Libros Walden)

Godes, Patricia (2013, *Alaska y los Pegamoides. El año en que España se volvió loca*. Madrid, Lengua de Trapo)