

El impacto de la estética musical de The perro Boys, Alegoría Punk y Chucha Punk en la construcción de identidad de los jóvenes que consumen su música en Bogotá

Ingrid Mariana Ríos Pardo

Universidad Santo Tomás

Facultad de sociología

Carolina Varon

Bogotá D.C., Colombia

2025

AGRADECIMIENTOS:

Con profundo cariño y gratitud quiero agradecer a la docente Diana Carolina Varón, quien acompañó este proceso y lo guió sin desistir ni un solo segundo. Su orientación y apoyo, tanto académico como emocional, fueron fundamentales para poder culminar este documento.

A mi familia, especialmente a mi madre Doris Marilsa Pardo, por llevarme hasta aquí y haberme presentado las ciencias sociales desde su labor como docente; este hecho marcó mi vida y me permitió caminar de la mano de la sociología.

Quiero agradecer también a dos amigos que han sido determinantes en mi vida y que me impulsaron durante este proceso: Angie Daniela Robayo y Andrés Ruiz. Sin su apoyo, su presencia y su compañía constante, este trabajo no tendría sentido; es su impulso el que me ha sostenido y sé que me seguirá acompañando muchos años más.

Agradezco, además, a la sociología misma, porque me permitió abrir los ojos ante una realidad que antes percibía como ajena. Este campo disciplinar me motivó a trazar un proyecto de vida orientado a la transformación de realidades; sueño que habita en mí desde el primer día que llegué a la Facultad y que permanecerá hasta mi último aliento.

Por último, quiero agradecer al punk, que ha penetrado profundamente en mi ser y me ha transformado. Me ha hecho llorar, sufrir, cuestionarme y explotar. Ha cambiado mi forma de ver el mundo y me ha regalado momentos maravillosos. Sin el punk, este trabajo jamás habría sido posible.

Tabla de contenido

RESUMEN.....	5
Abstract	5
INTRODUCCIÓN.....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
Selección de la Muestra	11
Pregunta problema.....	14
Objetivo General	14
Objetivos específicos	14
ANTECEDENTES	15
MARCO CONCEPTUAL.....	17
Estética	18
La estética desde “La distinción: criterio y bases sociales del gusto” Pierre Bourdieu:.....	18
Theodor Adorno: Teoría estética	19
Estética desde Jacques Rancière:	20
Consumo según García Canclini:	22
Identidad	24
Identidad desde Maffesoli: El tiempo de las tribus.....	25
Identidad desde Juan Rogelio Ramírez:	26
MARCO METODOLÓGICO	27
Técnicas de recolección de información	28
Entrevistas semiestructuradas	28
Análisis del discurso.....	31
Grupo focal	33
CAPÍTULO I. EL SURGIMIENTO DE LAS BANDAS PUNK EN BOGOTÁ: TERRITORIOS, IDENTIDADES Y ESTÉTICAS	33
Introducción	33
1.1 The perro boyz: resistencia y autenticidad	36
1.2 Chucha: identidad sociomusical y territorial.....	39
1.3 Alegoría: contradicciones y politización	41
1.4 Identidades en movimiento	43
1.5 Conclusiones del capítulo	45
CAPÍTULO II. LA ESTÉTICA Y LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN CULTURAL EN EL PUNK BOGOTANO.....	46
Introducción	46

2.1 Análisis del discurso en las canciones de The perro boys:	47
The Perro Boyz: Patadas callejeras.....	47
The Perro Boyz: Demencia criminal	50
The Perro Boyz: “Cianuro”	52
The Perro Boyz: El bosco	54
The Perro Boyz: “El jardín de la codicia”	56
The Perro Boyz: “Punkdelia”	58
2.2 Análisis del discurso en las canciones de Alegoría Punk	60
Alegoría Punk: “Correr y escapar”	60
Alegoría Punk “Agonía”	61
2.3 Análisis del discurso en las canciones de Chucha.....	63
Chucha “Los camaleones”	63
Chucha “Hoy kiero”	65
Chucha “Sid Vicious se mató”	67
2.4 Flyers de Chucha Punk: estética de la autogestión y resistencia visual	69
2.5 Flyers Alegoría	71
2.6 Flyers de The Perro Boyz	73
2.7 Conclusiones del capítulo	75
CAPÍTULO III. CONSUMO MUSICAL Y PROCESOS DE IDENTIDAD JUVENIL (2022-2024).....	77
Introducción	77
3.1 Metodología breve y el valor del grupo focal	78
3.2 Prácticas de consumo: más que escuchar, apropiarse.....	78
3.3 Toques como rituales: estética, política y comunidad	79
3.4 Estética y corporalidad: la prenda hecha, la rabia hecha gesto	80
3.5 Medios digitales: visibilidad, algoritmo y dilemas de autenticidad	80
3.6 Redes sociales y consumo digital: la escena punk en la era de la autogestión.....	81
3.7 Género, territorialidad y desigualdad: consumos diferenciados	84
3.8 Tensiones internas: coherencia, autenticidad y nuevas reglas.....	85
3.9 Arte, política y estética: el punk como medio de disenso.....	85
3.10 Conclusiones del capítulo	86
CONCLUSIONES	88
BIBLIOGRAFÍA:	91

EL IMPACTO DE LA ESTÉTICA MUSICAL DE THE PERRO BOYS, ALEGORÍA PUNK Y CHUCHA PUNK EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DE LOS JÓVENES QUE CONSUMEN SU MÚSICA EN BOGOTÁ

RESUMEN

La presente investigación analiza la influencia de la estética y el consumo de música en la construcción de la identidad juvenil en Bogotá, a través de un análisis comparativo de las bandas The Perro Boys, Alegoría Punk y Chucha en los años 2022-2024. Desde un enfoque cualitativo basado en el análisis del discurso, entrevistas y grupo focal, se estudian las dimensiones simbólicas, sonoras y visuales que configuran la experiencia del punk desde su práctica en ámbitos sociales, políticos y afectivos. La investigación evidencia que la estética musical trasciende lo meramente sonoro para convertirse en una forma de resistencia y expresión colectiva, en este caso, por parte de las juventudes de Bogotá, predominando una identidad marcada por la rabia territorial, el desencanto, la introspección, la vulnerabilidad como fuerza política, la ironía y provocación como crítica al poder.

A su vez, los hallazgos revelan que el punk bogotano se consolida como una red de significados y afectos donde los jóvenes resignifican el gusto, el consumo y la pertenencia. En sus prácticas cotidianas la juventud encuentra espacios de libertad simbólica, construyendo identidades móviles que resisten a la homogeneización cultural y afirman nuevas formas de comunidad urbana.

Palabras Clave: Punk, estética musical, identidad juvenil, consumo cultural, subculturas urbanas.

