

TESIS

EL PUNK Y LOS MEDIOS DIGITALES



Profesor: Manuel Carballo

Alumno: Gagliardi Julián Agustín

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

BUENOS AIRES

2020

Resumen

El presente trabajo indaga sobre las formas en las que los medios digitales de comunicación actuales se relacionan con el Punk, el cual es caracterizado como movimiento histórico y género musical. Para esto se realiza un recorrido histórico sobre el Punk y los medios digitales, haciendo hincapié en el contexto argentino de surgimiento y expansión de los mismos. Asimismo son relevantes los conceptos de juventud y cultura, que se vinculan intrínsecamente con lo que significa el Punk y los medios alternativos. El desarrollo está destinado, entonces, a inquirir de qué manera se establecen actualmente estas relaciones, por lo que se realizarán entrevistas a referentes en el medio y una revisión bibliográfica sobre el tema. A partir de determinar las ventajas y desventajas de las nuevas tecnologías, su relación con la autogestión y las características del Punk, se concluye que, a pesar de las transformaciones vertiginosas de los últimos años y la ruptura con algunas tradiciones del ámbito (recitales, compra de productos, juntarse a escuchar música), la relación es principalmente positiva en tanto aporta ventajas (inmediatez, espacios nuevos, alcance, difusión) y abre las puertas a nuevas posibilidades.

Palabras claves: Medios digitales – Punk – nuevas tecnologías – comunicación

Índice

1. Introducción.....	1
1. Marco histórico: el Punk como movimiento alternativo.....	3
1.1. Comienzos del Rock Argentino.....	3
1.2. El origen del Punk.....	9
1.3. El fanzine como medio de comunicación.....	15
1.4. Recorrido histórico de los medios de comunicación alternativos en Argentina	17
1.5. Punk argentino.....	19
2. Marco teórico.....	3
2.1. Juventud	3
2.2. Cultura	5
2.3. Arte y posmodernidad.....	12
2.4. Medios de comunicación	13
3. Testimonios cercanos	17
3.1. Periodistas	17
3.1.1. Carlos Sanabria.....	17
3.1.2. Lorena Martínez	23
3.1.3. Nicolás Igarzábal.....	26
3.2. Centros culturales.....	30
3.2.1. Chinaski Biblioteca Popular.....	30
3.2.2. Centro Cultural Metamorfosis Suburbana	32
3.3. Sello discográfico: Por el cambio Récord	35
3.4. Los músicos.....	37
3.4.1. Nazareno Carrieri de Esencia Punx	37
3.4.2. Luciano Catania de 4 Rockas	41
3.4.3. Leandro Flores de Da Skate	45
3.4.4. Yasser, guitarrista de Shaila	49
3.5. Unión de Músicos Independientes (UMI): Director Juan Vázquez.....	52
4. Conclusiones.....	56
5. Referencias bibliográficas	60

1. Introducción

En la presente tesis se pretende indagar sobre las formas en las que el Punk (género “popular” devenido del Rock) y los medios digitales se relacionan en la actualidad. Para esto se tendrá en consideración la historia que posibilitó el inicio de este subgénero en Inglaterra. A su vez, se lo relacionará con el contexto argentino en el cual, dentro de la cultura juvenil, adquirió protagonismo el Rock desde la década de 1960 y explotó a niveles populares en los ‘80, luego de la dictadura cívico-militar y el advenimiento de la democracia. El Punk emerge de forma tardía en esta región, por motivos que se remarcarán en su contexto social e histórico. Para esto, además del escenario en el que nace el movimiento Punk en su país de origen y en Argentina, también se tendrá en cuenta otro proceso histórico: el de los medios alternativos argentinos que surgieron en la década de 1980.

Por consiguiente, se pretende realizar un repaso historiográfico para dilucidar desde dónde se puede rastrear esta unión entre el género particular y los medios de comunicación. Es relevante atender al papel de la juventud en esta relación, debido a que la misma es llevada a cabo por este segmento de la sociedad. Se considerarán las definiciones y el rol de los jóvenes dentro del contexto de estallido del Punk. Cabe preguntarse también si hoy en día la juventud sigue llevando las riendas del género y si los medios digitales son de utilidad para difundir este arte.

En esta línea, el desarrollo del trabajo estará destinado a inquirir de qué manera se relacionan en la actualidad el Punk y los medios de comunicación digitales. Para esto se realizarán entrevistas a referentes del género y de los medios digitales que difunden en la actualidad tanto este arte como sus premisas rescatadas de la década de 1970. Indefectiblemente el tema en cuestión proporciona una base desde la cual se observarán estas relaciones a partir de una postura política particular, ya que, desde un comienzo, aquí en la Argentina sobre todo y en Inglaterra a partir del Punk, la escena rock siempre estuvo ligada a la rebeldía frente a las autoridades de turno. Esto mismo puede verse hasta la fecha.

El trabajo será descriptivo y explicativo. Estará sostenido por material bibliográfico que incluye artículos de revistas especializadas y también por fuentes primarias

como entrevistas a los protagonistas de la escena. El objetivo central de esta investigación es, entonces, indagar qué tipo de relación se establece entre el uso y la apropiación (o negación) de las nuevas tecnologías digitales de comunicación y las bandas, músicos y concedores del Punk, con respecto al género en sí y sus características particulares, las ventajas y desventajas de estas tecnologías, y cómo contrastan con los medios tradicionales.



Punk's not dead. Foto: diablrock.com

1. Marco histórico: el Punk como movimiento alternativo

1.1. Comienzos del Rock Argentino

En la segunda parte de la década de 1960 en Argentina comienza a desarrollarse un fenómeno que gozaba de popularidad tanto en Inglaterra como en Estados Unidos: la música *beat*. Una raíz del blues confluyó con un *Rock & Roll* al estilo de Chuck Berry y Elvis Presley, entre muchos otros, para dar forma a un género cuyos principales referentes para buena parte del mundo y la juventud, que intentaba imitar el estilo, fueron The Beatles.

Según Hobsbawm (2006), se debe considerar con antelación que la juventud ya venía marcando una relevancia. De este modo, pasaba a ser una etapa entre la niñez y la adultez que antes no era tenida en cuenta o no se le daba la importancia que sí se le ha dado en la segunda mitad del siglo XX, tanto en Occidente como en buena parte de Oriente. Esto fue así principalmente en aquellos países en los que el consumo y el capitalismo se expandieron con comodidad, sobre todo en las clases medias, puesto que la mayor actividad y vida productiva muchas veces se daba en esa franja etaria:

La juventud pasó a verse, no como una fase preparatoria para la vida adulta, sino, en cierto sentido, como la fase culminante del pleno desarrollo humano. Al igual que en el deporte, la actividad humana en la que la juventud lo es todo y ahora definía las aspiraciones de más seres humanos que ninguna otra, la vida iba claramente cuesta abajo a partir de los treinta años. Como máximo, después de esas edades ya era poco lo que tenía interés (2008:327).

El protagonismo de los jóvenes comenzó a tomar lugar en diversas actividades a nivel mundial. Sin embargo, este seguiría siendo gobernado por personas mayores de cuarenta años. Justamente era en contra de ellos que los grupos de rock argentinos y del exterior protestaban en sus letras, en sus actividades y en sus acciones artísticas. En Argentina se empezaron a formar grupos *beat* o de rock que comenzaban a simular a The Beatles y a The Rolling Stones en primer lugar,

además de Joan Báez o Bob Dylan. En todos estos grupos eran los jóvenes quienes llevaban las riendas creativas. Incluso la relación con la prensa y las productoras también estaban determinadas por un rango etario similar, si se piensa en los creadores del sello Mandioca o la revista Pelo hacia finales de la década de 1960 en el ámbito porteño (Casali, Castro y Ceci, 2014).

Aquí muchas bandas comenzaron a levantar sus primeras armas en los escenarios y grabar los primeros simples. Los Gatos, Almendra y Manal fueron los referentes de una época en la que, con un sonido *beat* inglés, pero al mismo con un eco y una lírica que evocaba a Buenos Aires, se consolidaron luego como grupos legendarios de algo que ya se comenzaba a gestar en Estados Unidos e Inglaterra. Allí, bandas como Led Zeppelin, The Rolling Stones, Jefferson Airplane, Jimi Hendrix, The Who, etc., fueron las voces del Rock. A diferencia del sonido *beat*, el género rock, además de tener sus orígenes compartidos con esta línea de música, también agregaban un tono contestatario y rebelde tanto en las letras, la música como en la estética (cortes de cabello, ropa, etc.) (Casali, Castro y Ceci, 2014).

El crítico cultural Lawrence Grossberg subraya que, en los Estados Unidos, el rock estuvo anclado en lo que él denomina una nueva vida cotidiana de la segunda posguerra, basada en la consolidación de un consenso político liberal y la renovada afluencia económica, factores que crearon la posibilidad para la visibilidad de la juventud como categoría diferenciada y, a su vez, del aburrimiento encarnado en los paisajes suburbanos norteamericanos. La cultura del rock, así, produjo una ideología de la autenticidad que intentaba trascender los límites de esa vida cotidiana y ‘articular un sentido de exasperación, insatisfacción y, ocasionalmente, protesta’ (Manzano, 2011:12).

Se empezó a crear lo que luego se llegaría a considerar como un “estilo de vida”. Este vino acompañado del consumo de LSD a modo recreativo luego de 1967 y la llegada de la comunidad *hippie* a buena parte del Oeste de Estados Unidos. Rápidamente estas influencias que anunciaban un amor libre y una vida en comunidad se trasladó a cuantiosos jóvenes argentinos de la época, especialmente a aquellos que provenían de los sectores más acomodados de Buenos Aires. Desde un comienzo se podían leer esas letras de canciones que pretendían una denuncia,

o al menos demostrar un espíritu rebelde que vislumbraba la libertad por encima de todas las cosas que se pudieran alcanzar:

Un mes después del golpe de Estado comandado por el general Juan Carlos Onganía (1966-1970), el trío los Beatniks promocionaba su disco simple, grabado con la subsidiaria local de la norteamericana Columbia Broadcasting System (CBS). La voz del trío, Moris, también compuso las letras. “Rebelde me llama la gente,” escribía Moris, “rebelde es mi corazón / soy libre y quieren hacerme / esclavo de una tradición” (Manzano, 2011:11).

La rebeldía también podía encontrarse por fuera del ámbito musical, ya que no solo en las letras y el sonido había una clave contestataria y expresiva poco acostumbrada en aquel entonces, sino que también en otros ámbitos que terminaban por extender aquellas expresiones muchas veces reprimidas en todo contexto:

En la medida en que CBS no se mostraba interesada en la promoción del disco, los Beatniks se movieron por su cuenta y organizaron una fiesta que terminó en una decena de jóvenes bailando en una fuente pública del centro porteño. Los diarios dieron cuenta de la noticia en las páginas policiales: el trío terminó pasando tres noches en una comisaría (Manzano, 2011:11).

Esto marcaría un episodio fundacional que estaría emparentado con lo que luego se verá en el Punk en mayor medida. Este hecho terminaría encarnando de alguna forma una de las coordenadas donde la emergencia y toda la expansión de la cultura rock de Argentina se vería fundada. En primer lugar, introdujo a los actores (estos rockeros que también eran poetas) al ambiente de la industria cultural y del entretenimiento, y también al Estado que mostraba su carácter represivo ante las acciones de estos jóvenes artistas en todos los sitios posibles. En segundo lugar, se puede mencionar que este suceso condensó el gesto que todo roquero, al menos en aquella época, deseaba poder mostrar: el de la rebeldía, su posicionamiento rebelde y reaccionario frente a todas las leyes preestablecidas, a la vida monótona y a ese autoritarismo de “lo común” u ordinario de la rutina diaria en las instituciones (Correa, 2002).

En los últimos años de la década del '60, músicos porteños y rosarinos que adscribían al rock comenzaban a sacar a la luz producciones discográficas que estaban impregnadas de una estética que era el reflejo de un paradigma de pensamiento que se hizo definitivamente explícito en todo el mundo a principios de 1960. Y si nos dieran la posibilidad de definirlo en una sola palabra, diríamos exploración (Correa, 2002:43).

En último lugar demuestra de qué forma las culturas del Rock han sido vistas en el mundo público, condensando así el desorden público en los terrenos genéricos, culturales y también sexuales. Con posterioridad se logra comprender por qué fue tan distinta la postura de estos jóvenes respecto al ideario familiar que se tenía desde entonces en los medios de comunicación y otros aspectos culturales que las clases medias consumían y terminaban construyendo un joven ideal:

A fines de la década de 1960 y principios de la siguiente, Palito Ortega -que llegaba al tope de los rankings con cada disco- protagonizó una saga de películas detallando el camino hacia el “y mañana serán hombres”. En este sentido, Palito aparece, por ejemplo, cumpliendo la conscripción y aprendiendo a amar a la patria y a sus compañeros soldados, encuentra su primera novia, cambia jeans por traje gris, se casa y se lleva bien con sus suegros, y todavía tiene tiempo para ser fiel a la barra de la esquina (Manzano, 2011:14).

Para el público de la cultura del Rock, que aunque era reducido en aquel entonces ya comenzaba a encontrar un refugio en la cultura del Rock por aquellos años, la figura del ídolo juvenil y modelo de muchacho que marcaba Palito Ortega no era de su agrado. El público de este movimiento no quería pertenecer a ese tipo de ideario o modelo. Todos aquellos fans, poetas o músicos de rock terminaban por cuestionar a esta clase de figuras que tantas veces se repetían en El Club del Clan, por proponer un ejemplo, ya que no hacían más que reproducir prácticas que eran deseables para todas las instituciones como la escuela secundaria, el servicio militar obligatorio, ser trabajador asalariado, etc. Todas estas prácticas mencionadas no hacían más que determinar y potenciar la frase “y mañana serán hombres” que reforzaban las rutinas que, según los rockeros, no hacían más que restringir las libertades, tanto de los jóvenes como de los adultos (Casali, Castro y Ceci, 2014).

Luego de las dictaduras de los sesenta y del gobierno de Isabel Perón en 1975, Argentina comienza a atravesar por un periodo de oscuridad a partir del 24 de marzo de 1976 cuando la dictadura cívico-militar toma el gobierno con un plan de tortura y desaparición de los grupos que consideraba subversivos para la estabilidad del país. Este periodo se extendió hasta el advenimiento de la democracia en 1983. Fue un periodo en el cual bandas de rock-jazz como La Máquina de Hacer Pájaros o Serú Girán de Charly García nacían y a los pocos discos se disolvían. Spinetta Jade, e incluso los comienzos de Luis Alberto Spinetta en solista, habían encontrado un lugar en la escena por fuera de sus bandas. Algunas otras tuvieron que exiliarse, como fue el caso de Aquelarre que sus músicos se radicaron en España, el solista Norberto Napolitano (más conocido como Pappo) exiliado también en Europa, y Litto Nebbia en México, quien producía a distancia sus grabaciones. Las letras de las canciones de los muchos que se quedaron en el país tuvieron que verse cubiertas de metáforas para que el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) ni ninguna otra entidad descubra su ánimo de expresar libertadas a través de la poesía, por ejemplo, de Charly García.

Si bien el Rock argentino se había criado en dictadura (muchas de las bandas emblemáticas surgieron y grabaron sus discos más importantes durante el gobierno de Onganía: Almendra, Manal, Los Gatos, Moris, Pappo's Blues, Miguel Abuelo, etc.), en este periodo del '76 al '83 todo había cambiado. El peligro no era terminar detenido, sino la tortura y la desaparición, alrededor de lo cual se había tomado consciencia que efectivamente sucedía en cada barrio o ciudad, y en aquel momento se convirtieron en moneda corriente (Casali, Castro y Ceci, 2014).

Por el contrario, la situación que vivieron países como Inglaterra o Estados Unidos fue distinta en las décadas pasadas antes de que estallara el Punk y/o la actitud punk, ya que, como es conocido, no es un género que solo engloba a la música, sino que también tiene su propia estética y estilo de vida. Como puede observarse, el espacio de resistencia, lucha y contrahegemonía, desde el punto de vista cultural y político, ya estaba presente antes de que el Punk se desarrollara en la Argentina. El contexto político y social de aquel entonces cimentó las bases para que surja este movimiento rebelde que se vería desplegado con más libertad hacia fines de la

década de 1980 y principios de 1990. Sin embargo, el contexto histórico de finales de la década de 1960 era distinto:

Tras el Cordobazo, en 1969, el poder del dictador general Juan Carlos Onganía se había diezmado. El ejército, manejado por Alejandro Agustín Lanusse, dispuso su derrocamiento y nombró presidente al ex general Roberto Marcelo Levingston. Eran tiempos de censura, prepotencia, clausuras, incomprendimientos y aumentará la represión en todos los órdenes. No es difícil imaginar los permanentes atropellos a las libertades individuales que sufrían los ciudadanos comunes y especialmente quienes tenían cierta incontinencia expresiva, como es el caso de los militantes políticos, los artistas, escritores, poetas y los nuevos músicos de rock (Correa, 2002:42).

Esto quiere decir que las expresiones del Rock en Argentina se fueron encontrando con este contexto social y cultural problemático, lo cual sin dudas determinó que derivase en diversas expresiones articuladas de esa forma particular y específica. Desde aquel momento numerosos músicos de rock, sean autores o compositores, tendrían que sortear la censura escribiendo letras con un sinfín de metáforas para poder emitir el mensaje deseado, pero sin provocar una persecución o caer en la censura (Favoretto, 2014). Esto último se puede ver reflejado pocos años antes de que llegue a Argentina el Punk. A finales de la década de 1970 y bajo un sanguinario gobierno de facto cívico militar, Charly García, desde su espacio de resistencia, ponía al tanto de la situación política y social del país bajo un conjunto de estrofas metafóricas a través de una obra literaria reconocida por muchos:

Quién sabe Alicia este país no estuvo hecho porque sí/ Te vas a ir vas a salir, pero te quedas/ ¿dónde más vas a ir?/ Y es que aquí sabes el trabalenguas, trabalenguas/ El asesino te asesina y es mucho para ti, se acabó ese juego que te hacía feliz./ No cuentes lo que viste en los jardines, el sueño se acabó ya no hay morsas y tortugas un río de cabezas aplastadas por el mismo pie juegan cricket, bajo la luna/ Estamos en la tierra de nadie -, pero es mía (“Canción de Alicia en el país”, Charly García - Serú Girán -, 1982).

A comienzos de los años '80, todavía con los militares en el poder, se da inicio a la Guerra de Malvinas y con ella la prohibición de transmitir música de origen inglés en las radios. Con esto, muchas emisoras que antes podían musicalizar con The Beatles o The Police, ahora contaban con un repertorio limitado y se vieron obligadas a reproducir música nacional. Entonces el Rock Nacional, que siempre había sido más bien un género marginal dentro de la música argentina, comienza a repuntar y hacerse popular entre los jóvenes. Comienzan a emerger bandas como Virus, Riff, Los Abuelos de la Nada, todas muy disimiles entre sí, pero que venían a renovar la escena (Favoretto, 2014). Y con ellos las primeras bandas punks de Argentina.

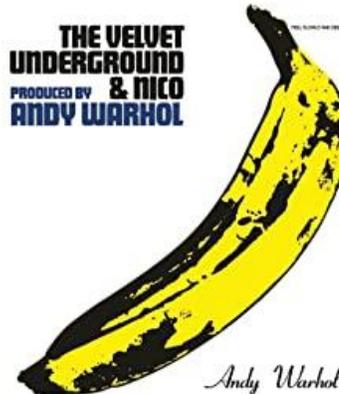
1.2. El origen del Punk

En el contexto internacional, como se ha mencionado, la situación era otra. Los años sesenta y *la primavera del amor* habían terminado y los hechos que anticiparon cierto estado idealizado fueron El Mayo Francés y la Primavera de Praga.

Las masacres del Clan Manson y el asesinato de los Ángeles del Infierno durante un recital de The Rolling Stones que puede verse plasmado en el documental *Gimme Shelter* (1970) fueron hechos icónicos. Estos terminarían por dar un cierre a una década que culturalmente, en países como Estados Unidos e Inglaterra, estuvieron cargados de música beat, rock y pop, y de un estilo de vida que proponía, no solo aires de renovación, sino que también aseguraba un mejor bienestar social bajo ideologías comunistas y pacifistas.

En definitiva se puede afirmar que allí se termina una visión más positiva o esperanzadora respecto al futuro, ya que a partir de entonces se instaló, desde diversos movimientos culturales disruptivos, una idea de rebeldía, cambio y revolución necesaria. Cerca de estos movimiento, pero con un pie puesto en un sonido áspero y unas letras que marcarían otro rumbo artístico generalizado posteriormente fue lo que Andy Warhol dio a conocer como la Factory. De allí se conocen varios artistitas, pero resalta tempranamente The Velvet Underground &

Nico, una banda de rock que a pesar de ser experimental y por momentos muy oscura mantenían en su ejecución una estructura intacta de la canción.



Tapa de disco The Velvet Underground & Nico. Foto: elquintobeatle.com

Esto sirvió para generar llegada a un público de New York que empezó siendo escaso, pero que luego terminaría dominando buena parte de la escena del Rock en las venideras décadas (Juliá, 2008). Esta banda vino a cambiar los estandartes del Rock, ya que proponían no solo un sonido, sino una estética anti-hippie totalmente distinta a otras bandas que hacia fines de los sesenta se venían desarrollando en Estados Unidos e Inglaterra. Esto se puede ver en el colorido compilado Flowers de The Rolling Stones, discos como Rubber Soul de The Beatles, la locura desenfrenada del LSD –droga popular en las estancias hippies- de Jefferson Airplane, The Grateful Dead o The Doors en la costa oeste de Estados Unidos, etc. (Juliá, 2008).

Inicialmente se puede establecer que The Velvet Underground & Nico fundan las bases para lo que luego terminaría tomando la forma del Punk en la segunda parte de la década de 1970. A comienzos de esta década vendrían nuevos grupos como T-Rex y New York Dolls que tendrían el mote de proto-punks años después. Eran grupos cuya impronta luego copiarían otros grupos punks, como el sonido estridente y en el segundo caso desprolijo y sin demasiados arreglos grandilocuentes. The

Velvet Underground & Nico, entonces, será la principal influencia para el Punk, pero que en su momento no gozó del éxito ni la crítica:

El álbum del plátano diseñado por Andy Warhol, The Velvet Underground & Nico (1967), basta para medir el impacto artístico. Los chicos de la Factory parieron una obra imperecedera y un fracaso de ventas. Como el siguiente, White Light/White Heat (1968). Y como el resto de discos, ya sin Cale tras los constantes choques de ego con Reed. Era el destino: la Velvet Underground solo duraría seis años y nunca tendría un éxito, salvo uno: influir en la historia del Rock hasta ser parte de ella (Juliá, 2008: s/p).

Más allá de las influencias musicales que podemos encontrar, el movimiento punk ha tenido otras de tipo filosóficas, de estilo de vida y actitud. Las vanguardias del siglo XX han sido otra influencia (el dadaísmo sin duda su mayor representante en cuanto a influencia). ¿Qué otra influencia podríamos rastrear? Sin duda la Internacional Situacionista, la cual representa este cruce entre arte y política, un pensamiento de izquierda y una acción directa contra el sistema capitalista:

Aunque muchas de las bandas punk no comparten unas ideas políticas tan claras, sí expresan una visión antiautoritaria y practican la provocación y la acción directa de una manera espectacular. La posible influencia del Pop Art y el postmodernismo se debe notar sobre todo en el vestuario, la apariencia y el comportamiento. La falta de una idea fuerte común, la libertad para elegir tu propia ropa, la manera de comportarse y la identidad tienen que ver con la desestructuración propia de lo posmoderno.(...) Otros posibles ejemplos son la Beat Generation americana que en general influyó en toda la contracultura, como también ejemplos específicos como el libro de George Orwell "1984" y la película de Stanley Kubrick *Clockwork Orange* (inicialmente una novela distópica de Anthony Burgess publicada en 1962) con sus ideas, la estética y la agresividad, el argot y el efecto de participar en grupo que los punks comparten con Alex y su banda en la obra americana de 1971 (Dimitrova, 2015:6).

Sin embargo, se puede establecer que el movimiento punk no está forzosamente politizado, puesto que en él convergen muchas líneas de pensamiento y formas: las

bandas tocan temas de problemas cotidianos, quieren contar lo que sucedió en sus vidas, pero siempre criticando el mundo que los rodea, debido a que este movimiento surge de lo que ven las clases bajas en Londres y New York, un mundo en el que no hay un futuro preciso. La crisis del petróleo produjo desempleo y desestabilización en estas ciudades y en todo el mundo. Los jóvenes no querían tampoco terminar como sus padres: desdichados obreros que cobraban lo mínimo para sobrevivir, todo lo veían con un horizonte oscuro y sin posibilidad de hacer algo más que cobrar un plan de asistencia que les permitiera comer o trabajar muchas horas para llevar una vida desdichada. Ese es el contexto y eso es lo que veían los jóvenes de estas ciudades donde se comenzó a dar este movimiento con bandas como Ramones y Sex Pistols, los principales referentes que marcaron un estilo y una época de la cultura mundial.



Sex Pistols (discogs.com) / Ramones (latercera.com)

Tenían opiniones que iban en contra del *establishment* y de las ideas consumistas que proponía el sistema. Aquello que veían en la juventud vinculada al consumo masivo comenzó a cuestionarse con más efervescencia en estos movimientos durante toda la década de 1970. Se ha mencionado a Sex Pistols, la banda emblema del “No Future” y de la decadencia de la sociedad plasmada en las letras de sus canciones. Fue una banda que se creó entre el límite del arte y el “marketing barato”. En este sentido, fue influenciada de alguna manera por una política anarquista y marxista, este tipo de grupos. Siguiendo a Dimitrova (2015):

Están ligados al Socialist Workers Party en Inglaterra (y a otros según el país), tienen ideas estrictamente de izquierdas e intentan incorporarlas en su producción artística y en su manera de vivir, creando una especie de lucha artístico-política que cubre toda su forma de vida. Cuando a partir de los '80 el Punk empieza a disolverse en escenas más pequeñas, el nombre que recibe esta parte del movimiento es anarco-punk, teniendo en cuenta que muchas bandas de todos los estilos entran en su definición (2015:7).

Pero no todos estaban en la misma sintonía política:

Debemos mencionar también los grupos nazi-punk que comparten ideas radicales de derechas, proclaman el racismo y se organizan en bandas para *luchar* contra los inmigrantes. Este tipo de grupos, conectados sobre todo con la parte nazi del movimiento skinhead, son una pequeña minoría y surgen apenas en los años 80 cuando los ingleses Screwdriver cambian sus miembros y se unen a sus seguidores neonazis. La banda es estrictamente política y tiene conexiones cercanas con The National Front y British National Party. De este mundo también surge Blood & Honour, una red neonazi de producción musical (Dimitrova, 2015:7).

Hay que recordar también que este movimiento, además de protestar ante la sociedad por la falta de oportunidades, los políticos y el mundo en general, surge como contestaría a una forma musical mucho más elaborada. Al crear una música simple en cuanto a arreglos y estructura se ponen en la vereda de enfrente de música de conservatorio, elaborada o elitista que la década de 1970 venía produciendo, dentro de lo que se conoce como rock progresivo o rock sinfónico, cuyas bandas más representativas han sido Jethro Tull, Génesis, Pink Floyd, Emerson Lake and Palmer, entre muchos otros. Por eso, estas nuevas bandas estaban más en sintonía con otras formas, quizás más emparentadas a la ya mencionada New York Dolls y también a The Stooges (Dimitrova, 2015).

Se ha determinado en múltiples ocasiones que el año de explosión del Punk Rock fue en el año 1975 con la aparición del grupo londinense Sex Pistols. Pero ya en 1978 terminaría la banda luego de la partida de Sid Vicious y su posterior muerte

trágica¹. Lo efímero también es una clave para entender el Punk como movimiento artístico. Las canciones no solo eran simples en su composición y arreglos (los acordes de cada canción de Ramones difícilmente superen los cuatro o sin acordes en 5tas), sino que también su duración era breve, con una distorsión potente y monótona en un ritmo frenético. A modo anecdótico, 2 Minutos, banda argentina representante en la década de 1990 es un representante del Punk y su nombre hace honor a lo efímero de las canciones. Las carreras solían ser tan cortas como sus canciones. Aunque no fue el caso de Ramones cuya carrera se puede redondear entre 1976 y 1995 (Dimitrova, 2015). Sex Pistols pasarían a componer una primera oleada del Punk original, al mismo tiempo que Ramones en Estados Unidos comenzaban a hacer sus primeros recitales y comenzaban a gozar de una popularidad en ascenso en buena parte de Occidente. Sin embargo, siguiendo a Dimitrova (2015), un segundo momento comenzaría luego:

Después de las primeras bandas ya citadas hasta los finales de los '70, cuando la primera ola prácticamente se acaba, en Inglaterra nacen The Stranglers, The Damned, Buzzcocks (la primera banda que graba con su propio sello y que toca hoy día después de su nueva reunión en 2002), The Clash (en los finales de los años '70 Joe Strummer copió DeNiro en "Taxi driver" y así creó el estilo de la "cresta" (mohawk, mohican), Siouxsie & the Banshees (Siouxsie a menudo lleva swástica y hace gestos nazis durante sus conciertos), The Crass, Adam and the Ants, Sham 69 (una de las bandas proto-punk que sin quererlo reunió a su alrededor la parte nazi de los skinheads, llamada "boneheads", "estúpidos"), The Slits (una banda formada enteramente por chicas), Joy Division (en la frontera entre punk, new wave y postpunk) (2015:9).

Con los años siguientes la escena se fue consolidando y dispersando de tal forma que muchos países fueron adoptando sus formas y reversionando a estas bandas

¹ La muerte trágica es otro de los condimentos que rodean al punk. Muchos integrantes, además de auto flagelarse, también terminaban con sus vidas de forma violenta. Es el caso de Ian Curtis (ya más en la ola del postpunk), quien terminó con su vida ahorcándose con solo 26 años de edad. Hay otros que no han trascendido tanto como el icónico Sid Vicious, cuya vida en pareja con Nancy puede verse retratada en la película Sid & Nancy de la década de los ochenta.

que comenzaron a nacer en los setenta. Vendría lo que muchos críticos de Rock y periodistas especializados comenzaron a llamar postpunk. La banda que llevó ese mote en su primer momento fue The Cure, quienes mezclaban una forma sencilla, pero adoptando nuevos sonidos y arreglos, además de un ambiente más oscuro y denso.

1.3. El fanzine como medio de comunicación

Como medio de difusión el Punk también creó consigo un medio novedoso a la fecha que se llamó fanzine. Hay antecedentes de publicaciones similares, pero especialmente fue en la década de 1970 que se empezó a realizar trabajos en estas cortas publicaciones. Eran hechas en casa, con pocos elementos y con mucha creatividad a mayor escala dentro de un ámbito no del todo popular. De alguna manera el *under* de esos años y el “hazlo tú mismo” se dispersó y cada vez más jóvenes optaban por estas vías de comunicación para informar, expresarse y escribir diferentes cuestiones respecto de la poesía, la lírica, el ensayo, etc. Siempre desde un marco pequeño y nunca masivo, puesto que desde ya los medios masivos de comunicación estaban en las antípodas de lo que se quería mostrar en estos fanzines.

Asimismo, el fanzine viene de larga data y se puede rastrear sus inicios décadas atrás, donde comenzaba a emerger la autoedición, Navarro (2019) dice que:

No había énfasis en la encuadernación o el gramaje, pero sí pasión y calidad en sus textos. Los fanzines sirvieron, a comienzos de la década de los 30, como vehículo de comunicación para seguidores de distintos ámbitos y comunidades: desde la música hasta los comics. En un formato amateur, muchos hechos a mano -todos con aire artesanal-, abordaban artículos que no tenían cabida en las publicaciones más profesionales. Ahí estaba su fortaleza: eran autoeditados, no padecían las cadenas editoriales de los grandes medios; no estaban obligados a proporcionar una rentabilidad económica (Navarro, 2019: s/p).



El punk en fanzine (2019). Foto: warp.la

Sin embargo, la explosión del “género” de la autoedición explota con el Punk Rock años después. Además, luego con el avance de la tecnología y las impresiones, se introduciría al mundo del color en sus publicaciones:

Lejos de la ciencia ficción, ya en los setenta, la cultura punk se convertiría en una nueva impulsora del fanzine. O el fanzine de la cultura punk. Las revistas hechas a mano se multiplicaban: páginas enteras con fotos y textos sobre la escena de un género irreverente y libre desde su origen. Los fanzines punk contenían reseñas, editoriales y entrevistas a las figuras destacadas del género. Se grapaban y se distribuían a tiendas, se enviaban por correo o se intercambiaban. Dicen los expertos en el tema que el encanto de los fanzines punk estaba, precisamente, en los errores de diseño, lo amateur de estos o las faltas de ortografía. Era en esta suerte de anarquía editorial el punto en el que ambas culturas, la del fanzine y la del Punk, convergían. Por eso, cuando llegó la autoedición, el fotocopiado, muchos denunciaron que este tipo de revistas perdieron su ‘sabor original’. Los fanzines, en términos de impresión, tenían una serie de características: por lo general, eran en blanco y negro y, a veces, con la portada a color (Navarro, 2019: s/p).

1.4. Recorrido histórico de los medios de comunicación alternativos en Argentina

Cabe destacar que, al momento de hacer referencia a la comunicación y modernidad, no puede omitirse la comunicación de masas. En Argentina, esta última se introdujo con la llegada de la tecnología y de la cultura de masas como algo importado:

La invención del fonógrafo, la radio y el cine, y también el crecimiento de las industrias norteamericanas y europeas dedicadas a comercializar estos entretenimientos, tuvo un impacto global, ya que estas industrias emergentes buscaron, con suma energía, mercados extranjeros (Karush, 2013:69).

Se instalaron así las empresas que traían aquellas tecnologías condicionando, en un principio, a la industria local y las emisoras radiales, así como también a las salas en las cuales se exhibieron los primeros films y el temprano desarrollo de un dominio de la comunicación no mediática. Aquello sucedió a principios de la década de 1930 (Karush, 2013). Sin embargo, el giro más relevante en cuanto a las transformaciones en los medios tecnológicos y las formas se daría varias décadas después en el país.

El pasado de aquellos países que habían sido golpeados por las reprimendas violentas sin igual durante la década de 1970, sumado al escabroso plan económico liberal, posibilitó la creación de un escenario caracterizado por una diversidad y una organización superior de los sindicatos y otras organizaciones populares, lo cual adquirió una dimensión inédita en los países latinoamericanos. Con el retorno de la democracia esas características pudieron trastocarse. Se vieron fortalecidas las manifestaciones que exigían una transformación frente al Estado y los partidos políticos. Este tipo de expresiones identificadas como colectivas y todas aquellas demandas sociales particulares terminaron por darle una forma concreta a esa actividad. De esta manera, fueron reconocidas como organizaciones civiles que de a poco adquirieron más y más visibilidad y lograron que su labor fuese reconocida en toda la comunidad (Becerra y Mastrini, 2011). Durante los años ochenta, luego de la salida de los gobiernos cívico militares que se habían comenzado a suceder

desde 1976, sumada la Guerra de Malvinas en 1982, sale a escena una nueva generación que se interesó por la comunicación. Emergen así radios comunitarias y otros medios alternativos de comunicación en buena parte del país, pero sobre todo en el epicentro, Buenos Aires. Una parte de estos medios fue creada por jóvenes, muchas veces sin experiencia y otras con el cúmulo de sabiduría mínimo para poder establecer un medio en sí mismo (Becerra y Mastrini, 2011).

Este caso tuvo a Daniel Grinbank como principal referente cuando en 1985 crea la radio de Fm Rock & Pop. Sus comienzos fueron de una emisora alternativa para la época, pero luego se estableció en el *mainstream* mediático hacia mediados de la década de 1990. La Rock & Pop se puede considerar el emblema reconocido de una radio alternativa, al menos en sus comienzos, según Plotnik y Jiménez (2005):

En 1985, para ese entonces, aunque suene raro, todos los principios formales de la radio moderna ya habían sido establecidos (aunque esperaban una definición). Para entonces, también, el Rock Nacional había propulsado sus figuras a la masividad (Charly García, Soda Stereo, Sumo, Los Abuelos de la Nada, etc.) e imponía un circuito propio: aparecía Cemento, nacía el Suplemento Sí de Clarín. Apenas una estación de FM (un espacio que, en esa época, tenía una incidencia pública y comercial tan nimia que hoy sería ridícula) que transmitiera música rock en su totalidad [...] Si bien entre sus ambiciones figuraba la de transformar la densidad del éter –detonar un cambio en las entrañas de un medio ceniciento y naturalmente envejecido-, Daniel Grinbank no supuso que lo que se conseguiría al cabo de algunos años sería convertir la FM en la fortaleza de negocios y figuras que hoy conocemos. Regular las pautas de consumo juvenil, mediar en el discurso público de un par de generacionales y sentar las bases de un nuevo lenguaje coloquial y publicitario. Con los años, en eso se convirtió Rock & Pop: una fuerza que absorbió y condensó voces de la ciudad (conformes, disconformes, hastiadas, esperanzadas) y las devolvió decodificadas, a la superficie de la sociedad y el mercado (2005:60).

La difusión de la Rock & Pop como medio principal por el cual pasaron y siguen pasando bandas de Punk sirvió como impulsor para los trabajos de bandas

emergentes argentinas de los ochenta, de estilo punk o similares, siempre abarcando otros géneros, pero con la impronta intacta: Los Violadores, Sumo, Todos Tus Muertos, Ataque 77, entre otras. En el *under* de la década de 1980 también surgió, en el mismo año en que se creaba la Rock & Pop, un espacio que serviría para que muchas bandas punks y *under* tuvieran su lugar de pertenencia, al igual que el teatro alternativo y otras expresiones, para que pudiesen tocar e incluso realizar ferias de fanzines. El lugar fue creado por Omar Chaban y se llamó *Cemento* (que se encontraba en la calle EE.UU. N°1234-38) (Plotnik y Jiménez, 2005).



Rock&Pop. Logo: fmrockandpop.com

1.5. Punk argentino

Como se ha mencionado anteriormente, el Rock en sus comienzos se instala en Argentina bajo las principales vertientes del género impulsadas por aquellas bandas fundadoras como Manal, Los Gatos y Almendra. Ahora bien, una década después aproximadamente emerge un nuevo género, también con la propia influencia del Reino Unido y Estados Unidos. Para Durruty y Hours (2017):

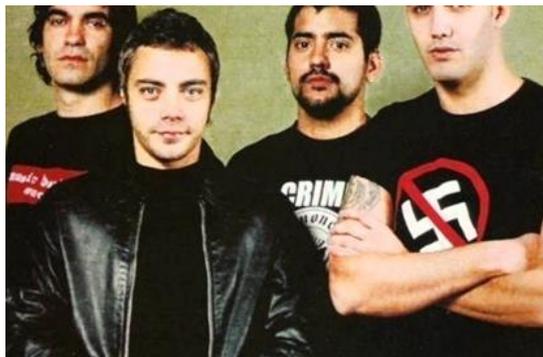
En Argentina el Punk llega a fines de la década de 1970, cuando comienza la Dictadura Militar con el Proceso de Reorganización Nacional desarrollado por las FFA en comunión con sectores oligárquicos del país, de ahí que sea considerada una práctica mal vista y que, durante mucho tiempo, fuera perseguida, justamente, por su forma de confrontación contra el sistema, del mismo modo que muchas otras bandas de rock, independientemente del estilo musical que las caracterizara, que fueron también perseguidas y prohibidas (2017:4).

A inicios de dicha década este conjunto de bandas irrumpe con un estilo que proponía desafiar a las autoridades y cuya estética estaba a las antípodas de la música progresiva y del pop. Fue en ese momento que surge la primera oleada de bandas punks argentinas, entre las cuales la más destacada y que quedó en la historia del Rock Nacional fueron Los Violadores. También tuvieron un lugar en escena grupos que no gozaban de la popularidad de Los Violadores, pero que completaban el mapa punk del país. Estos grupos eran Los Laxantes, Los Testículos, Alerta Roja, Los Baraja, entre otros. Grupos que comenzaron a pisar con fuerza dentro del *underground* porteño. La construcción de una nueva cultura rock ahora se estaba dando en el *underground*, según lo dice Morales (2020):

Tras el retorno la democracia al país, acabada la dictadura cívico-militar en 1983; la escena musical argentina tuvo un fuerte crecimiento, y con esto, se da un momento de transición en el Punk: la segunda oleada del movimiento desde el *underground*. Ya no estaban restringidos los conciertos como sucedía años atrás, pero sí seguía habiendo detenciones arbitrarias o “razzias” por parte de la policía federal en la entrada o a la salida de los recitales. Esto último, alimentaría gran parte del contenido lírico de las bandas punks en adelante (2020: s/p).