Abstract

This research analyzes the influence of musical aesthetics and consumption on the construction of youth identity in Bogotá through a comparative analysis of the bands The Perro Boyz, Alegoría Punk, and Chucha during the years 2022–2024. Using a qualitative approach based on discourse analysis, interviews, and focus groups, the study examines the symbolic, sonic, and visual dimensions that shape the punk experience as a social, political, and affective practice. The findings show that musical aesthetics transcend the merely sonic sphere to become a form of resistance and collective expression among Bogotá's youth, where identities are

marked by territorial anger, disillusionment, introspection, vulnerability as political strength, and irony and provocation as critiques of power.

Furthermore, the results reveal that Bogotá's punk scene has consolidated as a network of meanings and emotions through which young people reinterpret taste, consumption, and belonging. In their everyday practices, youth find spaces of symbolic freedom, constructing mobile identities that resist cultural homogenization and affirm new forms of urban community.

Key Words: Punk, musical aesthetics, youth identity, cultural consumption, urban subcultures.

INTRODUCCIÓN

La música, más que una forma de entretenimiento, constituye un lenguaje social que produce sentidos, emociones y pertenencias. A través de ella, las juventudes urbanas crean comunidades simbólicas que transforman los modos de habitar la ciudad y de representarse a sí mismas. Entre estos lenguajes, el punk ha mantenido su vigencia como una práctica estética y política que desafía las jerarquías culturales y las normas sociales.

En Bogotá, la escena punk ha sido, desde los años ochenta, un espacio de resistencia y crítica frente a la desigualdad, la precariedad y la exclusión. Las bandas locales se han convertido en microcosmos donde confluyen lo artístico y lo social, expresando, mediante el ruido, la rabia y la ironía, los malestares de una generación que se niega a ser silenciada.

Esta investigación analiza cómo la estética y el consumo de la música punk influyen en la construcción de la identidad juvenil en Bogotá entre 2022 y 2024. El estudio se centra en tres agrupaciones representativas The Perro Boyz, Alegoría Punk y Chucha Punk, cuyas propuestas sonoras y visuales evidencian distintas maneras de entender el punk, la resistencia barrial, la introspección crítica y la ironía política. Desde una perspectiva sociológica, se asume que el consumo musical no es un acto pasivo, sino una práctica simbólica que genera comunidad y sentido. En esa medida, la estética del punk desde sus letras, performances, portadas y corporalidades funciona como una herramienta de distinción y autoafirmación frente a la cultura dominante.

Metodológicamente, la investigación adopta un enfoque cualitativo basado en entrevistas semiestructuradas, análisis del discurso y grupo focal con jóvenes integrantes y consumidores de la escena punk bogotana. Esta aproximación permitió comprender la relación entre música, estética y subjetividad, revelando cómo los jóvenes hacen del punk una forma de vida, una práctica de coherencia entre lo que se piensa, se dice y se habita.

La presente investigación propone entender el punk bogotano no sólo como un género musical, sino como una práctica social que produce identidades en movimiento. En sus sonidos, visualidades y espacios de encuentro, el ruido se convierte en lenguaje, la rabia en comunidad y la estética en resistencia cotidiana.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A lo largo de la historia, la música no solo ha representado un papel crucial en el espectro de ocio y del entretenimiento sino también lo ha hecho en los procesos de construcción de identidad de los individuos, la música permite crear narrativas colectivas que acogen e identifican a grupos de personas y configuran en ellos adaptaciones estéticas e ideológicas, uno de los casos más representativos dentro de este fenómeno es el Punk, puesto que esta subcultura ha relacionado factores sociales, culturales, simbólicos y políticos alrededor de un género musical que nace como una propuesta disruptiva dentro de la industria musical.

El movimiento punk, aparece en 1970, como parte de una innovación revolucionaria en lo referente a la música, la estética y las formas de oposición cultural y social. Este surge como parte del rechazo a las normas determinadas dentro de la sociedad, a lo largo de su historia el punk ha evolucionado pero sus mensajes revolucionarios y cuestionadores a las estructuras de poder, permanecen íntegros y repercutiendo en las generaciones actuales (Dimitrova, 2015, p. 3). En el marco del panorama bogotano los jóvenes están expuestos a múltiples influencias culturales siendo las escenas musicales algunas de las más influyentes y ofreciendo espacios de expresión y resistencia ante la cultura dominante, siendo así una ciudad muy diversa que ofrece un campo apto para examinar la estética musical, y cómo el consumo de esta puede configurar la identidad de quienes componen las diferentes escenas y subculturas.

El punk no solo fue un movimiento musical, este también estableció una subcultura y un movimiento político que acogió jóvenes de diferentes partes del mundo, este nuevo movimiento

empezó a generarse en ciudades como Nueva York y nace gracias a lo que en su momento se conocía en el mundo de la música como proto Punk. El surgimiento del punk vino marcado con un nuevo estilo; las tonalidades y aspecto crudo y agresivo se hicieron presentes rompiendo en totalidad las convenciones del rock en la época puesto que ahora el énfasis más importante no se ubicaría en la técnica musical si no, por el contrario, en la estética y la actitud (La Página de Nadie, s.f., p9).

En 1972 en Australia surge una banda llamada The Saints la cual empezaría a tocar un estilo musical que posteriormente se denominaría Punk, siendo así uno de los primeros grupos fuera de estados unidos que empezarían a emplear en su creación musical aquel estilo emergente, mientras tanto de forma casi paralela en Londres aparecería una banda llamada The Strand y este sería el inicio de una de las leyendas más grandes del Punk, los Sex Pistols.

La crisis económica y el descontento social que inundaba la sociedad inglesa en 1977 fue el escenario perfecto para el lanzamiento de la famosa canción de los sex Pistols “God save the queen” la cual se presentó como una crítica a la monarquía, que pese a los múltiples intentos de censura llegó a los primeros puestos de los listados de éxitos musicales de la época. Posteriormente se dio uno de los episodios que marcaron al punk como un movimiento de rebeldes, en el marco del aniversario número 25 de la reina Isabel los pistols organizaron un concierto en un barco llamado “The queen Elizabeth” este provocador acto contra la monarquía terminaría con varias detenciones y marcaría la historia del punk hasta el día de hoy (Dimitrova, 2015, p. 9)

Entre las características más notables del punk está la confrontación directa a las normas establecidas no solo a nivel musical, sino también a nivel social y político, en la ola de atención que habían logrado cooptar los sex pistols en la sociedad inglesa aparece Malcolm McLaren y Vivienne Westwood, dueños de la tienda “Sex” en Kings road lugar en el cual los pistols no solo tuvieron un papel como banda sino también como estrategia comercial. Los tachés, el cuero, y la ropa aparentemente rota y desgastada iban perfectamente con la imagen del grupo y del punk, además de ir construyendo una estética unificada por medio de la cual se unirían e identifican los jóvenes del movimiento

El caso de Sex Pistols no es el típico caso de un grupo de punk, pero muestra de una buena manera las contradicciones dentro del movimiento. La banda es dos cosas a la vez: un invento

comercial y artístico del visionario hombre de negocios Malcolm McLaren. (Dimitrova, 2015, p. 10)

Fuera de Inglaterra el punk también empezaba a posicionarse desde otros países y contextos, Estados Unidos bajo la fuerte inestabilidad política, que marcó la caída del presidente Nixon, fue un escenario apto para el crecimiento de la escena punk que estaba marcada por su florecimiento en aquellos lugares donde el descontento social fuera una realidad cotidiana, en New York, los Ramones y The New York Dolls fueron nuevos exponentes que al igual que los Pistols marcaban un nuevo estilo que desafiaba las convenciones dentro del rock comercial.

Como se ha mencionado en repetidas ocasiones a lo largo de este trabajo, el punk no solo fue un fenómeno musical, también fue un fenómeno social que trascendió hacia múltiples campos artísticos sentando las bases de una nueva producción cultural alternativa. Tanto sellos discográficos independientes, como nuevas herramientas de difusión tales como el fanzine nacieron en el marco del punk, bandas como Crass fueron exponentes del anarco-punk las cuales promovieron prácticas éticas y procesos de autogestión.

En los años 80 el punk vivió una de sus primeras evoluciones dando paso a lo que se conocería como hardcore, este subgénero estaría marcado por una serie de particularidades, sin embargo, mantenía las bases del punk pero con un estilo un poco más agresivo. Sus letras contienen un discurso con mayor carga política denunciando problemáticas tales como la desigualdad y la opresión policial. Mientras tanto surgía otro subgénero que causaría revuelo por la adopción de este en grupos neonazis, el Oi ganó popularidad en la clase trabajadora inglesa y mantuvo similitudes con el punk, originalmente siendo una música rebelde y formando parte de un movimiento originalmente izquierdista, pero que posteriormente también termina siendo adoptado en sectores conservadores que formarían el movimiento skinhead nazi o “boneheads”. En los 70 el punk se extendió por todo el mundo, sin embargo, los países con crisis sociales contundentes fueron en los que el género tomó más fuerza, puesto que consiguió amoldarse a las realidades propias de cada contexto.

La llegada del punk a Colombia se dio a finales de los años 70, siendo Medellín la primera ciudad que acogió este movimiento cultural y musical. Colombia se encontraba inmersa en una realidad marcada por el narcotráfico, el conflicto armado y la fuerte ola de violencia que azotaba el país. Ante este escenario, Mutantex en Medellín y Morgue en Bogotá se inspiraron en

grupos británicos tales como The Exploited y Sex Pistols cargando sus letras de manifestaciones de rebeldía y protesta ante el contexto del país (Gasham A., 2018). En Colombia el punk no se quedó en las grandes urbes puesto que también tuvo acogida en municipios y ciudades pequeñas siendo usado como una vía que permite relatar y exponer la cotidianidad de jóvenes, especialmente de barrios populares. Durante la década de los 90 el punk melódico aparece, este buscaba refrescar el sonido del punk haciendo de este un sonido menos estridente, bandas como Mojiganga y La Rebeca empezaron a tomar fuerza bajo este subgénero apoyado por sellos discográficos independientes tales como Koala records facilitando así la producción y difusión de la música.

El cine también ha jugado un papel importante en el punk, en 1990 se estrena la película, *Rodrigo d: no futuro*, este film desempeñó un rol fundamental en la visibilización del movimiento, puesto que su historia se desarrolló alrededor de la vida de un joven que dentro del caos del violento contexto de desigualdad que vivía se alinea al nihilismo característico del punk inglés. A través del arte el punk se ha consolidado en el país como un movimiento de resistencia y rebeldía, manteniendo vigencia en contextos culturales y populares, como se evidencia en Bogotá, donde se han desarrollado festivales tales como “El día del ruido”. El punk en Colombia se constituye como una herramienta de protesta social frente a las problemáticas que vive el país, que ha tenido una función ante la escasez de oportunidades y la violencia esto representado desde bandas como I.R.A en Medellín o Polikarpa y sus Viciosas en Bogotá (Señal Colombia, 2018).

Dadas las condiciones contextuales de Medellín en los años 80 y 90, el descontento social ante la violencia del narcotráfico generaron un terreno fértil para el desarrollo de la escena punk. Los jóvenes de los barrios más vulnerables luchaban en contra de todas las dificultades que permeaban su cotidianidad, es aquí cuando el punk se presentó como una oportunidad de lucha y rebeldía, en las letras de Mutantex y Fértil Miseria se expone el dolor, la angustia y la rabia de una generación que sobrevive al caos generado por el narcotráfico y el conflicto haciendo un ejercicio de concientización a través de su música.

El punk surgió en forma paralela a la inserción del narcotráfico en los escenarios sociales y políticos", un contexto en el que el crimen organizado se fortaleció con el respaldo de algunos sectores políticos y su vinculación con el paramilitarismo (Restrepo, 2005, p. 7).

Por otro lado, Bogotá también fue un escenario en el cual mediante la creación de “Parches” logró reunir y unificar una escena compuesta de jóvenes que, dentro de la música,

encontraron una herramienta de resistencia. Bandas como Odio a Botero evidenciaron su descontento con la sociedad colombiana, además de exponer críticas sociales utilizando el humor o el sarcasmo. Dentro del punk bogotano también existió una mirada feminista tal y como lo fue Polikarpa y sus Viciosas, quienes mediante su música hicieron frente al patriarcado y denunciaron la violencia de género, permitiendo observar otra esfera de la lucha política con un enfoque de género. El punk compuesto por una estética distintiva y un crudo sonido se configura como una contundente forma de resistencia que visibiliza y lucha contra los más complejos contextos sociales, no solo es un género de producción musical, es una plataforma de representación por medio del arte.

El presente trabajo busca comprender cómo las prácticas de consumo musical tienen una repercusión en los colectivos e individuos, para ello, se hará uso de herramientas brindadas por la teoría sociológica, donde se indaga cómo alrededor del punk se construyen procesos identitarios. En este caso particular se realizará un estudio de tipo comparativo entre las bandas Alegoría Punk, The Perro Boyz y Chucha Punk, puesto que pese a ubicarse dentro el mismo género poseen un contenido y enfoque diferencial, desde el proceso de composición de letras musicalizadas con contenido político y crítico en torno a la protesta y la resistencia civil pero también dentro un enfoque nihilista con un producto mucho más alineado al “Vive rápido, muere joven” haciendo oda al consumo de sustancias y a la resistencia dentro de otro tipo de esferas. En esta investigación se realizó un análisis comparativo que nos permite conocer la construcción estética e identitaria de las bandas, además de indagar si actualmente en Bogotá aún existe impacto del Punk en la construcción identitaria de quienes consumen y crean este tipo música.