Este *underground* nació en democracia y se esparció por distintos centros culturales, bares, pubs y recovecos de la ciudad en donde les daban lugar a grupos de rock y de teatro, como el caso de El Parakultural (nicho artístico de donde salieron grandes artistas *under* del teatro como Batato Barea, Tortonesse, Urdapilleta, Verónica Llinás, Alfredo Caseros, etc.). Asimismo, es en ese contexto en el cual surge otro ámbito teatral reconocido, como fue *Cemento* en un principio. A los pocos meses de abrir sus puertas para grupos teatrales experimentales pequeños y emergentes, se comienza a notar que una gran parte del público provenía del Rock. Es entonces que los dueños del lugar deciden abrir la discoteca *Cemento* para que toquen bandas *under* de rock. A partir de 1985 empiezan a desfilar por este lugar, mítico hoy en día, bandas de rock como Sumo, Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota, Los Twists, etc. De igual modo, grupos que nacieron al mismo tiempo que *Cemento* y que en un principio tenían un condimento punk, como Ratonés Paranoicos. A los dos años ya participaban de las tertulias punks grupos

como Massacre (un *punk skater* al mejor estilo californiano), Flema, Ataque 77, Defensa y Justicia, entre otras hoy reconocidas (Morales, 2020).



Ataque 77. Foto: pilardiario.com



Ratones Paranoicos. Foto: metacultura.com

La consagración del Punk como sonido y actitud característica y emergente dentro de la juventud fue en 1988 con la salida del disco recopilatorio *Invasión 88*:

Los grupos que finalmente aparecen en el álbum son: Ataque 77, Flema, Comando Suicida, Rigidez Kadavérika, División Autista, Exeroica, Defensa y Justicia, Los Laxantes, Conmoción Cerebral y Los Baraja. Este disco contó con varias curiosidades, entre ellas tener a una banda como Exeroica, aparecida en 1987 y que sería formada exclusivamente por mujeres (consideradas posteriormente como pioneras del movimiento feminista punk Riot Grrrl en Argentina) y que esta solo fue su única participación discográfica en toda su carrera. Otra curiosidad fue la inclusión del grupo Oí! Comando Suicida. Este grupo era abiertamente fascista, con letras antisemitas, anticomunistas y de un fuerte contenido nacionalista. Y finalmente, participaron Los Laxantes, que particularmente para 1988, ya estaban disueltos y varios de sus miembros formarían Todos Tus Muertos (Morales, 2020: s/p).

Ese recopilado punk argentino demostraba que estos grupos estaban sumamente vinculados al estilo de Ramones, The Clash, Sex Pistols y Dead Boys, entre otros.



Folleto del festival sobre el álbum *Invasión 88*. Foto: laizquierdadiario.com

Para plasmar una visión total debe mencionarse que en esos últimos años de la década de los '80 el gobierno radical de Raúl Alfonsín y la *primavera alfonsinista* mostraba su costado más duro: una crisis hacia dentro de las instituciones del país se venía gestando tras los intentos de golpes de Estado encabezados por el ejército (hay que recordar el episodio que genera Aldo Rico durante el intento de golpe por el alzamiento Cara Pintadas), los números de la pobreza se habían elevado alcanzando cifras alarmantes, todavía había una persecución por parte de las fuerzas armadas hacia los jóvenes, el incremento de la violencia y los hechos de inseguridad, el desempleo en creces, la llegada de la hiperinflación debido al insostenible Plan Austral que se venía implementando desde 1985. Aquella crisis económica y social comenzaba a agudizarse cada vez más (Fair, 2009).

La situación no había generado más que malestar. Muchos de estos jóvenes provenientes de sectores populares, de barrios populares y desempleados eran marginados tanto por la sociedad como por el Estado argentino. Con esto, canalizaban todo su disgusto a través de la música. Al igual que el heavy metal, el Punk estaría embanderado como un género donde se gritarían todas las verdades de los jóvenes sin futuro (Dimitrova, 2015).

En la década del noventa, además de Ataque 77, irrumpió fuertemente Dos Minutos del lado del Punk al mejor estilo Ramones. Se la considera una de las bandas más populares en cuyas letras se puede apreciar el contexto que vivía Argentina luego

de la partida de Alfonsín y lo que Carlos Menem estaba generando en la primera parte de la década de 1990. En 1994 Dos Minutos resalta con un disco emblemático del Punk argentino, Valentín Alsina, en el cual se evoca una conjunción entre melancolía (por su parte tanguera propia de la tierra originaria) y el puro punk inculcado por el contexto y la emergencia de bandas punk en la década 1980 que influenciaron a las demás. De esta manera llegaron a concretar letras que no solo eran de denuncia (algo que León Gieco, por ejemplo, ya venía haciendo), sino que expulsaba en su sonido y en sus letras una crudeza que en aquellos años, quizás, una banda como Flema podría igualar (Casali, Castro y Ceci, 2014). Lo que se puede destacar, y que ya se hizo referencia respecto a su origen inglés, es su componente ideológico latente y expreso también en el ámbito nacional.



Dos Minutos. Foto: Vanguardia.com.mx

2. Marco teórico

2.1. Juventud

Si bien el término *juventud* tiene su origen durante la época victoriana (1850), cuando a los niños de la clase media inglesa se los empezó a llamar *jóvenes*, es recién hacia finales de la década de 1940 cuando el concepto que más se aproxima a nuestros días empieza a expandirse por todo Occidente. Para Hall y Jefferson (2014):

El término se basa en la visión de que lo que le sucedió a la 'juventud' en este periodo (posguerra) es radical y cualitativamente diferente de cualquier cosa que hubiera sucedido hasta entonces. Sugiere que todas las cosas en las que la juventud se metió en este periodo fueron más significativas que los diferentes tipos de grupos juveniles o las diferencias en su composición de clase (2014:69).

En aquel momento los tiempos escolares se extendieron: se prolongó el periodo en el cual los jóvenes debían acudir a clases y las instituciones los retuvieron por más tiempo. Se convirtieron en sujetos de derecho, separándose de la esfera adulta, además de un blanco beneficioso para el comercio y la novedad cultural, en especial de la industria musical, según Reguillo (2012):

Fue también en la posguerra cuando emergió una poderosa industria cultural que ofrecía por primera vez bienes exclusivos para el consumo de los jóvenes (...) El acceso a un mundo de bienes, posibilitado por el poder adquisitivo de los jóvenes de los países desarrollados, delineó señales identitarias que se reconocerían e internacionalizarían rápidamente (2012:22).

Aquello que la industria cultural vendía y los jóvenes empezaban a consumir otorgaba identidad, creaba modelos y, también, configuraba estereotipos, marcando una diferencia con el mundo adulto. Según los planteos de Reguillo (2012), puede entenderse a la juventud bajo términos socioculturales, es decir, que no se conforma únicamente con las delimitaciones biológicas, como la edad. Así tampoco se reconoce el término como dirigido a un grupo social continuo en el

tiempo y de carácter ahistórico, sino que se rescata su carácter “dinámico y discontinuo”.

Se debe considerar que la juventud está ligada a la noción de consumo, la cual se comienza a establecer en la década de 1950. Justamente, es a partir de esta idea que se instaura una contradicción en el público juvenil cuando irrumpe el género Punk, algo que ya era anticipado por otros movimientos. El antropólogo García Canclini (1995) extiende líneas útiles que funcionan como sustento teórico para pensar en el significado de la publicidad en determinados medios de comunicación masivos, diferenciándolos de los alternativos (hoy digitales), y su vinculación con la juventud, incluso en la actualidad:

Una zona propicia para comprobar que el sentido común no coincide con el *buen sentido* es el consumo. En el lenguaje ordinario, consumir suele asociarse a gastos inútiles y compulsiones irracionales. Esta descalificación moral e intelectual se apoya en otros lugares comunes acerca de la omnipotencia de los medios masivos, que incitarían a las masas a avorazarse irreflexivamente sobre los bienes (1995:41).

García Canclini (1995) también advierte una relación entre medios de comunicación y consumo ligada a una racionalidad sociopolítica interactiva, lo cual es importante si se pretende poner el foco en las relaciones entre la ideología punk con toda una serie de discursos insertos en las canciones y en los espacios mediáticos dentro y fuera del *mainstream*:

La única racionalidad que modela el consumo no es la de tipo macrosocial que deciden los grandes agentes económicos. Los estudios del marxismo sobre el consumo y los de la primera etapa de la comunicación masiva (de 1950 a 1970) exageraron la capacidad de determinación de las empresas respecto de los usuarios y las audiencias. Una teoría más compleja acerca de la interacción entre productores y consumidores, entre emisores y receptores, tal como la desarrollan algunas corrientes de la antropología y la sociología urbana, revela que en el consumo se manifiesta también una *racionalidad sociopolítica interactiva* (1995:42).

2.2. Cultura

Es menester considerar la cuestión del Punk y la juventud desde el punto de vista cultural. Se puede decir que esta noción se caracteriza por su complejidad, en cuanto existen múltiples significados que han ido cambiando a lo largo de la historia. Desde sus inicios se lo ha relacionado con el cultivo, con los conocimientos que se tienen, con los modos de vida y las costumbres, con la religión y la ética, siempre adherido a una época y a un grupo social, y siempre exclusivamente como rasgo humano. Es así que en su polisemia radica la dificultad para definirlo concretamente. El cambio en su concepción fue mayor cuando se lo comenzó a relacionar también con las formas de comportamiento social, es decir, como un fundamento de la sociedad y la civilización. Los científicos Kluckhohn y Kroeber en 1952 llegaron a reunir más de 160 definiciones de cultura. Luego de ponerlas en común, llegaron a una definición que, suponían, consideraba las cualidades del concepto y podía ser de utilidad para su época:

La cultura consiste en pautas de comportamiento, explícitas o implícitas, adquiridas y transmitidas mediante símbolos y constituye el patrimonio singularizador de los grupos humanos, incluida su plasmación en objetos; el núcleo esencial de la cultura son las ideas tradicionales (es decir, históricamente generadas y seleccionadas) y, especialmente, los valores vinculados a ellas; los sistemas de culturas pueden ser considerados, por una parte, como productos de la acción y, por otra, como elementos condicionantes de la acción futura" (Kluckhohn y Kroeber, 2013: s/p).

Pero esta definición no fue la única. En 1973, Clifford Geertz desarrolló el concepto de cultura desde una perspectiva semiótica. Reconociendo esta diversidad de conceptos, determinó que la cultura era una acción simbólica, un documento público que dota de sentido al mundo y lo hace comprensible. Sostuvo que la cultura "no es una entidad, algo a lo que puedan atribuirse de manera causal acontecimientos sociales, modos de conducta, instituciones o procesos sociales; la cultura es un contexto dentro del cual pueden describirse todos esos fenómenos" (Geertz,

1997:27). En este sentido, la cultura es entendida como un sistema de símbolos (convencionales, aprendidos y compartidos) con los que el ser humano da significado a su existencia, en relación con el mundo, con la sociedad y consigo mismo. En sus palabras, es “un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales la gente se comunica, perpetúa y desarrolla su conocimiento sobre las actitudes hacia la vida” (Geertz, 1997:88).

Alain Touraine (1999), por su parte, va a entender la cultura como una forma de representación. Su sentido es otorgado a partir de las representaciones subjetivas que se tienen de los objetos físicos y sociales, pero estas representaciones que están interiorizadas individualmente son resultado de la socialización y, por ende, el sentido, la forma de representar los objetos y sus relaciones viene dada por lo social. La cultura, entonces, es una forma específica de representar el mundo en relación a un consenso y al conjunto de relaciones. Los sentidos constituidos son resultado de este consenso, de un "contrato social" que estabiliza la representación del mundo (Pizarro Ponce, 1979).

El carácter dinámico de las culturas, como producto de la interacción social, produce un trastocamiento en la concepción de individuo. En esta época, el individuo se encuentra inmerso en un mar de información y acceso a diversos conocimientos, por lo que se libera de ciertos condicionamientos y puede elegir qué absorber. En otras palabras, el individuo se identifica con determinado grupo que se caracteriza culturalmente de cierta manera, porque así lo puede elegir. Sin embargo, el individuo existe en relación con los otros y su identidad se establece en referencia a los demás (Altarejos, 2002).

Un individuo no se define como tal únicamente por la cultura de su grupo, puesto que no puede representar todos los aspectos que contiene una cultura. En esta línea, puede entenderse que no sólo existe la diversidad de culturas, sino también, dentro de ellas, diversidad de grupos, como lo es el movimiento Punk. Cada subgrupo tiene, a su vez, respectivas "micro culturas" o características que la diferencian: la edad, el trabajo, la religión, la familia, la nacionalidad, la ciudad, etc. La cultura, entonces, no se define con rasgos o elementos fijos, sino que empieza a ser entendida como un proceso en constante transformación. Los individuos, para

definirse, dependen más de la multiplicidad en esas categorías micro culturales que de la variedad étnica en sí. Esta variedad lleva a entender al individuo como poseedor de múltiples identidades que despliega según sus relaciones y es capaz de ir transformándolas según sus elecciones (Bernal, 2003).

Desde cualquier perspectiva, la cultura tiene que ver con una definición de identidad y un sentido de pertenencia. Esto quiere decir que el grupo social comparte costumbres, creencias y valores, que generan una identidad tanto individual como colectiva, la cual va cambiando históricamente. Esta identidad, desde perspectivas sociológicas y antropológicas, implica una reafirmación frente a un otro y también una diferenciación respecto a distintos grupos. Más allá de las fronteras, la identidad se va conformando a través del tiempo y desde varios aspectos que se revelan en una cultura. La lengua en común, las ceremonias, los valores, el arte, son rasgos que definen una identidad cultural y colectiva.

La cultura puede entenderse, entonces, como una forma de generar una identificación en algún origen profundo de nuestro ser, en un terreno o territorio determinado, tanto en la sangre como en las "virtudes del pasado". Para retomar también lo dicho por García Caclini (1995) al respecto, puede pensarse como "un conjunto de individuos unidos por lazos naturales, como el espacio geográfico, la lengua, la raza, y/o unidos por lazos espirituales: como la religión, el amor a la tierra, a las costumbres" (1995:31). Esto es tenido en cuenta a la hora de pensar la cultura sin hacer foco en las diferencias que se pueden generar entre los miembros de una sociedad, según Correa (2002) :

Para Néstor García Canclini, en este tipo de tendencia el tradicionalismo ha servido como soporte ideológico para que los sectores hegemónicos constituyan un espacio de neutralidad en el que se diluyan las contradicciones sociales y las diferentes clases puedan encontrarse representadas en la cultura nacional (2002:41).

Se toma la noción de "espacio de resistencia" respecto a la cultura rock que propone Correa (2002), planteando este lugar desde "esa participación tan activa entre músicos y público se exagera en determinadas circunstancias histórico-sociales"

(2002:42). Aquel espacio de resistencia funciona como un lugar en el que se podrá tener contención y desde el que se proporcionará alguna forma de respuesta o una vía desde la cual se puedan canalizar distintas presiones sociales y económicas producto del mal ejercido desde su propio hábitat local de sus vidas cotidianas. Es una resistencia a un poder que, según el autor, lo que busca es una normalización, una formación y disciplinar los cuerpos, diría Foucault (2002), hasta llegar a anular ciertos tipos de personalidades. Este mismo poder que genera inhibición, o al menos eso pretende, se puede ver representado en una sola persona como así también en una institución particular, en el Estado, en una empresa o en un sistema de relaciones sociales:

Las posibles vías de canalización que ofrece ese espacio de resistencia serían - desde nuestra perspectiva- la posibilidad de recuperar la voluntad de búsqueda de alguna salida a las realidades acuciantes, o a veces simplemente inundarse por algunos minutos en la satisfacción de escuchar a alguien que dice lo que a veces no sabemos o no podemos decir. Creemos que cuando una canción se convierte en espacio de resistencia está de alguna manera reflejando pulsiones del legado, identificándose frente a lo otro que no quiere ser, y posiblemente intentando cristalizar un nosotros como sujeto de transformación de un mundo que en ciertas circunstancias se podría presentar como desfavorable para las realizaciones de aquellos involucrados (Correa, 2002:42).

La cuestión cultural se vincula también con los planteos teóricos de Guy Debord (1962) plasmados en *La sociedad del espectáculo*. El autor, proveniente de la corriente situacionista, pone en relevancia el desarrollo de la sociedad moderna, en la cual la vida social y cultural es dominada por el mercado y por el espectáculo y reina una unificación. Para Debord (1967):

El espectáculo se muestra a la vez como la sociedad misma, como una parte de la sociedad y como instrumento de unificación. En tanto que parte de la sociedad, es expresamente el sector que concentra todas las miradas y toda la conciencia. Precisamente porque este sector está separado es el lugar de la mirada engañada y de la falsa conciencia; y la unificación que lleva a cabo no es, sino, un lenguaje oficial de la separación generalizada (1967:2).

Viene contenida por el mundo de la publicidad y un modelo de vida, algo que, como se podrá observar posteriormente, tendrá su contrapartida por la contracultura proveniente del Punk.

El espectáculo, comprendido en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto del modo de producción existente. No es un suplemento al mundo real, su decoración añadida. Es el corazón del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante. Es la afirmación omnipresente de la elección ya hecha en la producción y su consumo corolario. Forma y contenido del espectáculo son de modo idéntico la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente. El espectáculo es también la presencia permanente de esta justificación, como ocupación de la parte principal del tiempo vivido fuera de la producción moderna (Debord, 1967:3).

Lo planteado por Debord está en sintonía con la escuela de Frankfurt (Adorno y Horkheimer) en cuanto al punto de vista que se tiene desde la visión de la sociedad del espectáculo al considerar que la industria, la modernidad y la cultura termina sometiendo al hombre:

La sociedad que reposa sobre la industria moderna no es fortuita o superficialmente espectacular, sino fundamentalmente espectacularista. En el espectáculo, imagen de la economía reinante, el fin no existe, el desarrollo lo es todo. El espectáculo no quiere llegar a nada más que a sí mismo. (...) El espectáculo somete a los hombres vivos en la medida que la economía les ha sometido totalmente. No es más que la economía desarrollándose por sí misma. Es el reflejo fiel de la producción de las cosas y la objetivación infiel de los productores (Debord, 1967:4).

La cuestión cultural desde el punto de vista posmoderno y bajo la perspectiva de Adorno y Horkheimer (1969) se torna interesante en el sentido de que se coloca en consonancia con ciertas ideas políticas y sociales que se han visto desarrolladas tanto en el arte como en las actitudes de los punks a partir del desencanto ante el

sistema capitalista durante la década de 1970. Hay dos cuestiones que los autores tendrán presentes a la hora de hablar de la cultura: se pueden referir a ella como técnica y como industria cultural.

Cultura (como *Kultur* tanto como *Zivilisation*) y técnica están tan ligadas como desacopladas. Hacia el final de aquel texto *La Sociedad, lecciones de sociología* (1969) se explica que, en la actualidad, ya no se puede aprehender al mundo oponiendo los valores de la *Kultur* a los progresos materiales de la *Zivilisation*, dado que estos (como ya había argumentado Kant en su *Idea de una historia universal en sentido cosmopolita*, 2006) se motorizan uno al otro y son inescindibles. Aquello que se opone, por el contrario, a ambas formas de la cultura es la técnica comprendida en el contexto del despliegue del modo de producción capitalista, en el cual es el hombre mismo un “asistente” del proceso técnico: en su mínima expresión, el operario de una máquina que él no puede pensar ni cuya producción puede apropiarse. Así entonces, dirán Adorno y Horkheimer (1969) que:

Es cierto que se está haciendo difícil separar el progreso técnico [...] del aplastamiento en la idiotez, en tal medida están siendo los hombres puestos entre paréntesis en el proceso de producción de las mercancías. La técnica es dueña, no solo de sus cuerpos, sino de sus espíritus (Adorno y Horkheimer, 1969:101-102).