Selección de la Muestra

La elección de estas bandas se debe a su capacidad de representar diferentes perspectivas del punk, Alegoría con su enfoque político genera críticas sociales que denuncian y resisten injusticias sistemáticas, a través de sus letras y estética este grupo ha consolidado popularidad en un sector de los consumidores de Punk bogotano posicionándose como un referente del punk local en el cual la identidad juvenil se articula en torno a la lucha, la rebeldía y la crítica social con temas como “Arroja la bomba” lo que la convierte en un objeto de estudio relevante para el ejercicio de análisis comparativo explorando cómo el arte puede influir en los procesos de

formación de subjetividades críticas y comprometidas. Por otro lado algunas de las letras de The Perro Boyz adoptan un enfoque nihilista y Chucha una recuperación identitaria de lo andino desde su mezcla del Punk con ritmos latinos, lo que genera una distinción de contenido en las bandas.

Se puede observar una perspectiva más desencantada de la vida que se aleja un poco del enfoque político directo para explorar vivencias y sentimientos más ligados al vacío en The Perro Boys, mientras que en chucha la propuesta estética en letras y performance es totalmente distinta, lo que permite realizar el estudio comparativo teniendo en cuenta la diversidad de los procesos que rodean la construcción identitaria en Bogotá del 2022 al 2024

Alegoría es una banda que destaca por mantener un estilo que oscila entre el punk melódico y el hardcore. En sus inicios, la banda interpretó algunos covers de grupos influyentes dentro de la escena del punk tal como La Polla Records, Los Muertos de Cristo, Eskorbuto, Fértil Miseria y Los Plones de Medellín. Estas múltiples influencias permitieron que la banda desarrollara canciones propias que reflejaban una mezcla de estilos, en algunas ocasiones inclinándose más hacia el hardcore punk y otras hacia un punk más melódico. Esta banda ha logrado consolidarse con una audiencia, que puede llegar a encontrar en sus letras y en la fuerza de su interpretación un medio de catarsis.

Estas bandas han logrado ser referentes dentro de la escena reciente del punk bogotano, Alegoría con un discurso politizado y nutrido de vivencias personales y The Perro Boyz con un enfoque más nihilista, representan dos partes de importancia dentro de la escena punk, la resistencia organizada y la anarquía desesperanzada. Esto permite identificar la forma en que los jóvenes logran identificarse con diferentes miradas dentro del movimiento punk, generando un marco de posibilidades para analizar la identidad juvenil en el contexto de Bogotá.

A su vez, el impacto del punk no solo se limita a sus letras o estética, sino también a las dinámicas de consumo y apropiación del mismo. Estas bandas han sido parte de festivales, toques autogestionados y encuentros comunitarios, consolidando una escena en la que los jóvenes pueden expresarse libremente e interactuar con un grupo de personas que comparten sus ideales.

El análisis comparativo entre Alegoría, The Perro Boys y Chucha Punk es muy importante para entender cómo la escena del punk puede llegar a hacer parte de los procesos de construcción de identidad juvenil en Bogotá. Alegoría expone una mirada que mezcla melodía y

protesta con un discurso estructurado desde el punk rock, mientras que The Perro Boys genera una visión más directa y cruda basada en vivencias personales desde el hard punk el cual está caracterizado por melodías más fuertes y estridentes. Por otro lado Chucha es una banda la cual posee un enfoque que visibiliza y legitima lo andino desde sus letras y principalmente desde su performance y estética portando ruanas y gorros de lana que evocan estas raíces, Esta diferencia en sus propuestas estéticas y discursivas es clave para llegar a entender la diversidad de narrativas que surgen dentro del punk y su posible influencia en quienes consumen este género

The perro boyz es una banda clave dentro del proceso investigativo de este trabajo puesto que encarna una dualidad entre el hardcore punk y dinámicas barriales desarrolladas en Bogotá, dando vida a una fusión de una estética cruda con letras que narran experiencias de violencia, exclusión, desencanto con el mundo y resistencia, sin embargo, más allá de realizar una crítica social explícita The Perro Boyz también se sumerge en una visión nihilista donde el desencanto se convierte en un elemento central en sus letras, dando vida a elementos asociados a la identidad en el punk.

Sus letras son el reflejo de la visión marcada por la ausencia de sentido, precariedad y violencia elementos que resuenan con la realidad colombiana marcada por la desigualdad y la marginalidad, hay un profundo descontento con las estructuras tradicionales de poder y sus letras contestatarias reflejan perfectamente la esencia rebelde del punk. La banda canaliza la rabia y la frustración a través de su música marcada por un sonido agresivo y una lírica que tambalea entre las líneas de la resignación y la resistencia, entre la autodestrucción y la afirmación de una identidad forjada en lo crudo de la urbe.

El nihilismo va más allá de la filosofía, es una respuesta emocional y política ante los contextos que no ofrecen salidas. En un país donde la violencia estructural, la pobreza, los escasos de oportunidad y la corrupción son parte de la vida cotidiana, The Perro Boyz se convierte en un reflejo del hastío existencial, sus letras permiten la exploración del nihilismo como un discurso identitario proporcionando un sentido de pertenencia a quienes el mundo les niega un lugar digno.

Analizar su estética y consumo musical dentro de esta perspectiva que transita entre el nihilismo y la resistencia permite comprender cómo se puede gestar la configuración de

identidades a partir de la música y el movimiento que gira en torno a ella. Incluir a The Perro Boyz en un estudio comparativo con Alegoría y Chucha permite ampliar la mirada sobre las múltiples formas en las que el punk persiste y resiste en una sociedad que quiere callarlo. El punk se vive y se reinterpreta y el recorrido investigativo en estas tres bandas presentará los puntos en común, particularidades y diferencias entre el Punk con letras nihilistas, políticas y vivenciales en la escena local.

La selección de estas tres bandas da paso a indagar las dimensiones de la identidad juvenil dentro de la escena punk, desde la mirada politizada hasta la alienación y la desesperanza. Además, su actividad reciente en la escena punk de Bogotá desde centros de reunión como Estruendo Bar y Stones Bar las convierten en actores clave para analizar cómo el punk se mantiene vigente como una plataforma de resistencia y libre expresión en el contexto actual.

La elección de estas bandas como objeto de estudio no es arbitraria, sino que responde a la necesidad de indagar en las múltiples facetas del punk en Bogotá. Mientras Alegoría representa una voz de lucha, vivencias personales y expresión política y desencanto, The Perro Boys encarna el desencanto y la rabia visceral, y Chucha resalta la identidad andina. Estas perspectivas son fundamentales para comprender la complejidad del punk como fenómeno cultural y su influencia en la construcción de identidades juveniles en la ciudad.

Pregunta problema

¿Cómo influyen la estética y el consumo de la música en la construcción de la identidad juvenil en Bogotá, tomando como referencia un análisis comparativo de las bandas The Perro Boys, Alegoría Punk y Chucha en los años 2022-2024?

Objetivo General

Analizar la influencia de la estética y el consumo de música en la construcción de la identidad juvenil en Bogotá, a través de un análisis comparativo de las bandas The Perro Boys, Alegoría Punk y Chucha en los años 2022-2024

Objetivos específicos

1. Describir cómo las bandas The perro boys, Alegoría Punk y Chucha punk construyen procesos identitarios
2. Caracterizar la estética musical de las bandas a partir de sus procesos de producción cultural, detallando los aspectos visuales, sonoros y performativos.
3. Identificar las dinámicas de consumo musical, entre los jóvenes de Bogotá que conforman el público de las bandas The perro Boys, Alegoría, Chucha, y detallar cómo estas bandas se han presentado en el marco de dichas dinámicas.

ANTECEDENTES

Bogotá punk: Una aproximación al movimiento punk y sus integrantes, Carlos Eduardo Correa Montoya, 2007: esta investigación lleva a cabo un análisis del movimiento punk en los 80, este trabajo presenta elementos valiosos para la presente investigación puesto que al realizar un recorrido histórico en la subcultura punk permite generar espacios para un estudio de caso comparativo. Analizar cómo el punk construye identidades en los años 80 permite ver qué prácticas se mantienen vigentes o por el contrario se han transformado con el paso del tiempo en la ciudad de Bogotá.

Una lectura de lo real a través del Punk, Andrea Restrepo Restrepo, 2005: este artículo posee relevancia para esta investigación puesto que aporta un análisis profundo acerca de el punk como un movimiento contracultural lo cual se vincula con el presente estudio que abarca el análisis de categorías como estética y consumo las cuales componen parte de la identidad de la contracultura. Este trabajo emplea una metodología particular que podría ser valiosa en la investigación puesto que toma las letras de las canciones como un testimonio que permite acercarse y conocer el contexto social alrededor de la música.

Contenidos políticos en las prácticas creativas “en vivo” de la agrupación Desarme Rock Social, Mario Arturo Suárez Mendoza, 2017: este documento es de relevancia para la presente investigación puesto que analiza una agrupación particular en este caso desarme rock social, cosa que también se realizará en esta investigación con dos agrupaciones, el análisis de los procesos creativos de la banda dan un punto de referencia que puede ser aplicable en esta investigación y a través del estudio de estos procesos podemos llegar a abarcar las categorías de estética y consumo además del análisis de los diferentes contenidos desde sus corrientes dentro de la subcultura.

Más allá del ruido; Construcción identitaria y de subjetividad política en militantes de la Organización RASH Bogotá a partir del género musical Punk, William Andrey Mendoza Cardenas, 2019: esta investigación proporciona información pertinente puesto que aborda directamente la categoría de identidad realizando una relación entre el consumo del género musical con los procesos de construcción identitaria sentando un precedente y unas metodologías aplicables dentro de esta investigación que atraviesa otras categorías tales como el consumo y la estética.

La identidad punk en la ciudad de Bogotá ha sido estudiada desde diversas perspectivas y ciencias sociales, destacando su importancia en la formación de identidades juveniles y su cercanía con la rebeldía y resistencia. Investigaciones tales como la de Claire Toulemonde, titulada "La identidad punk, analizada desde un caso punk", son elementos vitales al momento de entender cómo este movimiento ha llegado y se ha asentado en la capital del país, en respuesta a los contextos de pobreza, escasez de oportunidades y violencia estructural que tienen lugar en la ciudad. Su análisis expone de forma detallada cómo los punks de Bogotá tienen procesos de construcción de identidad a través de prácticas como la autogestión, el rechazo a las normas impuestas por el sistema y la resignificación de símbolos.

Este contexto es de vital importancia para la investigación actual, ya que brinda una amplia contextualización que evidencia cómo la identidad de los punks en Bogotá no se forma exclusivamente en su consumo musical, sino también a través de la performatividad y la producción cultural autogestionada y alternativa.

Investigaciones como *"El punk en Ibagué de Juliana Alexandra Montesino Rico 2018: dinámicas de construcción identitaria y prácticas en la escena local"*, exponen la relevancia de analizar cómo el movimiento punk ha encontrado lugares propicios para su desarrollo en contextos distintos a ciudades grandes con gran diversidad como Bogotá y Medellín. En este sentido, se han observado e identificado algunas prácticas que han dado paso a la consolidación de una escena punk propia, con particularidades que responden al contexto de otros lugares, la historia del punk en Ibagué permite observar paralelismos con otras escenas en el país y analizar cómo se crean espacios de resistencia y rebeldía a partir de la autogestión, la estética y el consumo musical.

MARCO CONCEPTUAL

En la presente investigación se desarrolla un trabajo que se enmarca dentro de la sociología de la música. Esta área permite estudiar y comprender la relación existente entre las expresiones sonoras y los procesos sociales, culturales e identitarios. Por ende podemos abstraer que la música no solo es un fenómeno exclusivamente sonoro o estético, sino también un medio que construye de forma simbólica prácticas, imaginarios y formas en las cuales los colectivos pueden organizarse y accionar. Por lo tanto, el punk, más allá de un sonido estridente y una estética rebelde, es una subcultura que actúa como un lugar en el cual se generan dinámicas de socialización y en el que sus seguidores encuentran un lugar de enunciación con significados compartidos mientras construyen identidades a través de la música.

Autores como Simon Frith (1996) han ilustrado cómo la música es también un acto social que genera la formación y congregación de identidades a partir de una experiencia sonora. En el caso del punk, esto se puede evidenciar en el marco de los espacios en los cuales se desarrolla la producción musical y se gestan las dinámicas de consumo, en las cuales los jóvenes crean sentidos de pertenencia con el género a través de su estética, la rebeldía, protesta y la performatividad. Partiendo de este punto, la sociología de la música ofrece herramientas para el análisis de cómo las bandas The Perro Boys, Alegoría y Chucha pueden llegar a influir en la construcción de identidad de quienes consumen su música, mediante sus letras, su estética y puesta en escena y su papel en la escena punk bogotana.

Asimismo, la autora Tia DeNora (2000), explica cómo la música puede ser comprendida como una tecnología del yo, es decir, un espacio en el cual los individuos estructuran su cotidianidad, sus sentimientos y sus interacciones. Esto es un elemento vital para analizar el impacto de la estética y el consumo musical en los procesos de construcción identitaria, entendiendo así que el punk no solo se escucha, sino que este trasciende a las vivencias cotidianas y se encarna en prácticas específicas. El análisis comparativo de Alegoría, The Perro Boyz y Chucha permite explorar cómo los jóvenes apropian este género, y configuran sus discursos creando espacios de resistencia dentro de la ciudad. Con esta base, la investigación se sustenta en la sociología de la música para abordar el punk como un fenómeno que trasciende lo sonoro, y explora su papel en la formación de identidades y su papel en la construcción de estas.