La idea de progreso técnico dentro del proceso de producción de mercancías es una cuestión cultural que implanta la cultura capitalista a la cual harán frente los grupos punks durante la crisis de este sistema con las problemáticas del petróleo y el desempleo. Estas agrupaciones vendrán a tomar la escena y crear identificación cultural con sus pares, que se ven reflejados en las letras y en las formas que estos grupos adoptan. Sin embargo, la industria cultural es algo que preocupaba conceptualmente a ambos autores alemanes, emparentado sin duda por el progreso técnico que mencionamos anteriormente y ligado a la industria cultural entendida como monopolio cultural:

Si la tendencia social objetiva de la época se encarna en las intenciones subjetivas de los dirigentes supremos, estos pertenecen por su origen a los

sectores más poderosos de la industria. Los monopolios culturales son, en relación con ellos, débiles y dependientes. Deben apresurarse a satisfacer a los verdaderamente poderosos, para que su esfera en la sociedad de masas —cuyo particular carácter de mercancía tiene ya demasiada relación con el liberalismo acogedor y con los intelectuales judíos— no corra peligro (Adorno y Horkheimer, 1987:149).

Esto forma parte de un gran relato que en los años 70 y 80 el posmodernismo terminaría criticando o al menos poniendo en cuestión. Hace referencia a cierto tipo de crítica que se le hace a la sociedad contemporánea, aquella crítica que sostiene que todo lo acontecido formaba parte del proyecto moderno de dominio. Es interesante adoptar teóricamente a estos autores a la hora de concebir la cultura, como así también a otros autores postmodernistas, puesto que se pone en duda, desde sus perspectivas, qué lleva al progreso, qué es, por qué se sostiene aquellos relatos de la modernidad, si hay un fin, si nada es tan general a la hora de enfrentar una problemática y si todo se puede relativizar. Respecto a los grandes relatos que criticaban los filósofos posmodernistas hacia finales del siglo XX se puede tener en cuenta como referencia en este punto lo pensado por Lyotard (1987). El autor considera la cultura moderna como la época de las “grandes narrativas” o “meta relatos” y, por contraposición, lo posmoderno como “una incredulidad hacia las meta narrativas”. Esos meta relatos son, según el autor:

La emancipación progresiva de la razón y la libertad, emancipación progresiva o catastrófica del trabajo (fuente de valor alienado en el capitalismo), enriquecimiento de toda la humanidad a través del progreso de la tecnociencia capitalista, e incluso, si se cuenta al cristianismo dentro de la modernidad [...], salvación de las creaturas por medio de la conversión de las almas vía el relato crístico del amor mártir (Lyotard, 1987: 29).

Lyotard comprende el sentido del término posmoderno como aquel que señala la decadencia de la confianza occidental en el progreso general de la humanidad que había dominado la escena del pensamiento, considerando que ya no es posible para el pensamiento “dar cuenta” de la relación entre “Auschwitz” y el proyecto moderno de emancipación universal. La pesadumbre del *Zeitgeist*, del espíritu de

aquel tiempo a mediados de los '80 puede expresarse en actitudes reactivas, incluso reaccionarias, o utopías, pero no a través de la apertura positiva de una nueva perspectiva. El desarrollo de la tecnociencia no es percibido como un “progreso” ya, puesto que no responde ya a las exigencias de las necesidades humanas. Se vincula, entonces, esta idea posmodernista a la estética, principalmente al mundo del arte, ya que es el ámbito en el que transita este trabajo.

2.3. Arte y posmodernidad

La cuestión de la posmodernidad es también la cuestión de las expresiones del pensamiento (arte, literatura, filosofía política), explica Lyotard en su obra *Lo Inhumano* (1998). Y expone lo acontecido en el mundo del arte que, para aquel entonces, ha terminado el gran movimiento de las vanguardias, que representan a la modernidad perimida.

Lyotard explicita el sentido inicialmente estético del término posmoderno, que surgió de la oposición modernismo/posmodernismo en arquitectura. El posmodernismo vendría a criticar el proyecto arquitectónico heredero de la concepción moderna del espacio sostenida en un horizonte de universalidad, de emancipación social e individual. La desaparición de la idea de un progreso de la racionalidad y la libertad, le da un “tono” particular a la arquitectura posmoderna que se vuelve una especie de bricolage que toma elementos de distintos períodos.

Asimismo, en definitiva, no deja de ser moderna en su concepción en la medida en que es la propia modernidad la que lleva consigo la idea de una ruptura con la tradición. La noción de “post-” aquí es el de mera sucesión y tiene el aspecto de una repetición del pasado más que de una superación. Este sentido de repetición y citación queda también claro en los movimientos pictóricos como el expresionismo o el transvanguardismo.

Respecto al relato de la modernidad vinculada a la estética, el crítico y filósofo Danto (2006) sitúa el fin del relato moderno en la irrupción de la obra de Warhol, quien incorpora los materiales y lenguajes de la publicidad y el consumo industrializado.

En el momento en que la intervención artística se torna indiscernible de una góndola de supermercado es cuando cualquier carácter sensible de la obra material se vuelve insignificante de cara a problematizar su “artisticidad”. En adelante serán los discursos en torno al arte y las instituciones artísticas quienes decidirán qué es arte y qué no lo es.

No es menor el hecho de que señale a Warhol como el artífice de esta irrupción, ya que es quien tendrá relevancia en la escena del Rock proto-punk con la salida al mercado de bandas como Velvet Underground & Nico, grupo clave para la formación intelectual y sonora del Punk de la década de 1970. Incluso se puede ir más allá e incluir teóricamente una breve idea de lo *sublime* en la parte artística que se propone también desde diferentes concepciones posmodernas para pensar la idea impactante, casi efímera, del Punk. Lo sublime entendido como un aquí y ahora. Como dice Baldine Saint Giron (2008): lo sublime describe la situación del hombre perdido en la excitación cósmica cuyas verdaderas causas se le escapan. Hay algo que no puede tomar. Según Kant (2002), la idea de lo sublime está relacionada con la sensibilidad y a un dislocamiento, algo sin armonía, vinculada con la violencia y el desplacer: es algo inmenso que tenemos en frente y nos desborda, y terminará teniendo como resultado una experiencia fuerte difícil de asimilar.

2.4. Medios de comunicación

En primer lugar, se entiende por comunicación como un circuito en el que un mensaje es emitido por un emisario con el fin de que este llegue a un receptor, a través de un canal particular y en un contexto determinado. Ahora bien, se puede ampliar esta simple definición teniendo en cuenta el modelo de comunicación de masas propuesto por Laswell (1948), en el cual hay que tener en cuenta en este tipo de acción quién es el productor del mensaje, qué dice, a través de qué, hacia quién se dirige y cuáles son los efectos que genera.

Esto último está relacionado con la modernidad y los avances, ya que el modelo mencionado surge durante la aparición de la radio y el cine, nuevas tecnologías que

ya a mediados de los años cincuenta se habían consolidado por su popularidad. A través de la radio cada familia, al principio de clase media alta, podía acceder desde la comodidad de su hogar a las últimas noticias del país y del mundo. Con el cine, antes que la televisión, se instaló de forma accesible para los sectores populares por su bajo costo una nueva forma de transmitir comunicación con noticieros de cinco minutos antes de cada película. En este contexto de transformaciones, renovaciones e incipiente comunicación de masas es en el cual Laswell propone su modelo que rompe con la cierta unidireccionalidad con la que se comunicaba del tema en esos años. Dominique Wolton (1999) dice:

Los medios de comunicación de masas son, en el orden de la cultura y de la comunicación, equivalentes a la cuestión de la cantidad aparecida con la democracia de masas y el sufragio universal, o bien, dicho de otro modo, el gran público de los medios de comunicación de masas es el equivalente, en cultura, al sufragio universal en política. Antes de ser elementos empíricos, estos son conceptos normativos centrales. Así pues, la revolución de la comunicación es, a la vez, un fenómeno reciente, una ruptura radical, pero también una realidad adaptada a esta sociedad de masas del siglo XX. Es, en cierta manera, su símbolo. Nada volverá a ser como antes de que llegaran de los medios de comunicación de masas. Sin embargo, al mismo tiempo, tenemos la impresión de que la revolución de la comunicación no se detiene (Wolton, 1999:36).

La modernidad y la introducción de las nuevas tecnologías con las cuales los sujetos comenzaron a comunicarse es sin duda, como bien marca Wolton, un antes y un después en la historia de la humanidad. Sin embargo, las transformaciones no se limitan solamente a los medios de comunicación tradicionales, sino que también se ha expandido a todas las entidades que deban comunicar información de diversa índole:

Los medios sociales han diversificado las posibilidades de comunicación en nuestras sociedades, se han constituido en formas de comunicación e interacción alternativas a los medios tradicionales, han multiplicado y amplificado las voces, han permitido nuevas formas de interacción con la noticia y el discurso público, han transformado a millares de fuentes en medios, han permitido impulsar y

diversificar agendas de temas. Sin embargo, hay algunas tendencias que son preocupantes (...) y requieren de acciones tanto de las empresas responsables de las redes sociales como de los Estados para garantizar el acceso a la información, proteger la libertad de expresión y fortalecer el debate público (Rost, 2020:29)

El cambio fue brusco y reciente, aunque parezca que toda la vida se ha comunicado de esta forma. Con relación a esto último, se podría agregar también que la comunicación hoy en día es, al mismo tiempo, actualización y adaptación. Para comunicarse se debe estar al día con el manejo de las nuevas formas -que proponen las nuevas tecnologías- de hacerlo. No solo cambia el medio físico en el cual se establece la comunicación, sino que también cambian los lenguajes: los emojis, los memes y las abreviaturas de frases en siglas, muchas veces en otro idioma, son algunos de los ejemplos más recientes en los cuales se logra observar un cambio de lenguaje dentro de las redes sociales -a las cuales se tiene acceso a través de un nuevo celular cuya caducidad no se sabría predecir-. Se entiende, entonces, que la adaptación debe ser constante para poder estar actualizado en lo que respecta a las nuevas formas de comunicación y las nuevas tecnologías. Sin adaptación no hay comunicación, o al menos no la habría a través de estos medios, siempre desde el punto de vista moderno.

Se mencionó anteriormente cómo estos grandes relatos de la modernidad toman la escena mundial y sus críticas hacia ellos. Los medios de comunicación sin duda están en esta discusión. Estos relatos legitiman las instituciones, las prácticas sociales y políticas, las leyes, la ética y el pensamiento. Y es debido al progreso tecnológico, tanto de los medios de comunicación como de la informática, que la cultura posmoderna se va atomizando en una pluralidad de juegos del lenguaje o de pequeñas narrativas que compiten entre sí sin ninguna estructura general.

A grandes rasgos, se considera pertinente, a la hora de pensar la comunicación y los medios, aquel libro de base que es *Historia de la comunicación* de Raymond Williams (1992), específicamente lo referido al mensaje de los medios de comunicación y a la tecnología de los mismos. Aquí se tiene en cuenta los avances

de la tecnología y como repercuten a la hora de emitir y retroalimentar el mensaje, a nivel político y social. Según Williams:

(...) el teléfono solo fue un refinamiento del telégrafo, y la radio hizo lo mismo sin necesidad de una conexión física. Los resultados de esta facilidad de comunicación sin precedentes son aún difíciles de evaluar, pero basta con pensar en campos tan diversos como la navegación, el transporte aéreo, la administración, la diplomacia, la guerra, etc., para comprobar que la mayor parte de los aspectos de la vida moderna no existirían de otro modo (1992:159).

Por otra parte, teniendo en cuenta las reflexiones que propone Gilberto Giménez (2009), la comunicación desde ya parte de una dinámica de la cultura, pero al mismo tiempo tiene en cuenta su elemento vinculado a la reproducción. La comunicación, en cuanto a su carácter reproductor de un conjunto de significaciones sociales compartidas generadas en lo que respecta a intercambios como a interacciones con otros.



Estilo Punk. Foto: tribuurbana.info

3. Testimonios cercanos

Este apartado del presente trabajo estará centrado en los dichos y comentarios de periodistas, músicos, integrantes de centros culturales y de la Unión de Músicos Independientes que se han podido entrevistar y que, desde una posición autogestiva y emancipada, desde sus posturas sobre los medios digitales principalmente, han participado en la comunicación desde un punto de vista ligado ineludiblemente al Rock y especialmente al Punk.

3.1. Periodistas

3.1.1. Carlos Sanabria

Para llevar a cabo el objetivo de lograr desentrañar cómo están ligados estos dos aspectos (por un lado la cultura punk y por el otro los medios digitales) se ha entrevistado en profundidad a uno de los autores del libro *Hazlo tú mismo*: Carlos Sanabria. A su vez, se considera pertinente la entrevista realizada por Norberto Alfaro (2020). Sanabria cuenta a Subculturapress acerca del libro en cuestión:

Entiendo que es una narración que combina elementos de la crónica, de mucha descripción de personajes, situaciones y momentos, también hay entrevista, pero lo que hacemos nosotros es no utilizarla todo el tiempo como pregunta-respuesta, sino que muchas cosas que nos iban contando las narramos y ahí íbamos agregando cosas, viendo si lo que nos decía algún entrevistado podría dar lugar a alguna referencia literaria o de lo que pasaba en el momento político, entonces me metía en la época y veía qué podía agregar o complementar de lo que ellos se acordaban (Alfaro, 2020: s/p)

Al mismo tiempo plantea que su forma de enfrentar el libro proviene de otro lugar y no del ámbito académico, lo cual denota su postura característica ante las instituciones, desde la cual no deja de provocar y generar rebeldía ante los parámetros de lo establecido:

(...) los trabajos que leí sobre hardcore y punk tienen mucho nicho académico, texto o lenguaje muy de universidad que a mí, si bien soy egresado de la Facultad de Ciencias Sociales, no me gusta leer en ese estilo, fue algo que descartamos de plano. Son textos bastante cuidados con mucha edición, eso es algo que en otros laburos de anécdotas o en primera persona no vi. Venimos con esa idea de mostrar un formato que hasta el momento no habíamos visto a la hora de contar el hardcore punk. Cuando escribimos lo hicimos pensando en personas como nosotros porque básicamente el libro es algo que si yo fuera lector, me gustaría leerlo de esa manera, entonces era muy difícil pensar en escribirlo de otra forma, no me saldría. Me parece que la propuesta es pensar que es un libro sobre la juventud de los 90 y cómo a través de la música construyeron, se expresaron culturalmente, buscaron alternativas en la música, en la militancia; y ojalá, es mi deseo que llegue a un público más amplio. Está pensado también para gente por fuera de la escena (Alfaro, 2020: s/p).

Asimismo, Sanabria afianza el término Hardcore Punk para poder discutir y formar parte también de las problemáticas y de la música misma. Revela en la nota mencionada, al referirse al término, que:

Un resumen de esa idea para mí sería decir que el género solamente es la música, o sea hardcore sería tocar a determinada velocidad, determinados tonos o que la batería suene de tal manera. La movida hardcore punk es más amplia, está primero la gente que va a los recis, que apoya, están los pibes que hacen feria, la gente que escribe fanzines, la gente que saca fotos, estamos nosotros que escribimos, pensamos y por eso accionamos, y todos lo hacemos en un mismo sentido. Por eso, a pesar de que yo no toco nada, ni un acorde, soy de la movida hardcore punk (Alfaro, 2020: s/p)

Por otra parte, en la entrevista realizada en profundidad para este trabajo, inmediatamente en su relato el periodista cuenta sus inicios en la Universidad Nacional de Buenos Aires, en la carrera de Comunicación Social y el paso a los medios independientes y la vinculación al Rock. Carlos Sanabria cuenta que:

Cuando estaba a mediados de la carrera de comunicación (yo soy egresado de la UBA), muchos (de los) que empezamos comunicación pensábamos ser periodistas y trabajar en los medios de comunicación. Y a medida que va emergiendo una mirada política, crítica de la realidad y sobre todo de los medios de comunicación masivos esa idea se fumó. La independencia y trabajar en un medio masivo no van de la mano. Entonces, con un grupo de compañeros de comunicación, pero también de sociología (se sumó gente de distintos palos), armamos un medio alternativo y digital que es “Derrocando a Roca” y lo iniciamos en el 2012 y duró hasta el 2018. En el 2012 cuando arrancamos con este medio se cruzaron un montón de cosas. Si bien se escuchaba punk, también se escuchaba Eterna Inocencia, yo escuchaba Shaila y demás. Y entonces el hardcore empezó a atravesarme musicalmente. Armé “Derrocando a Roca” y justo se da el festival “Chau Roca” que hubo dos ediciones en el monumento a Roca en capital. Y en uno de ellos tocó Eterna Inocencia (Entrevista personal, 25/11/2020).

Fue en este sentido que lo paseó por la comunicación y los medios que derivó, por un deseo personal, en el armado de “Derrocando a Roca”: título más que contestatario a las elites más recalcitrantes del país, manteniendo un espíritu rockero. Carlos Sanabria además relata que:

Para mí desde esos inicios de hacer comunicación alternativa, tener el medio digital porque teníamos una página web donde subíamos artículos más la radio. Estuvimos en radio la colectiva, después en radio La Tribu tres años que son medios alternativos y comunitarios. Eso lo complementamos con una página web donde subíamos contenido, entrevistas que no nos entraban en el programa de radio. Además, después la página tuvo vida propia porque ya subíamos coberturas fotográficas, artículos de opinión, entrevistas de cualquier cuestión ligada con la identidad del medio. Para mí siempre ese sentido político de la comunicación estuvo acompañado del Punk. Nuestro programa de radio era un programa que sonaba punk, post punk y demás. Música que por ahí cuando pensás en la militancia se escucha más rock, La Bersuit, La renga, todo más rock nacional. Y en nuestro programa siempre mantuvimos esa idea punk. El germen

“Hazlo tú mismo” se da ahí porque en “Derrocando a Roca” entrevistaste a Adrián Outeda (Bandera de Niebla), Nekro (Fun People y Boom Boom Kid), a Guillermo Mármol y Roy (Eterna Inocencia), Yasser (Shaila)² (Entrevista personal, 25/11/2020).

Carlos Sanabria adopta la idea de *Hazlo tú mismo*, la misma que ha adoptado para sí mismo el Punk en los años ‘70 y también antes. De esta forma, se puede mencionar alguna coincidencia con la *Nouvelle Vague* francesa, en la cual los directores de cine que provenían de la revista de crítica cinematográfica *Cahier du Cinéma* comenzaron a realizar sus propias películas sin apoyo de ninguna entidad ni producciones grandilocuentes, sino que se apoyaban en el mismo lema. Lema por el cual se han visto películas *Sin aliento* de Godard o *Los 400 golpes* de Truffaut, legendarias y que de alguna manera han ido sembrando el germen y la explosión cultural a gran escala. Fue de tal forma que hoy por hoy muchos que se inician en el mundo de cualquier rama artística toman ese lema para comenzar y hacer conocer sus trabajos, ya sea literarios, periodísticos, musicales o cinematográficos, entre otros. En la nota de Norberto Alfaro, respecto al libro en cuestión, Sanabria manifiesta:

Años atrás, cuando su libro aún era un fanzine, se preguntaba ¿qué nos atrapa del hardcore? ¿Por qué hacemos nuestras, melodías que son inescuchables para la mayoría? La búsqueda derivó en 12 historias y 276 páginas de espíritus audaces, porque aún existen aquellxs que se cuestionan, preguntan y debaten frente a las tensiones que puedan generarse dentro de un estilo, que como ayer y hoy, sigue siendo escrito por lxs perdedores (Alfaro, 2020: s/p).

Aquí se logra advertir otra faceta de este lema: “los Perdedores”. Quienes surgen del Punk en un comienzo, surgen desde barrios bajos y urbano marginales, y la personalidad de sus integrantes está en consonancia con la idea de perdedor. No son glamorosos. Son distintos y distorsionan con el resto de la sociedad. Al momento de preguntarle sobre la cercanía del Punk y los medios digitales, Sanabria respondió que en *Hazlo tú mismo* se plantea esta cuestión, ya que hay una

² Shaila, Eterna Inocencia y Nekro pueden no compartir un parentesco musical tan fuerte, pero el emblema punk y autogestivo igualmente está presente en ellos.

generación que fue la que hizo la feria del Fanzine de Congreso que funcionó en los años '90:

Lo hicieron todas personas que hoy tienen 50 años, donde aparece Leo Rodríguez de Madre Selva que era de la banda El Cuervo Muerto. Aparece Maxi Vadalá artista, ilustrador, músico. Diego Casas fotógrafo, activista, que escribió el libro "Otros Noventa". Son personas que pensaron al Punk desde una manera política y lo llevaron en su vida de distintas maneras. A través de la música, editorial independiente, otros desde el periodismo, desde la fotografía. Lo que sentí con esa generación más grande es que hay una continuidad entre la música, el discurso y todo lo que han hecho en su vida. La feria del libro punk es una organización de este grupo. Lo que noto es que nuestra generación que se curtió con Flema, 2 Minutos, está todo más verde la cuestión política. Hay una base de odiar a la policía, pero no fue tan desarrollado el estilo pensándolo como una herramienta de transformación, haciendo una generalización absoluta. Empecé a pensar el Punk como algo transformador cuando pasé del Punk al hardcore punk ahí me encontré con las letras de Shaila, Eterna Inocencia y su discurso con la feria de los Fanzines, las ferias veganas, intervenciones en los recitales, ocupar el escenario y darle voz a los pibes que luchan por tal causa. Y eso en el Punk eso no lo vi cuando iba a ver a Bulldog, Expulsados. Ataque 77 quizás un poco, Ataque 77 tuvo otra dimensión, pero le dio lugar a H.I.J.O.S. Noto esa diferencia entre los que lo pensaron más política e intelectualmente y aquellos que lo sentían más de corazón (Entrevista personal, 25/11/2020).