Estética

La estética desde “La distinción: criterio y bases sociales del gusto” Pierre Bourdieu:

La estética normalmente suele ser pensada como una experiencia individual basada en aquello que nos parece bello o agradable, sin embargo, desde la mirada sociológica de Bourdieu, la estética no se reduce a una vivencia personal o a un juicio casual, en su conocido texto “La distinción: criterio y bases sociales del gusto” se expone la estética como una práctica social que visibiliza y reproduce las diferencias entre clases sociales. Bourdieu propone que el gusto, entendiéndolo como la capacidad de valorar y preferir formas artísticas específicas, no nace de una elección natural o casual, sino que por el contrario se construye socialmente por el contexto social en el que se desenvuelve la persona desde temprana edad. Esto está determinado por el *habitus*, es decir un conjunto de predisposiciones adquiridas desde la infancia que dirigen nuestras percepciones, juicios y comportamientos como señala en *El sentido práctico* “una capacidad infinita de engendrar, con total libertad (controlada), unos productos —pensamientos, percepciones, expresiones, acciones— que siempre tienen como límite las condiciones histórica y socialmente situadas de su producción” (p. 90), esto no es elegido, está ligado al entorno social en el que se desarrolla cada individuo, vinculados a su capital cultural, económico y clase social. Debido a esto el gusto no es una simple preferencia sino una expresión clara del lugar que ocupa un individuo dentro de la estructura social.

En este sentido, lo considerado como bello o valioso no solo dependerá de cualidades objetivas, sino de relaciones de poder simbólico dentro de las cuales las clases dominantes impondrán su visión del mundo como válida y legítima, y con esto también sus formas de consumir y apreciar el arte. Bourdieu llamaría a esto “El gusto legítimo” evidenciando como instituciones como la escuela, museos y academia reforzarán esto, puesto que estos espacios no solo difunden contenidos culturales sino que también premian más fácilmente a quienes desde casa han cultivado capitales culturales, haciendo así aún más visibles las diferencias de clase.

Por el contrario, los gustos vinculados a las clases populares se clasificaron como vulgares, aun cuando estos poseen lógicas propias y expresiones artísticas diversas y complejas. Esta desvalorización no se basará en una objetividad artística sino en un sistema que asocia el estatus social con el consumo de ciertas expresiones artísticas.

De todos los objetos que se ofrecen a la elección de los consumidores, no existe ninguno más enclasante que las obras de arte legítimas, que, globalmente distintivas, permiten la producción de

distingos al infinito, gracias al juego de las divisiones y subdivisiones en géneros, épocas, maneras, autores, etcétera (Bourdieu P., 1979. p. 11).

Desde esta perspectiva, la estética será un campo de lucha simbólica en el cual se disputará el reconocimiento de las formas de ver, sentir y comprender el mundo entre clases sociales. La cuestión no será meramente definir qué obras son más bellas sino quién define y legitima esto. Por esto, el juicio estético jamás será neutral, está plenamente atravesado por relaciones de clase y luchas de poder, esto permite entender la estética no como algo natural o casual sino como una relación social dependiente de las estructuras en las cuales se ubiquen los sujetos y de sus recursos para valorar lo que consumen.

El gusto no es una elección individual, es una forma construida socialmente para ver el mundo y posicionarse dentro de él. El punk es un movimiento cultural y musical que se posiciona desde la rebeldía y se apropia de lo estridente, tanto su música como su estética visual resuena perfectamente con la lucha en contra de “El gusto legítimo”. El punk se situará como un grito de guerra en contra del gusto burgués que hace del arte un campo cerrado en el cual solo unos pocos pueden ingresar, con letras simples, acordes sencillos y un performance despreocupado abre el arte al acceso de cualquiera que quiera en medio de un grito visceral exponer su rabia e inconformidad, dentro de una estructura en la que la elite selecciona lo bello, el punk se apropió de lo feo para posicionarse y enunciarse ante el mundo.

Theodor Adorno: Teoría estética

En la teoría de Adorno la estética no es comprendida como una categoría atemporal ni carente de contenido social, en “teoría estética” el autor plantea que las categorías de “Bello” y “Feo” normalmente entendidas como categorías opuestas y estandarizadas, son construcciones históricas que están sujetas a modificaciones. Adorno hace especial énfasis en la crisis del ideal clásico de belleza en el arte moderno al exhibir formas estridentes e incluso intencionalmente feas, las cuales buscan exponer el reflejo del mundo social. Sin embargo, esto no debe ser leído como una negación deliberada a la estética, sino por el contrario como una profundización en sí misma, lo feo tendrá una posición crítica rompiendo con lo que lo tradicionalmente bello silenciosa, la técnica se convierte en una portadora de contenidos. Desde esta perspectiva, la

estética no solo es un objeto de placer, sino un medio de conocimiento crítico capaz de señalar y reflejar al mundo por medio de lo que en apariencia será solo arte.

El arte tiene que adoptar la causa de todo lo proscrito por feo, pero no para integrarlo, mitigarlo o reconciliarlo con su existencia mediante el humor (que es más repugnante que todo lo repugnante), sino para denunciar en lo feo al mundo que lo crea y reproduce a su imagen y semejanza (Adorno, 1970, p. 96).

Esta cita en el marco de la tesis que actualmente se desarrolla manifiesta un punto fundamental del punk como movimiento cultural y medio de expresión, lo feo no se disfraza detrás de la estética, y la estética no muere al enunciar lo feo, es una expresión artística que en toda regla denuncia lo que el mundo reproduce y lo hace desde el ámbito musical y performático del individuo dentro de su habitus.

Estética desde Jacques Rancière:

Jacques Rancière maneja una propuesta de la estética que se articula con las distintas concepciones tradicionales del arte como vehículo hacia la enseñanza moral. En su obra "Disenso". *Ensayos sobre estética y política* (2019), plantea que la estética no debe ser entendida como una forma específica de configurar lo sensible. La configuración tradicional de lo sensible organiza jerarquías sociales y culturales puesto que determinan las voces legítimas, formas artísticas aceptadas y también las descartadas consideradas como "Ruido" o "No arte". Desde esta perspectiva es importante comprender la estética no como un adorno sino como una forma de habitar y relacionarse, que tiene implicaciones políticas profundas. Rancière definirá el régimen estético del arte a un momento histórico en el que el arte logra emanciparse de las funciones representativas tradicionales, en este régimen las jerarquías entre lo aceptable y lo vulgar, lo bello y lo desagradable se desdibujaron, el arte ya no responderá de forma obligatoria a un canon formal sino que se entenderá por su capacidad de producir nuevas formas de sensibilidad y percepción. En palabras del autor "La «pérdida de una relación estable» entre lo sensible y lo inteligible no es la pérdida del poder de relación, sino la multiplicación de sus formas. No hay nada que sea «irrepresentable» en el régimen estético del arte" (Rancière, 2019, p. 148) esta afirmación alude nuevamente a la ruptura entre lo presentable y lo impresentable, siendo un acto disruptivo que permite a nuevos cuerpos, estéticas, voces y vivencias ocupar espacios desde los cuales fueron excluidos.