Según plantea en sus dichos sobre las ventajas y desventajas de una banda con medios digitales, Sanabria afirma que al haber medios alternativos también depende de la identidad de quienes lo construyen. Lo que ha percibido es que hay distintas modas o distintos estilos que "pegan más". Y un programa alternativo y digital que sigue al rock de manera amplia, el Punk, el hardcore no es algo que está demasiado presente. "Tendría más lugar el Indie, el trap, otras expresiones musicales" (Entrevista personal, 25/11/2020). Mientras hacían "Derrocando a Roca" tenían una productora que los invitaban a rondas de entrevistas con bandas que iban a tocar a Groove: "Vos caías a la ronda y ahí me crucé con Nekro, con Mane

de Restos Fósiles. Vos llegabas y había 6 o 7 bandas y vos ibas rotando y entrevistabas a quien querías” (Entrevista personal, 25/11/2020). Allí estaban los integrantes de Mal Pasar también: “Pero eso en el Punk muchas veces lo sentía medio raro, que hace un grupo de bandas punk que te plantea la lucha dándole plata a una productora que les haga prensa, era medio raro” (Entrevista personal, 25/11/2020). Según él, el Punk conlleva lo siguiente:

Que a veces para difundirse lo que es productora, medios, prensa, es medio raro. Con los discursos de autogestión es como una presión que quizás no les permite crecer, difundir la música de la manera que quizás lo merece. A veces está mal visto, esos se vendieron y no debería ser así. A mí me encantaría que para mi libro me entrevistaran en “La Viola”, no va a pasar, pero uno trabaja y tiene el derecho a difundirlo donde quiere. A veces en nuestro estilo es medio mal visto la relación con algunos medios. Y después en los medios alternativos pasa que como es un estilo muy de nicho, no encontré medios digitales que crucen lo punk con otras expresiones. A veces te encontrás con un medio digital, habla de punk y otras expresiones, de otros temas no hablan. Entrevistamos a bandas punk, analizamos libros punk, vemos películas punk y a mí por lo menos me aburre un poco (Entrevista personal, 25/11/2020).



Carlos Sanabria (2017). En la Presentación de Hazlo tú mismo. Salas Tifón. Foto: Magui Pizarro

3.1.2. Lorena Martínez

Para establecer un contraste se ha entrevistado a Lorena Martínez, periodista de Sony Music (Entrevista personal, 30/11/2020). Al momento de preguntarle si es que ve una unión entre el Punk y los medios digitales, la periodista aseguraba que:

Yo creo que hoy en día cualquier género musical puede estar en cualquier medio de comunicación. Porque quizás antes había medios muy de nicho, o había algún programa de televisión muy de nicho donde si no estabas ahí, no había forma de ingresar, no había otro lugar donde la gente te podía ver. Hoy podés tener páginas de usuarios que empezaron quizás por un juego, un hobby, porque por ejemplo, yo armo una página online o un Instagram o un canal de YouTube que hable sobre punk. Entonces se corre la bola, y es más fácil de llegar también, los mismos de la banda pueden generar un medio también, entonces me parece que es un mucho más accesible hoy formar parte de un medio o pertenecer a algún medio, o figurar en algún medio. Aparte podés estar en un medio, en cualquier parte del mundo. Quizás hay una revista digital o un medio de comunicación que esta online, que es de España y habla de punk, y quizás llegaste también, que eso antes no sucedía. Porque las distancias eran tan largas, y la comunicación no era tan larga, eran publicaciones cortas, reducidas, entonces me parece que es más fácil poder empezar a juntar esos nichos alrededor del mundo, más sobre el Punk que es muy de nicho (Entrevista personal, 30/11/2020).

Respecto a las ventajas y desventajas de los medios digitales, entonces, la periodista aseguró que los medios digitales tienen muchas ventajas y desventajas. Según contaba:

Por ejemplo, una ventaja es que cualquier banda sea del género que sea puede estar en una lista de Spotify o puede tener su canal de YouTube, o puede estar en una lista de su propio Spotify por artistas, y estás entremedio codeándote en las grandes ligas por decirlo de alguna manera. Pero, la desventaja también, es como estas vos, estoy yo, esta él, hay un montón, y cuando hay mucho la gente se empieza a marear y queda uno perdido entre tanta cantidad de cosas. Antes, vos quizás eras una banda X, de barrio, y te escuchaba la gente de barrio, no se

me ocurre La Berisso. Es una banda que salió de barrio, y se hizo muy de nicho en el barrio. Y después bueno empezó a crecer, y se hizo a nivel nacional. Ahora vos tenés la posibilidad de que quizás vos tenés un amigo que vive en Inglaterra, por ejemplo, y le decís che, mirá, tengo una banda que está buenísima, te paso el link por el teléfono. Y ya ese link con esa canción, se empezó a escuchar en Inglaterra por un amigo tuyo, que a ese amigo tuyo quizás le gusto, que se lo paso a otro o lo puso quizás en su lista de Spotify (Entrevista personal, 30/11/2020)

Puntualmente, sobre las desventajas destacó:

La desventaja es que todo el mundo hace lo mismo, entonces la cantidad de música que hay es infinita. Entonces, tenés que hacer algo de calidad y pensar también de alguna manera una estrategia de marketing para poder acompañarlo a eso. Yo siempre digo lo mismo, de nada sirve tener un muy buen tema, si te gastaste todo en ese tema y no pensaste en una inversión para que ese tema lo agarre alguien y te diga, esto está acá, es esto. Entonces, me parece que tiene que ver con una conjunción de situaciones que tienen que ayudar, porque si no termina cayendo en una bolsa, con un montón de otros temas, que aparte van saliendo con una velocidad. Por ejemplo, los viernes que son los días de lanzamientos, la mayoría, por cada compañía discográfica pueden llegar a salir, 15 temas nuevos, por semana, por compañía. Y aparte a eso le tenés que sumar, todo lo under que quizás no están bajo ningún sello discográfico, que también salen un viernes, o quizás son más pillos y salen un miércoles, o un martes, o un jueves, como para no salir pegado con ese malón (Entrevista personal, 30/11/2020).

Otra de las preguntas se enfocó en si consideraba que las bandas buscan estos espacios en medios digitales porque quizás los tradicionales no les dan ese lugar. Martínez respondió:

Y lo que pasa es que los tradicionales hay cada vez menos, eso es una realidad. A ver, revistas en papel poco y nada. Radio, es muy difícil encontrar por ejemplo una radio que hable de punk, puntualmente. Y si hay, habrá uno o dos programas,

ni siquiera la radio, programas. Y después la televisión, vos fijate que lo que se publica, no sé, en canales de música, vos podrías apuntar al programa del canal de música, y después noticieros y todo eso es muy difícil, va por otro lado la noticia. Tenés que ser un Ricky Martin o tenés que ser un artista muy de renombre que ya traspase la noticia, que el artista sea tan grande que ya lo que haga es noticia igual, haga lo que haga. Entonces, me parece que en los medios tradicionales lo que hay que hacer es también buscar el foco, es buscar a ver en donde esta ese nicho y tirar esa bala ahí. Por eso te digo, que hay que hacer un buen estudio de mercado. O sea, si uno quiere pertenecer a los medios tradicionales o digitales tenés que tener un buen estudio de mercado y decir bueno este es el estilo de música que yo hago, a ver que hay parecido. Siempre también, mirar al costado, a la competencia hay que mirarla siempre (Entrevista personal, 30/11/2020).

Con relación a los formatos que se van transformando con el tiempo junto con la información, Martínez constataba que no había un lugar específico antes tampoco. Ya que, anteriormente:

La música la escuchabas en la radio, o la escuchabas en un disco que te lo comprabas, o en su momento, te copiabas el link de mp3 y te lo llevabas a tu discman o lo que tuvieras y volaba por ahí. Los videos los veías por los videos tradicionales. Yo creo que en realidad ahora hay como una cosa mucho más amplia, y mucho más móvil que eso también está bueno. Vos antes, no sé, querías ver un especial de un artista, y tenías que sentarte enfrente de la tele y esperar que pasen, comerte toda la publicidad y ahora vos si queras hasta el medio digital es on demand. Porque vos decís “uh me olvide, en qué horario era” y retrocediste para atrás y lo volvés a ver. O lo ponés a grabar y lo ves cuando podés. Me parece que ahora se consume mucho más que antes, cualquier tipo de música y todo. Porque quizás ahora, antes éramos expertos en algo, y ahora no expertos, pero sabemos de mucho. No sé, antes vos escuchabas de punta a punta el disco de los Guns n Roses y sabías que el tema 1 era este, que el tema 2 era el otro. Y ahora vos sabés que 20 artistas distintos, de distintas generaciones o de distintos géneros sacaron un tema el viernes pasado. Que

antes no lo sabías. Yo creo que ahora también hay menos fanáticos. Porque hay tanta cantidad de música distinta, y tan fácil de acceder, que a uno termina gustándole muchas bandas al mismo tiempo. Antes te gustaba una banda, y no me toquen a mi banda, y ahora está la posibilidad de “che, mira qué bueno esto” y también está la posibilidad de decir este tema estuvo bueno, el tema que sacaron la semana pasada no está tan bueno. Uno se volvió un poco más crítico, porque tiene una amplitud musical mucho más amplia (Entrevista personal, 30/11/2020).



Lorena Martínez (2020) Foto: https://twitter.com/lore_martinezok

3.1.3. Nicolás Igarzábal

Nicolás Igarzábal ("Cemento, el semillero del rock", 2015; "Más o menos bien", 2018) es licenciado en periodismo y es colaborador en diversas revistas del medio como Rolling Stone Argentina. Por su parte, él no considera que el Punk y los medios digitales puedan estar vinculados realmente, debido a que ya no es un género tan popular:

Al Punk lo veo poco presente en los medios digitales porque es un género que hoy en día no está muy de moda como en los '90 o principios de los 2000. Lo veo como un género más, como una variante más dentro del pop, el metal, el trap o el rap, que es de lo que hay más noticias todo el tiempo. Dentro de eso, al Punk lo veo con poco protagonismo, no es un género en alza, no tiene bandas nuevas, no la está pegando afuera, tampoco están viniendo muchas bandas. No es un

género que esté de moda hoy en día, no digo que murió, solo que solamente bajó un poco la marea. Son cosas cíclicas. Tienen poco protagonismo en los medios, pero porque no hay muchas noticias para dar, no tienen la culpa los medios. Al punk lo veo con poco espacio. Tiene poco para contar en los medios, poca novedad, poca noticia (Entrevista personal, 02/12/2020)

A su vez, en la entrevista realizada, Igarzábal afirma que los medios especializados en el Punk son escasos o nulos, puesto que el Punk ya no tiene el protagonismo que antes tenía. En comparación con el pasado, Igarzábal cuenta que, en realidad, las bandas punk siempre fueron bastante marginadas. En este sentido, no le sorprende que hoy no tenga llegada en los medios masivos de comunicación:

El punk en su esencia no busca ser grande, masivo ni estar ahí, digamos. Es un género que es bastante marginal. Cuando pasan esas cosas muy de moda es porque hay un error de la Mátrix, algo medio inesperado. Una banda que la pega afuera como Green Day o Blink 182 que fueron fenómenos aislados y no muy Punk de rebelde, sino un Punk más comercial, que también está bien. Si te centras en los 2000 en adelante, nunca tuvo mucho espacio el Punk, ni el Heavy. Tienen sus propias revistas o su propia web, pero le hablan a poca gente siempre, es algo muy reducido. La verdad busca ser eso, no es que quiere ser popular y no lo logra, no es que quiere tener mucha prensa y difusión y no lo logra, es un espacio reducido. En su momento en la Rock & Pop salían bandas punk. No salen cosas punk todo el tiempo en los medios ni salían antes. Los medios tuvieron su "cuota" de Punk, de Heavy, y todo eso, pero nunca fue tan relevante. Si no está de moda a ningún medio le va a interesar tanto, porque ven que no tienen potenciales lectores. En cambio, el trap y el rap que están tan de moda, te va a repercutir mucho más la cantidad de lectores o la cantidad de gente que te compra la revista en papel (las pocas que salen) y un rebote a las redes sociales. El punk es el nuevo tango (Entrevista personal, 02/12/2020).

Esto también lo relaciona con la cuestión del público joven. Al no ser hoy en día un género popular, las canciones clásicas del Punk tienen, para las nuevas generaciones, mensajes obsoletos: "por ahí un pibe de hoy es difícil que se identifique con algún tema que hable de la Dictadura o la Guerra de Malvinas y no

les pega tanto como un tema de Wos” (Entrevista personal, 02/12/2020). El Punk del pasado le hablaba a la generación en la cual se gestó, pero no a la de hoy. Asimismo, si bien el público del Punk siempre va a estar presente, nunca va a ser algo masivo, sino más bien algo marginal y del under, aunque las letras y los mensajes se actualicen.

Respecto a los medios de comunicación, el periodista piensa que los medios digitales como las redes sociales o plataformas de música como Spotify son canales óptimos para que cada banda se comunique de manera directa con su propio público y ampliar su rango de alcance. En esta línea, los medios de comunicación tradicionales como canales de TV pierden un poco de relevancia: “cada banda es su propio medio” (Entrevista personal, 02/12/2020). Considera que los medios hoy tienen otras funciones, como recomendar o informar ciertas cuestiones, pero ya no en orden de exclusividad, puesto que todo circula en la red. Desde esta perspectiva, la autogestión va de la mano con los medios digitales, y los canales independientes o de las mismas bandas pueden tener mejores efectos en la difusión, esto respecto al Punk:

Tener un medio, revistas independientes que tienen espíritu Punk, en el sentido autogestión, tendencia, el famoso “Do it yourself”. El Punk, si le sacas la música, se reduce a ese espíritu y te queda la rebeldía, las ganas de hacer cosas sin sponsor. Eso sí lo veo en algunos medios que hacen festivales, los que arman un sello, los que consiguen un boliche para bandas y arman su propio Centro Cultural. Salón Pueyrredón, por ejemplo. En ese sentido sí lo veo al Punk vivo con el espíritu “Hazlo tú mismo”. Pero no necesariamente tiene que ser Punk, también puede ser independiente siendo metalero, siendo Indie. En ese sentido sí lo veo aplicado a los portales como *Anfibia* que es independiente, o *FutuRock* que es una radio independiente con su propia colección de libros, que hacen podcast, festivales. Veo reflejado el Punk, no en la música, sino en el espíritu “Hazlo tú mismo”. Mi conclusión es que lo que más hay son medios independientes que apuntan un poco a romper con los medios tradicionales, como Clarín, Infobae o La Nación (Entrevista personal, 02/12/2020).

Con base en estos planteos, Igarzábal afirma que, en la actualidad, sí o sí debe producirse contenido digital para las redes sociales. Caso contrario, no se tiene alcance o, incluso, existencia. Las bandas también apuntan a lo digital, sin pensar en los medios tradicionales de comunicación como lo es el diario: “Las bandas hoy en día apuntan más a lo digital, con YouTube, Instagram, sorteos, promocionando sus shows con flyers. Generan contenido directamente para sus redes y los shows que hacen por Streaming también” (Entrevista personal, 02/12/2020).

Igarzábal, a su vez, considera que las bandas jóvenes se identifican con los medios digitales por una cuestión etaria, puesto que la mayoría de los integrantes son nativos digitales que crecieron con la música ya en formato virtual y no físico como el CD o el casete. Contrariamente, aquellas bandas Punk con más de 20 años de trayectoria, se ven obligadas por la industria a insertarse en el espacio digital, aunque tengan miles de seguidores. Sin embargo, los contenidos que producen difieren mucho de aquellas bandas pop o de los traperos: “cada tanto suben un posteo o un video como protocolar, suben lo que hay que subir, pero no se dedican ni le ponen la garra que le pone un pibe del trap” (Entrevista personal, 02/12/2020). Finalmente, también considera que con el avance de Internet y los nuevos medios digitales, el monopolio de ciertos medios se ha roto. Igarzábal concluye que:

Se rompió ese monopolio, se rompió ese cerco. Se democratizó desde el principio del Internet en el 2000, pero con las redes sociales más. Primero con Fotolog y con Blog tenías tu propio espacio (no eran medios, pero tenías tu espacio). En los Blogs podías escribir de lo que vos querías, tus notas. Eso de tener tu propio espacio en el ambiente periodístico con dos o tres clics. Después la otra cuestión de que te lea más gente, eso es otra cosa, o tenías que hacer tu propia revista abrochada con la abrochadora. Hoy en día con tres clics te armas una cuenta y un pequeño texto sobre un show de los Ramones y hablas de eso en tu canal de YouTube, hablás si querés todos los días de los Ramones. Las chances que tiene la gente de hoy en día es increíble, hubiera estado bueno tenerlo siempre (Entrevista personal, 02/12/2020).

Sin embargo, a pesar de estos beneficios, para Igarzábal esto también tiene una gran desventaja, que puede pensarse que la cantidad importaría más que la calidad:

La cuestión mala es que está todo tan atomizado. Esta chance de que cada uno tenga su propio espacio, que después es muy difícil que uno se destaque, que prevalezca uno entre tantos streamers o twicheros. Es difícil sobresalir entre tantos y antes bien o mal, tenías los medios tradicionales y nada más, ahora tenés infinitos y la información nunca termina, es una gran cadena de alimentación. Quizás la información ahora está peor, va perdiendo calidad, cada vez más resumido. Pensá que Instagram, más allá del IGTV, tenés videos de un minuto, las historias 15 segundos, cada vez es más chiquito (Entrevista personal, 02/12/2020).



Nicolás Igarzábal (2020) Foto: <https://twitter.com/espíriturock>

3.2. Centros culturales

3.2.1. Chinaski Biblioteca Popular

En González Catán (La Matanza, Buenos Aires) existe una biblioteca popular llamada Chinaski. Se entrevistó a Carolina Llanos, una de sus integrantes para que relate acerca de ella y de cómo impacta este espacio en la vida cultural de las personas del lugar. Ha hecho referencia a que la biblioteca surgió ante la necesidad de un espacio cultural. González Catán es una ciudad y un pueblo al mismo tiempo: hay un Siamse, cinco cementerios, uno de autos, y mucha contaminación. Pero existe una situación de carencia importante, no solo en lo material sino también en lo cultural. Llanos detalla:

Tenemos un solo teatro que es privado, no accede toda la comunidad al teatro, no hay bibliotecas. Se abrieron profesorados a los cuales yo soy alumno de arte del instituto 6 y la tercera sede del Leopoldo Marechal, en el 56 yo soy alumna de bibliotecología y en la mare soy alumna de teatro. Cuando yo entré a estudiar bibliotecología tenía 18 años en el 2015, encuentro que no hay bibliotecas para hacer mis prácticas, entonces ya venía esta idea, se estaba gestando un espacio cultural de mis viejos y mis compañeros, toda la vida estuvieron haciendo cosas, mis compañeros tienen una agrupación que se llama la JAC (Juventud antifascista Catán) y mis viejos tenían un proyecto llamado madriguera. Se fusionan esos dos proyectos para querer hacer un espacio cultural para Catán. Si bien hace muchos años que nos venían de forma itinerante, en plazas, en lugares que nos prestaban y además, era como poner en un lugar el físico y por sobre todo difundir las bandas punk, los artistas ya sean teatrales, o sean visuales, bueno musicales claramente, la poesía que es algo que no se difunde mucho también y también encontrar un espacio para las infancias (Entrevista personal, 30/11/2020).