Desde este punto, el arte se vuelve un elemento de carácter político, no necesariamente porque su mensaje sea explícito sobre la realidad social, sino porque redefine los marcos que delimitan lo que se puede decir, ver o expresar. La estética nueva produce disensos puesto que desestabilizan los medios normativos de percepción y acaba con el reparto tradicional de significados y roles. Una obra de arte puede ser políticamente importante no por tener un contenido políticamente explícito, sino porque al introducir una nueva forma de hacer arte también da visibilidad a lo marginado y reordena lo establecido, esto resulta especialmente valioso para analizar prácticas culturales que no se alinean a los cánones establecidos de belleza.

En el caso del punk la ruptura con las normas estéticas establecidas no funciona como una provocación gratuita, es una forma de intervención en la organización de lo sensible, se rechazan las técnicas convencionales, la estética visual guiada por la tendencia, la armonía melódica, etc. El punk desafía directamente lo que para la sociedad es considerado arte legítimo y se posiciona como una estética rebelde que incomoda y sacude, su finalidad no es agradar ni representar la realidad de forma pulcra, ordenada y tranquila, busca interrumpir y en esa interrupción radica su potencia política pese a que no siempre sus letras tengan un contenido explícitamente político.

En el recorrido realizado por las propuestas de Rancière, Adorno y Bourdieu es posible comprender la categoría de estética no como un único concepto universal ni como un conjunto de cánones fijos asociados a la belleza, sino como un concepto profundamente ligado a las relaciones sociales históricas y políticas. Con Rancière la estética se definirá como la configuración de lo sensible, es decir, la organización de lo que puede ser percibido en un tiempo y espacio determinado, este enfoque permite ver el arte como una práctica que más allá de transmitir o comunicar, también puede alterar los marcos perceptivos, esto habilita nuevas formas de experiencia exponiendo así como lo estético contiene un profundo valor político en tanto reordena los lugares asignados por el orden dominante.

Por su parte, Adorno permite analizar el lugar que ocupa “lo feo” dentro del arte moderno como una respuesta crítica a las condiciones de desarrollo de un mundo alienado y cosificado. Para este autor el arte rompe con la idea de belleza clasificada como algo universal y permanente para adentrarse en una profundización crítica de lo estético en la cual lo desagradable y lo

estridente son medios de denuncia. La estética para Adorno no busca ser complaciente sino interpelar y poner en tensión la relación entre arte y sociedad.

Finalmente desde Bourdieu la estética no se desliga de las estructuras sociales puesto que son estas las que definen el gusto y mediante esto genera distancia y jerarquías sociales entre quienes acceden al arte legítimo y quienes acceden al entrenamiento vulgar. El juicio estético está condicionado al habitus y el capital cultural, esto tiene implicaciones directas en las prácticas artísticas y los modos de consumo que están alineados a posiciones sociales específicas. De esta manera se expone cómo la estética no es una expresión individual aislada de lo social, sino una forma de distinción y reproducción simbólica de las desigualdades.

Estos enfoques en conjunto permiten abordar la categoría de estética desde una mirada crítica, contextualizada y comprenderla como una herramienta que cuestiona el orden social. Esto permite realizar un análisis más profundo de expresiones culturales que se alejan del canon tradicional tal y como lo es el punk, un movimiento social, político y musical que sustenta este trabajo.

Consumo según García Canclini:

Para García Canclini, el consumo es mucho más complejo que la relación mercantil entre comprador y vendedor, e incluso, puede tener una complejidad mayor que los elementos de distinción en el consumo. Este alega que el acto de consumir determinados bienes o mercancías pasa por el proceso reflexivo de buscar expresar distintos mensajes, por lo cual en primera instancia define el consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García N. 1995, pág. 42). Continuando la línea argumentativa de que el consumo tiene detrás unas lógicas de agencia más complejas que sólo la compra y venta de productos, e incluso la distinción entre hábitos de consumo orientados por la condición de clase. Menciona que “Consumir es participar en un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo” (García N. 1995, p. 44)

Dicho lo anterior, alega que además las élites no construyen sus hábitos de consumo de forma completamente cerrada y ajena a las clases populares, sino que, para generar estos elementos de distinción, la significación que se le da a estos objetos debe ser difundida, y debe

ser comprendida por los sectores que no pueden adquirir estas mercancías “Pero si los miembros de una sociedad no compartieran los sentidos de los bienes, si sólo fueran comprensibles para la élite o la minoría que los usa, no servirían como instrumentos de diferenciación.” (García N. 1995, pág.45)

Ahora bien, parte del desarrollo teórico del texto de García centra la atención en los hábitos de consumo en sectores populares y en el cuestionamiento que a menudo se hace de por qué personas de estas clases pueden realizar gastos en mercancías menos importantes sin tener resueltas sus necesidades básicas, a lo cuál él responde “Encuentro una clave para responder a estas preguntas en la frecuencia con que esos gastos suntuarios, "dispendiosos", se asocian a rituales y celebraciones.” (García N. 1995, pág. 47).

Entonces, problematiza varias cuestiones a la hora de comprender el consumo, pues asume que dentro del consumo, se generan elementos de distinción, pero también, ante la pérdida de legitimidad de muchas instituciones modernas como el Estado y los partidos políticos, se traslada el actuar político al mercado y muchas veces busca el consumidor convertirse en ciudadano “Estas acciones políticas, en las que los consumidores ascienden a ciudadanos, implican una concepción del mercado no como simple lugar de intercambio de mercancías sino como parte de interacciones socioculturales más complejas” (García N. 1995, pág.53.).

Por lo tanto, si la lógica de consumo puede ir más allá de lo que ya los análisis de clase, como los análisis más economicistas nos dan, se puede desmenuzar la lógica del consumo denotando que “Dentro de esta multiplicidad de acciones e interacciones, los objetos tienen una vida complicada. En cierta fase son sólo "candidatos a mercancías", en otra pasan por una etapa propiamente mercantil y luego pueden perder ese carácter y ganar otro.” (García N. 1995, pág. 53-54). El autor aterriza en lo concreto esta afirmación a partir de lo siguiente “Un ejemplo: [...] una canción producida por motivaciones sólo estéticas, luego alcanza repercusión masiva y ganancias como disco, y al final, es apropiada y modificada por un movimiento político, se vuelve recurso de identificación y movilización colectivas.” (García N. 1995, pág. 54).

Como ya se mencionó antes, el consumo es una forma de construir identidades, dar mensajes, realizar festejos o rituales, consolidar lógicas de distinción, y reconfigurar el espacio del mercado como un lugar donde “ Algunos consumidores quieren ser ciudadanos.” (García N. 1995, pág 54), demostrando que en el acto del consumo confluyen una variedad de elementos culturales, identitarios y hasta políticos.

Identidad

Las juventudes urbanas en Bogotá han encontrado múltiples formas de construir y expresar su identidad desde distintas esferas sin embargo, el concepto de identidad no puede entenderse como un rasgo fijo o inmutable, por el contrario, Stuart Hall en su texto *cuestiones de identidad cultural* explora la identidad como una construcción discursiva, es decir un proceso sujeto a cambios y profundamente marcado por la historia, la cultura y la relación con otros.