Si bien ella y su familia viven en González Catán, y consideran que hay diversas opciones para explotar el lugar, la gran mayoría deben trasladarse a otras ciudades por diversas cuestiones (laborales, comerciales, educativas, etc.). Es por ello que, a partir de repensar en las posibilidades del lugar, surge la idea de la biblioteca, también por los estudiantes de Bibliotecología, porque no había un lugar para hacer las prácticas. De esta manera, empezaron a averiguar alquileres para obtener el espacio óptimo, pero todo superaban sus sueldos, ya que “somos todos obreros y no tenemos como para estar pagando el alquiler extra” (Entrevista personal, 30/11/2020). Entonces se propuso un sitio en su casa que poseía un patio grande y podía ser aprovechado por la comunidad de González Catán. De esta manera iría surgiendo la Chinaski. El relato Llanos prosigue:

Surge ante una necesidad que obviamente el estado no está presente, está ese hueco, esa falta, entonces lo tenemos que empezar a gestionar y a crear. Después, bueno en primera instancia era como un espacio cultural para las bandas en primer lugar, siempre se pensó eso en la difusión de las bandas, en

segunda instancia en los artistas de otras ramas, ya sea en fotografía, chicos que pintaban cuadros, o personas que tenían obras de teatro ahí dando vueltas, y en tercer plano la biblioteca. Después la idea de biblioteca se devora todo y empezamos a convivir, al estudiar bibliotecología me encontraba con la realidad de una biblioteca silenciosa, cerrada solamente estructura y nada más, entonces dije yo no quiero esto porque creo que para atraer a usuarios a la lectura y demás se necesita de otro tipo de cosas. Entonces la Chinaski rompe con toda la estructura esa de biblioteca estructurada, cerrada, silenciosa, y entre libros tocan bandas, entre libros exponen obras de teatro, entre libros leen poesía y tratamos de hacer eventos que no sean solamente la banda y nada más, sino que se mezclan en otras cosas, que se mezclan intervenciones visuales, entre intervenciones teatrales, con intervenciones de lecturas, y que todo con viva (Entrevista personal, 30/11/2020).



La Chinaski (2019) Logo: facebook.com/bpchinask

3.2.2. Centro Cultural Metamorfosis Suburbana

El Centro Cultural Metamorfosis Suburbana está ubicado en la ciudad de Monte Grande, Buenos Aires. Fue inaugurado en enero del 2004, pero el proyecto empezó a gestarse un año antes. Empezaron en un local pequeño, hasta que en el 2006 se mudaron frente a la Estación de Monte Grande. Hasta el 2017 funcionaron ahí, pero en el 2018 funcionan en la calle Salta 308. En sus comienzos eran solo cinco o seis personas, que idearon el nombre pensando en la transformación cultural y el crecimiento que buscaban, y lo de suburbano porque no están ni en una ciudad ni

en un espacio rural. La entrevista fue realizada a uno de sus integrantes, Gabriel Camera. Relata que el espacio nació como un acto de rebeldía para darle espacio a las bandas under, pero también con intenciones de mejorar la comunidad, por la falencia de espacios culturales y la escasez de actividades o talleres que había en la zona. Asimismo, cuenta que en los inicios del Centro Cultural las redes sociales y los medios digitales no formaban parte de su accionar, sino que difundían sus actividades de otras maneras:

En ese momento usábamos muy pocas redes. Creo que lo que teníamos era un mail y después era todo volantes y afiches. Hacíamos una cantidad tremenda de afiches y volantes, todo el tiempo. Recuerdo que teníamos como una dinámica de salir a pegar afiches tres veces por semana seguro, y no era sólo la zona de Guillón, Monte Grande, Jagüel, Ezeiza. Nos íbamos hasta Lomas, Temperley, Burzaco, Adrogué, toda la zona sur. Y después íbamos a todos los recitales, festivales, movimientos que había a repartir volantes a la puerta. Teníamos una gran dinámica en ese momento pero desde el volante y el afiche, con contacto directo. Después a través de eso la gente nos empezaba a escribir al correo electrónico y lo revisábamos una vez cada tanto, y después por ahí teléfono, pero ni siquiera tenemos teléfono ahí, nos llamaban a nuestras casas, poníamos los teléfonos de nuestras casas. A veces llegábamos y teníamos mensajes ahí grabados y empezamos a contestar. Así nos manejamos durante un buen tiempo y ahora creo que es otra cosa. Ahora nosotros el año pasado hicimos un cierre de año y como que hicimos una impresión de todos los afiches que se habían diagramado para exponerlos, pero fue como parte de una exposición. Hacemos algunos volantes de algunas cosas, pero es ínfimo comparado con aquel momento. Sí, es todo redes, vídeos, fotos, flyers, todo el tiempo pero más digital (Entrevista personal, 01/12/2020).

Desde esta misma perspectiva, Camera cuenta que el Centro fue siempre un espacio autogestionado, tanto las bandas que allí tocan como las actividades o emprendimientos que se llevan a cabo en el Centro. Para los participantes del Centro, la autogestión es central y creen en la posibilidad de la autosuficiencia, y lo bueno de este espacio es que les permite un poco eso, como ser más libres y

desarrollarse en lo que hacen. Por eso recalca la importancia de que todos los participantes sumen al espacio para solventar y generar recursos para sostenerlo, para su continuidad y prosperidad. Asimismo, Camera afirma que las redes son centrales en la actualidad para la difusión de estas cuestiones, y también para mantenerse más comunicados o transmitir contenido. Sin embargo, considera ciertas desventajas, tales como la falta de explicación o la inmediatez, en el sentido de que se consume todo a gran velocidad, y que lo publicado cobra más relevancia que la realidad misma. Asimismo, considera que solo muestran “partecitas”, que no hacen al todo del Centro Cultural. Respecto a las bandas que tocan y participan en el espacio, Camera considera que con las redes hay más acercamiento. En sus palabras:

En realidad siempre hubo bandas más que nada que se identifican con el espacio y colaboraban desde muchos lugares. A veces incluso ayudan a armar el espacio o colaboran cada vez que sea falta algo, o alguna fecha beneficio para algún lugar (...) Después por ahí están esos músicos que solo buscan espacios para tocar, pero bueno, es parte también de lo que se va construyendo. Yo creo que la mayoría de las bandas y los músicos que pasan por el espacio o artistas del tipo que sea son como conocidos de años, amigos de algunos de los chicos de alguna otra actividad o de otros espacios y que conocen un poco la idea del espacio. Entonces eso hace y dinamiza mucho más, hace que se sienta un compromiso mucho más con el espacio y con lo que se va haciendo y la idea que tenemos en camino de armar un espacio mucho más contenedor. Creo que en eso tratamos de ir elaborando todos colectivamente. Cuesta un montón, pero creo que es el desafío que tenemos en este momento (Entrevista personal, 01/12/2020).

Específicamente con el público joven, Camera afirma que varía mucho dependiendo de la banda y su estilo de música. Las bandas Punk o hardcore atraen a los jóvenes pero no adolescentes, aunque el público es variado. Las redes sociales han ayudado a diversificar los grupos y a amplificar las comunicaciones. Camera considera que Facebook es utilizado por la gente más grande, e Instagram por los más jóvenes. Hoy, Metamorfosis Suburbana sigue creciendo como Centro Cultural

y un espacio abierto a la comunidad. Desde un surgimiento rebelde y solidario, Camera cuenta que los espacios con estas características toman muchas responsabilidades (sociales, culturales, ambientales), que buscan solventarlas en pos de beneficiar a la comunidad en la que se insertan.



Metamorfosis Suburbana (2020) Logo: facebook.com/ccmetamorfosis

3.3. Sello discográfico: Por el cambio Récord

Con el pasar del tiempo los formatos para escuchar música fueron variando, de la música salida de discos de pasta, el LP en vinilos, los magazines de poco éxito, los casetes –hoy 2020 renovados, en un sector de los melómanos-, los discos compactos o CDs, el MP3 desde la PC y band camp o plataformas como YouTube o Spotify para escuchar *online*. Básicamente ese el recorrido de la música “física”, de los formatos y sus variaciones. Ahora bien, siempre estuvieron atentas diversas empresas discográficas para producir, distribuir, etc., a los artistas en los cuales ellos creían, ya que veían potencial comercial en los mismos. En el pasado, los discos se distribuían en las disquerías y eran producidos por unos pocos. Con el tiempo eso fue cambiando y en los ‘70, año emblemático para la cultura occidental, como se ha visto hasta ahora, comienzan a emerger diversos sellos independientes que mantenían una impronta anti comercial ligada al punk rock y el post punk. Con el pasar de los formatos aún siguen sobreviviendo un puñado importante de sellos discográficos en Argentina, sobre todo aquellos independientes o “indies”. Tanto en la escena porteña como provincial se observan puestos de casetes y discos en los shows menos concurridos, como manera de vender su material y poder solventar sus gastos. A partir de esto, se ha llevado a cabo una entrevista con Mariano, un integrante del sello discográfico *Por el cambio Récords*, quien, respecto a los

formatos y la variación, a modo de introducir en la temática de los medios digitales, ha expresado:

En el Punk antes conocíamos una banda por su casete, sus primeros demos o grabaciones o ensayos aparecían en ese formato. También los primeros compilados. Después muchos CDs, como sello nos llega mucho material de nuevas bandas mostrando lo que hacen. Era algo artesanal y dedicado. Ahora con YouTube podés subir todo, es gratis y se lo mandas a los demás en un link, es más práctico y fácil y está buenísimo, llegas a todo el mundo gratis. Ahora es todo digital y existen muchos estudios “caseros” de calidad, por ahí no para hacer un disco oficial, pero sí para primeras grabaciones o demos. Igual las canciones son las canciones y nada garantiza que esté bueno y a la gente le guste lo que hacés. También la facilidad al poder hacerlo hace que haya una sobreoferta, pero mejor que sobre antes que falte creo (Entrevista personal, 13/12/2020).

Al momento de preguntarle acerca de la posible existencia de desventajas para las discográficas con relación a la irrupción de estos medios, Mariano expuso que:

Al principio sí, en ese proceso entre la monetización de lo digital que no existía y la baja en la venta en el formato físico. Pero fue un plazo corto. Ahora podés tener todo el catálogo ordenado y subirlo de una tanda en todas las plataformas, y estas te pagan según la cantidad de escuchas que tenga cada artista. Y al mismo tiempo llegar a todo el mundo, y al que le interese venderle el CD, casete, vinilo, linkearlo a tu web para adquirir merchandising etc. Cambió el negocio y no es malo, hay que adaptarse y trabajar (Entrevista personal, 13/12/2020).

En general, en estos sellos lo que prima es la autogestión, por lo tanto deben estar preparados para no recaudar tanto como desearían, pero sin embargo están por el hecho de editar. A la hora de preguntarle qué tan autogestivo era su manera de producir, Mariano afirma:

100%. Todos nuestros proyectos son autogestionados y en conjunto con el artista. Y vendemos directo al público o por medio de otras distribuidoras independientes. Con el tiempo algunas bandas pasaron al mainstream o grandes sellos y distribuidoras y está perfecto, cada uno elige su camino ante las

oportunidades que van surgiendo, De hecho, con varias hemos vuelto a trabajar. Pero nuestra experiencia las veces que mandamos discos a las cadenas, como Musimundo o Tower, fueron pésimas, básicamente porque ellos cerraron y no nos liquidaron en tiempo y forma. Cuando el negocio no funcionó más se pusieron a vender licuadoras u otra cosa, y nosotros seguimos sacando discos, por eso ahora somos más cuidadosos con ese tema (Entrevista personal, 13/12/2020).

Mariano del sello *Por el Cambio Records* advierte que las redes sociales como Facebook o Instagram le han traído grandes beneficios, ya que se manejan sin Community Manager y es un sistema sin costo y de gran alcance, con lo cual siempre ha sido una herramienta para ellos. Aunque también asegura que:

Hacemos muchas pautas pagas en Facebook e Instagram anunciando preventas o lanzamientos o shows y está tan bien pensado que nos dejan apuntar a la gente de la edad y estilo que le pueda interesar. Es “usar” pagando el sistema para mostrar lo que hacemos (Entrevista personal, 13/12/2020).



Por el cambio Records (2020). Logo: <https://www.xelcambiorecords.com.ar/>

3.4. Los músicos

3.4.1. Nazareno Carrieri de Esencia Punx

Se estableció contacto con Nazareno Carrieri, el cantante de la banda Esencia Punx. Por consiguiente, se ha llevado a cabo una entrevista en profundidad con él para obtener una visión desde el punto de vista del músico sobre esta escena. Pero, por sobre todas las cosas, para responder a la cuestión principal que atañe a este

trabajo, como lo es la relación entre el Punk y los medios de comunicación digitales. Sobre esto, Carrieri detalló:

En sí, ni al punk ni al rock en general le queda otra que unirse a los medios digitales porque es una forma más fácil de llegar a las personas o a la gente. Antes lo que manejabas era todo de boca en boca. Las bandas como La Renga o los Redondos en el caso del Rock and Roll siempre vos cuando te enterabas de algún recital en los '90 o para esa época, para fines del 2000 todo se transmitía de boca en boca, de persona a persona: "uh mira tocan los redondos en Obras". Hoy las redes sociales o las plataformas digitales como Spotify, YouTube y un montón más que hay, hacen que las bandas pequeñas como nosotros, las bandas *under*, tengan un poquito más de alcance que era lo que no teníamos antes, porque era más difícil hacer un boca en boca de una banda que no es tan conocida que de una banda grande que ya tenía su trayectoria. Lo que hace las redes sociales es eso, y aparte comunicarte con otros países con bandas que vos nunca pensaste que iba a fluir. Nosotros estamos grabando el disco y por ejemplo ayer presentamos el tema con los chicos de Difonía de Perú, que es una banda re grossa allá, y eso capaz que antes no lo tenías porque no había esa forma de poder comunicarte a distancia y las redes sociales te dan eso, no solo a nivel nacional, sino a nivel ya más latinoamericano, comunicarte con otras bandas o darle más difusión a lo que vos haces (Entrevista personal, 20/11/2020).

En referencia a la autogestión, el entrevistado afirma lo siguiente: "la autogestión es que vos hagas tus propias remeras, que vos grabes tu propio disco y todo sale de la banda, acá no vino ningún sello (que a mí no me cabe igual y por más que en algún momento la banda crezca y me ofrezcan pertenecer a algún sello, es algo que ninguno de la banda comparte porque nosotros vamos por otro camino que es el de la autogestión)" (Entrevista personal, 20/11/2020). Se agrega, respecto a esto, las siguientes cuestiones a tratar: ¿la autogestión y los medios van totalmente de la mano para vos? ¿la autogestión ayuda a visibilizar a los músicos? A lo que Carrieri respondió:

Ayuda mucho a visibilizar a los músicos. Igual depende del músico, hay muchos que no quieren ser visibilizados y hay músicos que sí. Hoy vende el visual, todo

esto a la gente le gusta, que el músico salga, que hable que haga cosas... uno tiene que adaptarse a las cosas que hoy funcionan entonces está bueno explotarlo. Con respecto a la autogestión y los medios es algo relativo. Pueden ir de la mano porque hoy vos, por ejemplo, sos un local independiente, una chica que hace sus propios vestidos y los vende a través del Instagram y eso es autogestión a su medida. La chica labura con su autogestión y lo transmite por las redes sociales o por los medios. Van de la mano, no queda otra y también eso ayuda a la autogestión a promoverse de otra manera. El otro día Guille de Eterna Inocencia hizo una entrevista con unas chicas y también ellas lo que hacen es todo autogestionado y van de la mano (Entrevista personal, 20/11/2020).

Como se ha mencionado, todos los formatos de medios de comunicación como la televisión o la radio así como un mp3 o un compact o Netflix, todo fue mutando. Con relación a estas cuestiones, el cantante de Esencia Punx expresa:

Antes era mucho la tele, salían las bandas que ya tenían cartel o en el diario. Eran siempre las mismas bandas que copaban todo. Hoy así de la nada, ves a un pibe como Wos o (por tirarte otro estilo), el trap que vos decís quién es y de repente es recontra mil masivo y el chabón se hizo así por las redes sociales. Vuelvo a decir, antes era más difícil para las bandas como nosotros (porque también es una realidad que en la música a veces si tenés plata y estás apadrinado por alguien, la pones y también te ayudan a subir, es como todo), pero en esa época era así, es como hablar de los medios hegemónicos, estaba para ciertas bandas y las bandas que no tenían lugar la tenían que remar y era muy difícil, por eso el Punk siempre fue muy under porque nunca tuvo y nunca se enganchó con el tema de la publicidad, es muy reacio a hacer ese tipo de cosas (Entrevista personal, 20/11/2020).

En cuanto a las diferencias, ventajas y las desventajas con los medios de comunicación digitales se le consulto acerca de los medios de comunicación digitales y si estos traían sus desventajas. Esto fue respondido de la siguiente manera:

No. Para mí, los medios digitales son buenos, para mí tienen todas ventajas, no le veo desventajas al medio digital. El que dice que tiene una desventaja con el medio digital es porque (acá te voy a meter en la polémica, o sea te tiro algo que capaz no tiene nada que ver. Es como el que está a favor de la ley del aborto y el que no está a favor) yo creo que es una cuestión de que uno tiene que madurar mentalmente y con eso madura la sociedad, como madura con un aborto legal y seguro porque una chica si quiere abortar lo va a hacer igual y que lo haga en la clandestinidad o no, es lo mismo. En la música pasa lo mismo, tiene que madurar porque las cosas evolucionan y vos tenés que evolucionar con el mundo. Las redes sociales están y vos tenés que usarlas para crecer musicalmente. Uno trata de no meterse en lo comercial, siempre lo digo, uno hace la música porque le gusta, porque lo ama, porque lo siente, pero ayuda a que más gente vea lo que vos haces y trabajas con tanto esfuerzo, simple (Entrevista personal, 20/11/2020).

Con relación a los medios digitales, asimismo, surgió el tema de las cuestiones respecto de las edades que conforman el público del Punk, ya que muchos jóvenes hoy en día pertenecen más al ámbito del trap como género emergente que a muchos otros géneros rockeros como el Punk o el hardcore. Según el cantante de Esencia Punx:

Yo, sinceramente, el Punk veo que tiene que empezar a renovar un poco. Yo veo que en el Punk no hay tantos jóvenes. Veo que de 25 para arriba escuchan este tipo de música. Como siempre lo digo, aunque muchos me insulten, que el trap decían que era el nuevo punk por el tema de las letras anti política, anti policías, letras con connotación social. Pero bueno, está en uno también tratar de hacer algo nuevo y hacer que ese público joven se meta en la movida del Punk. Si están en el trap y las letras le gustan, por qué no meterse en el Punk. Yo creo que por eso también el Punk se tiene que renovar y también tiene que dejar un poco la estructura, porque ya las estructuras no sirven para nada, lo han demostrado todos los estilos de música que ya no te conviene encasillarte en un estilo sino en crear un propio estilo y laburar con eso (Entrevista personal, 20/11/2020).

Cuando se le preguntó en relación con esto último si Esencia Punx produce contenido pensando en los medios digitales y no tanto en los tradicionales, el músico respondió que:

Si, nosotros hacemos eso. Lo subimos directamente a las redes sociales y ahí vemos las repercusiones que tienen, es más, Spotify tiene un contador de cuanta gente te escucha, de los barrios y países que te escuchan y es como también vos tener una noción de donde se escucha la banda o de cómo está funcionando lo que vos hiciste, o sea que también te da esa herramienta de vos saber en qué barrio te escuchan más, en que lugares está sonando mejor la banda. Para mí sí, sin dudas que es primordial subir lo que vos haces a las redes sociales porque hoy es la manera de que el músico llegue. Ya no está más el ganar vendiendo un disco, todo eso se perdió, aunque hoy se estila de hacer un vinilo, pero lo hacen las bandas grandes porque sale mucha plata, para las bandas under hacer un vinilo es complicadísimo porque no te dan los números (Entrevista personal, 20/11/2020).



Esencia Punx (2020). Disco: "Esencia de lucha".

3.4.2. Luciano Catania de 4 Rockas

Luciano Catania es el bajista de la banda 4 Rockas. En la entrevista personal se habló sobre la unión entre esta música, el under y los medios digitales. Catania

planteó que son elementos que deben relacionarse entre sí, puesto que el mundo está cada vez más digitalizado:

Hoy en día toda la información va por medio de estas redes sociales o portales o plataforma de distribución musical como es Spotify, YouTube, fanzines online, blogs en medios digitales. Considero que tienen que estar de manera porque hoy en día es por donde se está yendo. Se difunde online, comparado con antes que por ahí era por radios. Igual, si bien hoy se sigue haciendo, se evolucionó de manera superior con todo esto de la digitalización (Entrevista personal, 19/11/2020).

De esta manera, las bandas se ven enlazadas con los medios digitales, debido a que es el principal medio de difusión, tanto de información como de contenido en general. Catania comenta que actualmente es la única manera que están utilizando para darse a conocer y para transmitir su música. De igual manera, la banda es bastante nueva, por lo que no ha conocido el mundo no digitalizado. En esta línea, Catania confirma que hay muchísimas diferencias con lo que sucedía antes, pero que en esto encuentra cuantiosas ventajas:

Creo que diferencias hay varias, pero a su vez, como hay diferencias, también noto que hay muchas ventajas. Por ejemplo, la llegada de una banda under argentina es ilimitada, puede trascender los límites de cualquier frontera de un país gracias a todo lo que es la telecomunicación, y principalmente a lo que es Internet, ya que lo puede escuchar una persona, en China o en Australia. Esa es una de las grandes ventajas con respecto al pasado. Cuando hablo del pasado, estoy hablando de antes del 2005, 2008, antes de que Internet se masificara un poco más. Porque consideramos que en YouTube, por más que nació en 2004 o por ahí, no había mucho material subido. Por más que es un medio digital, todavía no se usaba mucho. Todavía se seguía utilizando las plataformas físicas, como el cd o el casete. Esa es una de las diferencias que también se fortalece entre antes y ahora. Hoy todo esto es digital. Después, el temas de las revistas, las fechas, se comentaba que iba a tocar tal banda, porque, si bien Internet existía, muchos no teníamos esta posibilidad y te enterabas de esa manera o escuchando la radio. Principalmente creo que rescato eso: la forma en la que hoy

en día se puede hacer llegar a la gente todo el material que una banda puede editar, la difusión por los portales electrónicos y cómo se fue dando compartir el material hoy en día, es Spotify, ya no tenés que andar con una copia física para poder escucharla digitalización (Entrevista personal, 19/11/2020).

En cuanto a las desventajas de los medios digitales, Catania considera que en la actualidad no las hay. Hace 20 años atrás, dice, todo era más difícil, y en cambio hoy, incluso con el formato de Streaming, los medios digitales favorecen a la difusión de las bandas. Respecto a la autogestión de estas cuestiones, Catania plantea que depende de uno el alcance y llegada que pueda tener en las redes, que una banda debe trabajar para ser fieles a sus seguidores y apoyan la autogestión. Con su banda prefieren grabar y producir en estudios independientes para que estos espacios sigan en pie y que los involucrados puedan seguir trabajando. Asimismo, con el diseño gráfico de sus discos y material diverso también eligen trabajar con diseñadores a menor escala y no con grandes gráficas:

Siempre ayudando al otro y ellos nos ayudan a nosotros, no nos matan con los precios, podemos modificar lo que queramos. Tiene muchas ventajas, está muy bueno todo lo que es la autogestión porque no dependés de nadie, dependés de vos y de las posibilidades que vos tengas, siempre hay a dónde acudir, o alguien que pueda dar una mano con algo, eso siempre está presente. Si sos alguien que más o menos te movés en el ámbito, vas a conseguir los contactos más adelante, hablando con unos o con otros se van haciendo. Te puedo asegurar que hay muchísima gente que se dedica a trabajar de manera independiente. La verdad que va muy bien, me gusta más. Inclusive el disco que tenemos fue hecho de esta manera, uno nos hizo la grabación, otro amigo nos hizo todo lo que es la parte gráfica con el tema del libro, la pintura que están en el disco, la foto y todo eso fue de manera independiente (Entrevista personal, 19/11/2020).

De esta forma, la banda considera que la autogestión y los medios digitales ayudan a visibilizar el trabajo de los músicos. Asimismo, trabajar con estudios independientes fomenta la independencia de la banda, es decir, mantiene el carácter rebelde de no pertenecer a las grandes productoras, mantenerse en el under y ser fiel a sus principios y seguidores, entre los cuales hay jóvenes y

veteranos del punk. Con relación al público, Catania afirma que siempre se va renovando a la par que aparecen nuevas bandas. Si una banda aparece con influencias del pasado, atraerá tanto al público veterano que recuerda el sonido de su juventud, de la misma forma que a público joven que gusta de aquel sonido. Sin embargo, en la actualidad se produce más pensando en el medio digital y ya no tanto en lo tradicional. En esta línea, hay oportunidades que los medios digitales le han dado a las bandas que los tradicionales no:

Creo que actualmente es el tema de la difusión, es el hecho de poder sonar en el interior a través de una plataforma como Spotify. Eso la verdad que es algo muy bueno, porque si no antes tenía que estar dependiendo de mandar el disco, que llegue, tardaba en llegar, ya tenerlo editado, terminado, grabado, pedir la grabación, muchas veces tenías que darle a un amigo que lo hiciera llegar. Esto yo creo que facilita mucho las cosas hoy en día, tener plataformas de ese estilo es muy útil (Entrevista personal, 19/11/2020).

De todas maneras, cabe pensar en la posible contradicción que puede existir entre los medios de comunicación y el punk como algo contestatario a estos medios hegemónicos. Catania responde que no ve una contradicción: plantea que no se contesta al medio en sí, sino a lo que los medios transmiten o a quienes transmiten. Considera que los medios siempre han sido útiles, pero no los contenidos que manejan. También resalta que los medios han facilitado el acercamiento entre el público y sus seguidores:

Hoy en día una persona de cualquier edad puede interactuar o chatear en la página de Facebook o de Instagram o canal de YouTube de cualquier músico y puede enterarse de todo lo que ese músico está haciendo. Le dio una buena forma de interactuar así poder hablar de manera directa, si lo podés enganchar al músico en algún momento en una firma de autógrafos, que todavía se siguen haciendo. O en la salida de un recital. Podés enterarte de todo lo que está haciendo a nivel musical a través de cualquier red. Antes uno se sentaba delante del televisor y veía los videos en Mtv, Much Music, de bandas reconocidas y también de bandas under que empezaban a crecer. Era la manera de conocer a estos músicos. Hoy se puede decir que eso ya no existe y que pasa todo por

subir el vídeo para YouTube en vez de ir y presentarlo o llevarlo a esos canales (...) Ya con eso tenés una llegada que trascendió las fronteras de la televisión y de la radio. Es mucho más fácil de hacerlo y editarlo vos mismo (Entrevista personal, 19/11/2020).



4 Rockas (2020) Foto: Rock a la carta

3.4.3. Leandro Flores de Da Skate

El cantante de Da Skate (banda surgida por el año 2003 con el boom de Facebook y fotolog), Leandro Flores, por su parte, plantea que la globalización hizo que todos estemos conectados constantemente a la red. En esta línea, la música no queda exenta de esta situación. A través de los medios digitales las bandas han logrado difundir su información, su contenido, su trayectoria, lo cual se ha masificado porque ya no se depende de un medio tradicional que difunde, sino que la misma banda puede difundirse en sus canales. Respecto a la relación específica entre el Punk y los medios digitales, Flores opina que:

El punk en su espíritu siempre es contestatario. En varios aspectos, en el que quieras. Siempre, siempre está enojado con algo. Es complicado que el espíritu punk este todo el tiempo alegre, puede serlo, pero me parece que tiene como esa fisonomía de agresión, tomándola bien la palabra, de ir para adelante, de ir al choque y que antes se mostraba solo en recitales, en fanzines, en grupos de amigos y eso alcanzaba, porque el boca en boca era muy fuerte. La gente se

relacionaba mucho. Los chicos iban de recitales en recitales, y no importa si iban a escuchar una banda que les gustaba. Había un recital Punk (...) Y ahí es donde vos generabas una comunicación, esta banda, la otra, no me gusta esto, se realizaban charlas. Hoy, la globalización lo ha cambiado, y me parece que esa necesidad de decir las cosas se trasladó a lo digital, por eso creo que entre el Punk y los medios de comunicación modernos hay una relación que es necesaria. No lo veo al Punk fuera de los medios de comunicaciones modernos. No lo veo porque necesita estar en el campo de batalla (Entrevista personal, 21/11/2020).

En este sentido se establece una serie de diferencias en cuanto al pasado. En general, la gente, los pensadores, los músicos, se juntaban a charlar y a intercambiar conocimientos, a reflexionar. Hoy hay tanta información disponible que la investigación de cualquier temática se puede hacer de manera particular frente a una computadora. Con esto Flores plantea que esto también pasa con la diversidad de contenido musical, lo cual es marca una gran distancia con las bibliotecas o tiendas discográficas. En pos de responder al eje del trabajo, Flores marca lo que él considera como ventajas y desventajas de los medios digitales:

Las desventajas. Hay una gran desventaja en lo virtual, que es la comprobación de fuentes. No es un ejercicio muy común, porque lo hemos visto en noticias con errores muy graves, muy importantes (...) Y la ventaja, es el dinamismo (...) Es poder salpicar un poquito en cada cosa, leer sobre varios autores en una hora. Yo quiero leer Don Quijote por ejemplo. En una hora me puedo leer 4 o 5 resúmenes y hacer un mix entre ellos, tener una idea muy muy rápida y vaga de lo que el Don Quijote fue. Y eso es una herramienta muy potente. Porque antes si no leías el libro, no sabías lo que era el Don Quijote (...) Si yo lo tengo que ver como banda, la exposición me ayuda mucho a llegar a otros lugares, en donde, fuera de esta era digital, me parece que hubiese sido, no sé si nula, pero te diría que muy baja (Entrevista personal, 21/11/2020).

Con relación a las posibilidades y desventajas del Streaming y a los productos digitales, Flores considera que:

Hay un gris en el Streaming, y lo entiendo, yo también me lo propuse y me queda en gris. Pero en nuestro caso decidimos hacerlo porque es un desafío más, vemos la mitad del vaso lleno en vez de la mitad del vaso vacío. Es un paso más, es una cosa más que hicimos, en el día que nos retiremos es una anécdota más. Pero si, el Streaming puede ser. Pero yo lo veo más un gris, no tanto una desventaja (...) Si analizamos el criterio conexión con el público, creo que nada lo va a poder reemplazar. Es más, el CD, la cultura del CD, es algo que lo digital lo aplastó. Y es tan lindo el material físico, hay bandas que se esmeran tanto, que es una pena que termine en Spotify algo con mucho contenido, así que eso puede ser una desventaja de lo que vos me decías de lo digital. Me parece que antes, no sé si nostalgia, pero me parece que era más divertido, construía más tener un disquito y leerlo, y era más emocionante y vos esperabas mucho más las cosas. Una desventaja en esta modernidad es la no sorpresa de nada. Hoy un chico de 13 años, quiere escuchar hardcore punk, puede en una hora, hora y media saberse todos los recitales de Da Skate, si quiere. Ah, la banda suena más o menos así, no, no me gusta, no voy a ir al recital, suenan aburridos. Pero vos, que sos de ir a recitales, sabes claramente que eso cuando suena la batería, suena el bajo, el bombo, ahí PUM, esa emoción es la esencia del recital. No el video de YouTube. Así que eso puede ser una desventaja también, la no sorpresa, no poder sorprender a nadie (Entrevista personal, 21/11/2020).

Con relación al público que lo sigue, al igual que las otras bandas, superan los 25-30 años. Flores considera que es algo normal, puesto que el hardcore punk no es una moda juvenil, aunque el público se renueva constantemente. En opinión de Flores, los medios digitales han podido acercar el contenido a distintos públicos, pero que hace un tiempo está alejando por la sobrecarga de información que hay en las redes. Respecto a los medios tradicionales:

Todavía existen esos canales, son para otro estilo de música. Porque ellos lo ven como un negocio, el que tiene un canal de televisión y tiene un programa dedicado a la música, hace la cuenta y dice, "¿cuánta audiencia voy a tener si invito a Da Skate o cuánta audiencia voy a tener a Paulo Londra?" Y claro, Paulo

Londra nos va a superar en 10.000%. Entonces, por eso Da Skate no es rentable para que esté en MTV o en lo que sea (Entrevista personal, 21/11/2020).

En esta línea, que el público se acerque y la banda prospere se relaciona directamente con el trabajo autogestivo de seguir produciendo y seguir transmitiendo sus contenidos.

No veo por qué lo digital tiene que romper ese lazo, me parece que al contrario, te hace mucho más independiente. Yo soy mucho más independiente, en la virtualidad, preparando clases en zoom, que estando físicamente estando en una oficina con mi jefe. Me siento mucho más libre acá, y puedo preparar cosas mejores. Después, obvio, como hablábamos hoy temprano, es lindo cara a cara con un estudiante para poder explicarle y demás, pero para preparar una clase, soy mucho más libre desde mi casa. Soy más activo acá. Y bueno, ahí fijate, tengo la autogestión es clave (...) Yo creo que una persona, siempre tiene que valerse por sí mismo, tiene que coordinar todo (...) Tiene que aparte de administrar recursos, tiene que gestionarlos, o sea buscarlos (...) La banda siempre se gestionó como quiso, nos sentamos los 5, ¿lo hacemos? Si, no. Chau. Entonces, desde el vamos siempre fue una banda autogestionada (Entrevista personal, 21/11/2020).



Da skate (2017) Disco: "Diecisiete"

3.4.4. Yasser, guitarrista de Shaila

Yasser es el guitarrista de la banda punk Shaila que cuenta con una larga trayectoria como tal. Respecto al eje central del trabajo, en la entrevista personal se indagó en la posible relación entre el Punk y los medios digitales. Yasser comentó que:

No sé si hay una unión, pero nos está sirviendo a todas las bandas viejas. Antes era muy difícil. Vos pensá que cuando nosotros arrancamos con Shaila mandábamos los casetes por correo, se mandaba a Chile, a Rosario, a Córdoba. Sacabas un casete y tenías una casilla en el correo central que pagabas por año y ahí te llegaban casete de otras bandas y vos mandabas los tuyos. Hoy en día la digitalización, yo creo que beneficia, pero también perjudicó ya que antes si te movías y hacías las cosas bien, llegabas a la gente (Entrevista personal, 04/12/2020).

Sin embargo, a diferencia de otros músicos, Yasser plantea que esta convergencia con el mundo digital tiene varias desventajas, siendo la multiplicidad de opciones y variedades la principal:

Hoy hay tanta opción, tantas bandas que pueden subir su música que quizá una banda como la nuestra hubiera pasado por una más (...) Ahora lo escuchas gratis y ni la seguís. Yo por ejemplo bandas nuevas no escucho, escucho los discos de toda la vida y quizá no les doy tanto la oportunidad a las bandas nuevas porque siento que son todas más o menos parecidas. Quizá no le das tanta oportunidad a las bandas en lo digital porque escuchas un tema y pasas a la otra banda enseguida, no te pones a escuchar el disco entero y no conoces la discografía de la banda. La desventaja es que la comodidad hizo que uno no le ponga el valor que tiene esa canción y todo lo que hay detrás de esa canción (...) Cuando nosotros sacábamos los discos nos preocupábamos que el envoltorio, las cajitas tengan algo especial para que vos lo quieras comprar y lo guardes y te acerques a la disquería y lo pidas. Ahora pones play y no te vas a crear algo, una pasión que lo viste. Por ejemplo, no es lo mismo ir a ver una película que esperaste por meses al cine, que verla en internet gratis en cualquier calidad. Para ir al cine te preocupaste, compraste la entrada, viajaste allá y todo eso te va a recordar que

la película está buenísima, como una banda. Si te llega la banda pones play y quizá ni te acordás el nombre de la banda, sabes que tiene un tema bueno, pero no te preocupaste por buscarlo, te llegó. Calculo que para las nuevas generaciones lo otro es algo impensado, calculo que cuando nosotros éramos chicos comprarte un vinilo, no lo hacías, te comprabas un CD. Después de grande te compras un vinilo para tenerlo. Calculo que a la nueva generación le pasa lo mismo, si no está en internet no te lo va a buscar (Entrevista personal, 04/12/2020).

En esta línea se puede relacionar lo que comenta Yasser respecto a la distancia que hay con el público juvenil. Shaila es “es el último eslabón de lo que quedó del punk” (Entrevista personal, 04/12/2020), y el público que la sigue está más bien formado por los veteranos del Punk a los que hizo referencia Catania. Yasser opina que la última oleada del Punk está conformada por gente de más de 30, pero no pierde las esperanzas de que resurja la pasión del Punk. En sus palabras, si estas bandas de Punk volviesen a tocar en un recital podrían llenar las localidades, “pero de melancolía y de recuerdos de toda esa gente de 30 y pico de años” (Entrevista personal, 04/12/2020). De todas maneras, considera que la juventud actual es más abierta aunque menos apasionada:

No creo que ningún pibe se tatúe por darte un ejemplo, Vos. No lo veo a un pibe tatuárselo en el pecho como sí a Dos Minutos, Ataque, Eterna, Shaila, Smitten como “loco, esta época me marco la vida” y te lo tatúas y lo llevas con orgullo, tenés 35 años y pelas el tatuaje con orgullo. No creo ahora que un pibe de 16 años se tatúe Duki, Vos y cuando tenga 45 años lo muestre con orgullo. No está esa cosa de pasión. Sí es lo que se escucha y está buenísimo, pero no creo que esté ese vínculo de que te marque para la vida (Entrevista personal, 04/12/2020).

En relación con la autogestión, Yasser considera que desde siempre es la esencia de las bandas, sobre todo las Punk, que no se “vendían”. Desde siempre defendieron su escena y su música, por lo que optaban por la autogestión y mantener su música y estilo. Fueron difundidos incluso en Mtv pero siempre fieles a sus letras y temáticas. En la actualidad, plantea Yasser, que ya no se le tanta importancia a la parte del rock, sino más a otros estilos como trap o reggaetón.

Asimismo, hoy en día todo es contenido digital, todo está en la red: videos para YouTube o Instagram, y contenido o información por esos mismos medios. A pesar de ello, considera algunas ventajas de estos medios, sobre todo la posibilidad de un espacio:

La radio hasta el día de hoy, si no tenés movida no entras. Vos tenés una buena canción, la subiste a Spotify o a YouTube, la pegaste y no tuviste que ir a golpear ninguna puerta. Antes nosotros teníamos que poner una prensa re sarpada que te cobraban mucha guita para ver si le llegaba eso a tal radio y que el musicalizador de la radio se le ocurra pasarlo. Ahora entonces eso re ayuda. También veo que hace que te esfuerces menos quizá. Creo que lo que antes teníamos es que te rompías el culo y ahora subís la canción, y si no le gusta subís otra canción y te vas amoldando a la moda y a lo que llega a tener reproducciones. Antes morías en la tuya y salir en el Clarín era todo y la tenías que recontra pelear, o en Mtv o en Much Music, tenías que ir y chuparle las medias a los productores para que te pasen el tema. Nosotros hacíamos puerta, por suerte estábamos en un ambiente que quizá no era tan importante eso, importaban más otras cosas que aparecer en la tele o en la radio, pero aparecías en la radio y explotaban todos (Entrevista personal, 04/12/2020).

En esta línea plantea que es imposible pensar que existe una contradicción en que el Punk se mediatice en formatos digitales, puesto que “sos punk hasta que te tomas una Coca Cola, sos punk hasta que te compras unas Vans y sos punk hasta que le pagas a Fibertel, Netflix. Es una utopía”. Actualmente, considera que con los medios digitales todo se reinventó, que el sueño de una banda con buena prensa ya no existe, y se han amoldado a la industria y comodidad de Spotify e Instagram. Respecto al Streaming, Yasser ve el lado positivo de esta vía en cuanto a la situación de pandemia, pero que no lo ve positivo para el futuro de la banda: en un contexto así, una gira no tendría sentido, no es lo mismo que tocar en un escenario en vivo.



Shaila (2017). Foto: rocktambulos.com

3.5. Unión de Músicos Independientes (UMI): Director Juan Vázquez

Como última entrevista, se traerá a colación la realizada a Juan Vázquez, director de la Unión de Músicos Independientes (UMI). La UMI nació en el año 2001 y desde entonces ha sufrido diversas transformaciones a la par del el contexto del país. Vázquez cuenta cómo antes funcionaban las replicadoras de CDs, los elevados y diversos costos de grabación y producción. A partir de ello se comenzaron a generar convenios para estabilizar los precios y demás situaciones:

Los independientes no teníamos ninguna herramienta de representación que tratara de mejorar ciertas cuestiones y a partir de entender que se podía generar una organización que contuviera a muchos independientes se podía ir mejorando el escenario en un contexto complejo, por un lado, pero también tenían esa cuestión que tuvo esa época de que había una crisis económica pero también había muchos huecos para armar cosas y se pudo ir generando una organización (Entrevista personal, 28/12/2020).

Con relación al Punk y los medios digitales, Vázquez comenta que, en la actualidad, hay diversas posibilidades de difusión y oferta. Antes se reducía a unas pocas revistas, mientras que hoy cada banda puede promover sus propias fechas. Asimismo, plantea que el Punk siempre ha sido más horizontal en la difusión de sus shows y discos. De todas maneras, todos los géneros tienen su correlato en los medios digitales, ya que existen radios, prensa, blogs y demás medios dedicados a los diversos géneros:

Yo creo que de algún modo el punk y la cultura independiente está un poco preparada para eso por las mismas dinámicas de hacer las cosas uno mismo, de anteponer lo que había que decir o la urgencia al proceso de producción y el medio digital te permite eso muy rápidamente. En comparación al pasado cambió muchísimo porque no es lo mismo juntarte en el parque a cambiar algunos discos que la posibilidad de repente de tener a un clic de distancia programas, playlist, entrevistas, charlas (Entrevista personal, 28/12/2020).

Por otra parte, Vázquez relaciona al Punk con esta cultura independiente y la autogestión, con relación a los medios alternativos:

Los medios alternativos son el micrófono donde también uno suena y yo lo veo como algo clave. Si vos estás haciendo música y querés que lo escuche gente y querés difundirlo, tocar en vivo y demás, obviamente no podes no pensar en la prensa (...) me parece que en los medios alternativos hay otra atención. Por ahí te están escuchando pocas personas, pero las personas que te están escuchando les interesa eso. Si somos 10 personas escuchando un programa de radio, está claro que lo haces porque te gusta, porque te interesa, entonces va un músico y le prestas atención, va un escritor y le prestas atención. Entonces me parece que juegan un rol super importante y que lo independiente es nuestro lugar natural. Me parece que está habiendo también un cuidado hacia eso, hacia los lugares que tienen un origen autogestión alternativo y que se sostienen hace un montón de años y que las diferentes movidas incluso pasan por esos lugares (Entrevista personal, 28/12/2020).

En esta misma línea se indaga en las ventajas y desventajas de lo digital, a lo que Vázquez responde que la voz o autoridad se difumina en la gran variedad de propuestas que hay. Por un lado es algo bueno por la independencia de la música y su producción, ya no es imposible grabar un disco, y se tienen muchos espacios de difusión; por otro lado, cuánta gente accede a esos espacios: antes había radios, revistas o programas claves que tenían gran llegada, pero hoy está todo tan masificado que no hay un espacio centralizado en el cual resaltar, lo cual no necesariamente puede considerarse malo:

Hay una modificación en el consumo, como hay en el consumo de la música, de los shows y todo eso, también la hay en como accedemos a la información. Lo cual me parece que hay algunas cosas en lo que está buenísimo eso. La parte que se nos complica a los músicos en cuanto a pensar las cosas es que decís “bueno tengo todo esto, pero cómo lo ordeno, cómo hago para hacer algo que funcione”. Estoy hablando en términos de crecimiento de gente que te escucha y demás que no necesariamente eso está bueno o malo desde otro lado, sino que como uno lo puede pensar, yo necesito que me escuche más gente y que venga más gente al show y eso. Hay gente que se maneja muy bien en esta época también y la contrapartida de lo otro que estamos hablando, con respecto al pasado es que era poco lo que llegaba también. Si me das a elegir las dos opciones me quedo con esta, aunque de última tenés canales y habrá gente interesada, más menos pero que lo puedes desarrollar. Lo otro bueno te venía así, una pantalla, un dial super caliente que lo escuchaba un montón de gente, ¿pero ahí quien llegaba? Era realmente muy difícil y más para todo lo independiente y géneros como el Punk en cierto momento, entonces me parece que en este momento tenés una multiplicidad muy grande de opciones (Entrevista personal, 28/12/2020).

Vázquez plantea que los músicos indefectiblemente empezaron a entrelazarse con los medios digitales y las redes sociales por las transformaciones tecnológicas y la apertura de opciones. En estos cambios, lo que influye y llega a la juventud (adolescente) no es el Rock y el Punk, sino otras cuestiones. Estos géneros siguen influyendo en gente de más de 25 que ha tenido su adolescencia atravesada por los mismos. Sin embargo, los medios digitales y las distintas plataformas online permiten un acercamiento y una diversificación del público y contenido:

Me parece que es un super desafío de los músicos llegar a otras edades y de los medios también, de cómo hacer para adaptarse a ese cambio y también por ejemplo están las duraciones. Uno está acostumbrado porque escuchaba entrevistas de una hora o 50 minutos y por ahí los pibes ahora tienen otro nivel de atención porque hay otros tiempos. Para los músicos y la gente de los medios es muy difícil también (...) Creo que cada vez es más cerrado hablar de lo digital.

Ya está, es el mundo en el que vivimos es así, la mayoría de la gente escucha música en Spotify o en YouTube o en alguna plataforma y consume videos de ese modo y lee medios también así. Prescindir de la parte digital puede ser un desafío, pero hay como una cosa medio hegemónica hoy en día donde no estar en la parte virtual es muy difícil, porque incluso cada vez hay más computadoras que no tienen para CD, hacer algo en papel es muy difícil, antes ibas a una casa de música a comprarte cuerdas y había 14 mil publicaciones que salían la revista de uno o de otro. Hoy en día sale mucha guita hacer eso y se invierte en otra cosa, invertís en publicidad digital y tenés tu revista en PDF y el disco en digital y todo eso (...) Después, en cuanto a los medios seguís teniendo a los medios tradicionales con mayor cantidad de escuchas y la cantidad mayor de televidentes. Uno piensa que eso ya no funciona de ningún modo, pero cuando ves que algo hizo 0.1 punto de Rating quizá son 400 mil personas mirando eso y esa potencia no la tiene ningún medio digital en este momento me parece (Entrevista personal, 28/12/2020).



UMI (2020) Logo: <https://www.umiargentina.com/>

4. Conclusiones

Como ha podido observarse hasta aquí, el Punk ha sido más que un simple género musical. En su historia se despliega un abanico de características que hacen de este un movimiento revolucionario, contestatario, contrahegemónico y antisistema que también eran los rasgos de la juventud que lo embanderaba. En la década de los '80 en Argentina fue el tiempo en el que el Punk estalló, siempre manteniendo su escena en el under y rebelándose contra los estragos de la Dictadura y los despojos que la misma dejó, que se plasmaban en una crisis a nivel general.

En este contexto, el Punk fue una manera de expresión, una manera de pensar, un estilo de vida. En primer lugar era un contenido importado, que a medida que fue estableciéndose en el país fue adquiriendo características cada vez más locales, sobre todo en las temáticas a tratar, pero manteniendo siempre la esencia que caracterizaba al movimiento.

Con el pasar de los años, el Punk fue estancándose, la juventud que la seguía fue creciendo y nuevos géneros fueron pisando cada vez más fuerte. Sin embargo, eso no quiere decir que el Punk haya sido relegado u olvidado. Sigue estando presente en los mayores de 30 como un emblema y una parte de la personalidad, tatuado en innumerables pieles, y fiel a sus instintos y modos de ser.

En esta línea se logró entrevistar a muchos referentes del Punk en el país: periodistas, que son los entendidos en el tema; músicos, que son los implicados específicamente en el tema; asociaciones civiles y centros culturales que es donde estas bandas hacen sus shows, les dan el espacio y arman sus fechas; sellos discográficos independientes, que es donde producen su contenido; y sindicatos u organizaciones que serían, en este caso, donde se agrupan los músicos independientes y llegan a diversos acuerdos. A partir de estos testimonios se puede plasmar el panorama actual del Punk y establecer su relación con el uso y la apropiación de las nuevas tecnologías de comunicación y los medios digitales.

La relevancia final de esto radica en que, en el surgimiento del Punk, las tecnologías y los medios, y sobre todo el acceso a estos, eran muy limitados. Se produjeron cambios de gran importancia en los últimos 20 años, y es clave preguntarse: ¿cómo

influenciaron en un movimiento tan contestatario y contrahegemónico como es el Punk? ¿qué pasa con el under en una sociedad tan digitalizada, visibilizada, viralizada, expuesta? ¿cuáles son las ventajas y desventajas de esta situación?

En cuanto a los periodistas entrevistados (Carlos Sanabria, Lorena Martínez y Nicolás Igarzábal), tienen, en general, posturas bastante parecidas. Sobre la posible relación entre el Punk y los medios digitales, no consideran que la independencia del movimiento pueda ir de la mano con los medios masivos, pero sí con aquellos que son autogestivos. Igarzábal resume esta postura con relación a la poca presencia actual que tiene el Punk por sobre otros géneros de más llegada. El Punk mantiene su postura under y alternativa, pero sobre todo autogestiva e independiente. Asimismo, estos periodistas consideran que el uso de los medios digitales ha servido para mantener en funcionamiento y en el escenario a las bandas, aunque los contenidos que transmiten difieran mucho de los que transmiten hoy los jóvenes. Las ventajas que plantean son similares: el espacio, la llegada, el dinamismo. Sin embargo, esto también se transforma en desventaja porque nada resalta y todo se vuelve más efímero. Los medios tradicionales siguen siendo de difícil acceso, especialmente para un género que ya tuvo su época dorada.

A pesar de ello, el Punk como movimiento y género musical sigue vigente. Hay cuantiosas bandas que tienen una larga trayectoria en el movimiento, y otras que han surgido en los últimos años, quizás con distintas influencias, pero que buscan mantener vivo el espíritu Punk. Los músicos entrevistados han considerado las ventajas de los nuevos medios de comunicación digitales, las formas de transmitir su contenido y las posibilidades que existen en la actualidad para autogestionarse: desde la parte productiva, de diseño, al trabajar con espacios del under e independientes, y en los modos de transmitir y reproducir sus contenidos. La actualidad está atravesada por la globalización, el Internet, las redes sociales. Consideran que, en mayor o menor medida, la banda que no está en Internet (a modo general) no tendría alcance ni público nuevo. Antes todo era comentado por el boca en boca, flyers, fanzines. Hoy, hasta la música está en formato digital y subida en la red.

Los entrevistados coinciden plenamente en que el Streaming y la transmisión de contenido en formato digital jamás podrán igualar al recital, al show en vivo, a tener el CD o el vinilo en la mano. Lo cuentan con un poco de nostalgia, pero entienden asimismo que el mundo cambió. Y como dijo Catania, el Punk puede hacerse de estos nuevos medios para seguir manifestándose, porque no ven una contradicción en ello, ya que no se contesta al medio en sí, sino a lo que los medios transmiten o a quienes transmiten determinados tipos de contenidos.

El Punk siempre ha tenido determinados espacios donde desarrollarse, siempre caracterizado por el under y por la independencia. En esta línea se entrevistó a quienes integraban determinados espacios culturales que dan lugar a estas bandas. En ambos centros se rescata la solidaridad, el apoyo entre todos (integrantes del centro, artistas, vecinos). En la autogestión todos se dan una mano. Tanto los músicos como los participantes del centro han resaltado la importancia del trabajo independiente y autogestivo en sus quehaceres, no solo como forma de sostenerse y apoyarse entre sí, sino también porque mantiene su carácter de rebeldía y antisistema. Prefieren estos lugares antes que las grandes cadenas o productoras, optan por pagarle a un diseñador independiente que a una gráfica reconocida, eligen estudios que se rijan por sus ideales y no productoras enormes que les quitan su libertad de acción. Y por esto mismo también escogen espacios y centros culturales con estas características, porque el Punk siempre fue del under y es ahí donde se siente cómodo.

Debido a que los precios para producir y los trabajos eran tan disímiles, en el 2001 se creó la UMI con el objetivo de hacerle frente a la crisis y apoyarse entre todos. Esto también permitió la apertura de un debate sobre la autogestión y organización para los músicos independientes. El director de la UMI, Vázquez, considera que lo digital ha facilitado el acceso a una diversidad de sitios y generado mayor alcance, pero lo que influye y llega a la juventud de hoy no es el Rock ni el Punk, sino otros géneros, aunque esto no niega que tanto el Punk como el Rock sigan llegando a la gente de diversas edades.

A partir de la revisión histórica del movimiento, y el análisis de las fuentes y testimonios cercanos que se han podido conseguir entrevistando a referentes del

Punk en Argentina se puede pensar que el auge del Punk ya pasó. Sin embargo, es un género y un movimiento social que sigue pisando muy fuerte en las personas que se han visto influenciadas por él. Los mayores de 25 o 30 años (y más) que han ahondado en las profundidades del Punk siguen manteniendo el gusto por su esencia, y tal vez hasta el estilo de vida. Los medios digitales han posibilitado, para los oyentes del género, el acceso a diversas bandas, no solo nuevas sino también a la remembranza de momentos de antaño, recitales épicos, entrevistas con músicos y bandas emblemas, poder cargar toda la música que guste en un pequeño espacio.

Puede que estos avances también se hayan eliminado diversos rituales: la sorpresa de ir a escuchar una banda que nunca habías escuchado, el esfuerzo que era conseguir entradas o merchandising de la banda, las colas interminables esperando para eso, los viajes, aguardar que el CD llegue a la disquería del pueblo, juntarse a escuchar un nuevo disco, entre otras. No obstante, los tiempos han cambiado. Los nuevos medios digitales de comunicación otorgan más ventajas que desventajas, objetivamente hablando, tanto para el Punk como para cualquier género musical o cualquier artista que busque difundir sus trabajos. La relación que se puede establecer, entonces, entre el uso de los medios y tecnologías digitales con respecto al Punk es una tensión constante entre la apropiación y la negación, entre ventajas y desventajas, entre lo virtual y lo palpable, entre los restos del pasado y su acople con el futuro. La nostalgia por los momentos anteriores de las generaciones que presencian estos cambios no es algo que pueda evitarse, solo queda aceptarlo y avanzar con ellos, o, en el otro extremo, vivir en una desconexión eterna de los nuevos contenidos y medios de comunicación.

5. Referencias bibliográficas

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1969). *La Sociedad. Lecciones de sociología*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- _____ (1987). "La Industria Cultural". En *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Altarejos, F. (2002). El problema de la identidad en la praxis social: afiliación y filiación. *Studia Poliana*, N° 4, pp. 61-80. España.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2011). *Transformaciones en el sistema de medios en la Argentina del siglo XXI*. Argentina: Plataforma democrática.
- Bernal, A. (2003). La educación entre la multiculturalidad y la interculturalidad. En *ESE* N° 4, pp. 85-101. Navarra, España.
- Casali, E; Castro, L. y Ceci, M. (2014). *Silencio marginal: memorias del rock argentino*. Argentina: Punto de encuentro.
- Correa, G. (2002). "El Rock argentino como generador de espacios de resistencia" en *HUELLAS, Búsquedas en Artes y Diseño*, N°2, Año 2002, ISSN N°1666-8197, p. 40-54.
- Danto, A. (2006). *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Argentina: La marca editora.
- Dimitrova, A. (2015). *El Punk como resistencia: el arte, el estilo de vida y la acción política del movimiento como camino para crear un nuevo mundo*. Barcelona, España: Institut Universitari de Cultura, Universitat Pompeu Fabra.
- Durruty, M. y Hours, G. (2017). *Cultura Punk en Argentina: Prácticas, sentidos y significados construidos a través del cuerpo y el movimiento*. 12º Congreso Argentino de Educación Física y Ciencias, 13 al 17 de noviembre 2017, Ensenada, Argentina. *Educación Física: construyendo nuevos espacios*. En: *Actas (2017)*. Ensenada: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Educación Física.
- Fair, H. (2009). La dinámica del sistema político durante el gobierno de Alfonsín. *Temas y debates: revista universitaria de ciencias sociales*. Núm. 17. pp. 35-67.

- Favoretto, M. (2014). La dictadura argentina y el rock: enemigos íntimos. En Resonancias vol. 18, n°34, enero-junio, pp. 69-87.
- Foucault, M. (2002). Vigilar y castigar. Traducción de: Aurelio Garzón del Camino. Argentina: Editorial Siglo XXI.
- García Canclini, N. (1995). Consumidores y Ciudadanos, conflictos culturales de la globalización. México: Grijalbo.
- Geertz, C., (1997) [1973]. Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura. En La Interpretación de las Culturas. Barcelona, España: Gedisa
- Hall, S. y Jefferson, T. (2014). Rituales de Resistencia: subculturas juveniles en la Gran Bretaña de postguerra. Madrid, España: Traficantes de Sueños.
- Hobsbawm, E. (2008). Historia del Siglo XX. Buenos Aires, Argentina: Crítica.
- Kant, I. (2002). Crítica del juicio estético. México: Porrúa.
- _____ (2006). Idea de una historia universal en sentido cosmopolita. México: UNAM.
- Karush, M. (2013) Cultura de clase: Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946), Buenos Aires, Argentina: Ariel.
- Kluckhohn, C. y Kroeber A.L. (2013) [1952]. "Cultura. Una revisión crítica de conceptos y definiciones". En Cultura en sistemática. Borocho, pp. 81–116.
- Lyotard, J. (1987). La condición posmoderna. Madrid, España: Cátedra.
- _____ (1998). Lo inhumano. Charlas sobre el tiempo. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- Manzano, V. (2011). "Tiempos de contestación: cultura del Rock, masculinidad y política, 1966-1975". En Jóvenes en cuestión: Configuraciones de género y sexualidad en la cultura. VV. AA. Argentina: Editorial Biblos.
- Pizarro Ponce, N. (1979). El sujeto y los valores: la sociología de la acción de Alain Touraine. Reis 5/79 pp 37-53.
- Plotkin, P. y Jiménez, D. (2005). "Rock and Pop a veinte años de su aparición, la historia detrás de la última gran revolución de la radio argentina". En revista Rolling Stone Argentina, Núm. 87, año 2005, pp. 60-76.
- Rost, A. (2020). Redes sociales y agendas en la Argentina: luces y sombras, hitos y etapas. En Poliszuk y Barbieri (comps). Medios, agendas y periodismo en la construcción de la realidad. Buenos Aires, Argentina: Editorial UNRN.

Tourine, A. (1999) Los desafíos de la interculturalidad. Perú: Lateral.

Williams, R. (1992). Historia de la comunicación. España: Bosch Comunicación.

Wolton, D. (1999) “La comunicación en el centro de la modernidad. Un debate teórico fundamental”. En Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación, pp. 35-67. Barcelona: Gedisa.

Bibliografía Web:

Alfaro, N. (2015). Subculturapress. Hazlo tú mismx: lxs perdedores también hacen historia. Recuperado de <https://www.subculturapress.com.ar/2020/08/entrevista-hazlo-tu-mismx-lxs.html> (07/08/2015).

Cervera, R. (2014). *The Velvet underground el Libro*. Recuperado de: <http://estoesnadaespecial.blogspot.com/2014/01/the-velvet-underground-el-libro-de-las.html> (28/01/2014)

Harvard, J. (2019). *Un libro que adentra en el rayo de The Velvet Underground*. Recuperado de: <https://www.eternacadencia.com.ar/blog/ficcion/item/un-libro-que-se-adentra-en-el-rayo-de-the-velvet-underground.html> (27/02/2019)

Juliá, I. (2008). *Un viaje al universo rupturista y maldito de la Velvet Underground*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/2008/12/28/cultura/1230418803_850215.html (27/12/2008)

Morales, U. (2020) *Invasión 88 y la explosión del Punk argentino*. Recuperado de: <https://www.laizquierdadiario.com/Invasion-88-y-la-explosion-del-punk-argentino> (22/08/2020)

Navarro, S. (2019) *Una breve historia del fanzine, la lucha una cultura autónoma*. Recuperado de: <https://warp.la/editoriales/una-breve-historia-del-fanzine-la-lucha-una-cultura-popular-autonoma> (23/04/2019)

Punk – hxc. (10 de agosto de 2012) *Historia del Punk*. Recuperado de: <https://www.punk-hxc.com/historia-punk.htm> (10/08/2012)