Las identidades tienen que ver con las cuestiones referidas al uso de los recursos de la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir y no de ser; no ‘quiénes somos’ o ‘de dónde venimos’ sino en qué podríamos convertirnos, cómo nos han representado y cómo atañe ello al modo como podríamos representarnos. Las identidades, en consecuencia, se constituyen dentro de la representación y no fuera de ella (Hall, 1996, pp. 17–18).

Desde esta perspectiva las identidades juveniles entran no como un reflejo del “yo verdadero” sino como una serie de posicionamientos simbólicos y afectivos que cambian constantemente dentro de prácticas cotidianas como escuchar ciertos géneros musicales, portar estéticas específicas y pertenecer a distintas escenas.

En el texto Hall identifica distintas concepciones de “Sujeto” que permiten comprender el concepto de identidad y su construcción dentro de las individualidades, el sujeto del iluminismo, el sujeto sociológico y el sujeto posmoderno el cual será el de mayor relevancia dentro de este trabajo, este será concebido como múltiple, contradictorio y fragmentado. Por tanto, su identidad será el resultado de procesos de articulación entre discursos, prácticas y memorias siendo así no una categoría fija o inmutable sino un proceso en constante construcción. En este curso elementos como la exclusión y la diferencia son fundamentales puesto que dentro de la formación identitaria no solo se definirá lo que se afirma ser sino también lo que se rechaza o en palabras de Hall (1996):

Las ‘unidades’ proclamadas por las identidades se construyen, en realidad, dentro del juego del poder y la exclusión y son el resultado, no de una totalidad natural e inevitable o primordial, sino del proceso naturalizado y sobre determinado de ‘cierre’ (p. 18).

En este orden de ideas preferencias estéticas o musicales (como el punk) no solo responden al simple gusto sino a estrategias de posicionamiento simbólico frente al orden

establecido, por esto mismo, en el caso puntual del presente trabajo el punk no es solo un consumo musical o estético sino una práctica completamente identitaria dentro de la cual se narran biografías, exploran afectos y se producen sentidos colectivos mediante la negociación de su lugar en el mundo, por ende no serán identidades fijas o uniformes sino parciales, híbridas, abiertas al conflicto y constituidas bajo la individualidad de la experiencia marcada por la historia, la cultura y el contexto.

Identidad desde Maffesoli: El tiempo de las tribus

En la perspectiva propuesta por Maffesoli (1988) en su texto *El tiempo de las tribus* se desarrolla el concepto de tribalismo como una nueva configuración de la identidad que surge dentro de la posmodernidad, esta se distancia de las nociones modernas del sujeto sostenido en la individualidad de la productividad, y la diferenciación del individuo cada vez es mayormente difuminada en medio de un nosotros. El tribalismo en palabras de Maffesoli “vagabundea desde tiempos inmemoriales en los flujos grupales” y reaparece legítimamente en la contemporaneidad, confrontando con “el ideal fundamental que estructuró a las sociedades modernas, el ideal de progreso” (Maffesoli, 1988 p. 9).

Para este autor el retorno de lo comunitario no implica un retroceso sino la manifestación del deseo colectivo de volver a vincular lo humano en el marco de una modernidad cargada de individualismo. Maffesoli menciona “Las selvas de piedra” haciendo referencia a las grandes urbes en las cuales observa un sentido de pertenencia que es expresado en redes afectivas, grupos y comunidades de afinidad que sin estar mediados por instituciones formales generan nuevas formas de identificación sustentadas en la solidaridad, es aquí donde el tribalismo posmoderno se configura como un tejido de emociones compartidas que logra reunir y articular a grupos de personas.

Desde esta perspectiva el tribalismo no es solo una categoría sociológica sino también una experiencia compartida que se dota de sentido por medio de la fragmentación de la sociedad a consecuencia del individualismo, por esto mismo nace la necesidad de agruparse mediante colectivos. Las tribus aféctales no son grupos cerrados ni estáticos, son comunidades que nacen y se agrupan por medio de la emoción, el gusto y la estética, esto se articula directamente con el centro del presente trabajo puesto que el punk se configura justamente como un medio en el cual se hace comunidad a través de la emoción, el gusto y la estética.

Este enfoque permite entender que las identidades juveniles no se construyen únicamente a partir de discursos ideológicos. Las emociones, estéticas compartidas y prácticas cotidianas también construyen identidades basadas en la pertenencia y la construcción de comunidad. Las agrupaciones como The perro Boyz, Alegoria y Chucha son parte del proceso en el que el punk se constituye como una tribu contemporánea ya que, por medio de la música, especialmente de los toques, crean espacios de convergencia que se traducen en rituales colectivos y lenguajes simbólicos, allí la rabia se transforma en catarsis y la estética en un signo de pertenencia.

Bajo estos parámetros la identidad juvenil desde Maffesoli se puede entender como una experiencia más compartida que individual la cual surge a partir de la interacción, en el punk la comunidad se configura como refugio y resistencia donde se encuentra sentido no en la estabilidad impuesta sino en la lucha rebelde y confrontación sobre un sistema que violenta sus formas de ver y habitar el mundo.

Identidad desde Juan Rogelio Ramírez:

La identidad desde el artículo de Juan Rogelio Ramírez se entiende como una construcción social que surge a partir de las interacciones, los significados compartidos y las prácticas culturales. El autor sostiene que los discursos generan redes simbólicas que crean sentidos de pertenencia y autopercepción, Ramírez (2006):

Los discursos establecen redes de significados compartidos que propician un sentido de pertenencia, ciertas prácticas y un horizonte de futuro común. Es decir, crean identidades públicas que, además, inciden en el desarrollo de prácticas y de una autopercepción en el ámbito de la identidad de cada uno de los sujetos interpelados. (p. 248).

Este autor señala que las colectividades musicales han sido objeto de prejuicios en múltiples ocasiones, sobre todo las asociadas a lo juvenil puesto que se les atribuye un carácter pasivo frente a las industrias culturales. Frente a esto el autor señala de forma crítica su desacuerdo con este postulado y reivindica que más allá de masas manipuladas por la moda son sujetos con capacidad para dotar de sentido sus prácticas y construir dinámicas colectivas a partir de la música, de este modo la identidad se configura entonces como una relación entre el “yo” y el entorno donde la pertenencia se experimental a través del sentido estético, emocional y social.

En este marco el autor propone el concepto de “identidades sociomusicales” para entender las formas colectivas de identificación que se originan en torno al gusto y las prácticas musicales compartidas. Ramírez (2006) cita a Simón Frith, quien plantea que la música puede articular y mostrar valores compartidos, puesto que la música es uno de los transmisores emocionales más potentes siendo así una de las maneras más rápidas e intensas para gestar la pertenencia a un colectivo.

Esta perspectiva permite comprender que en fenómenos como el punk la identidad se produce por medio de la vivencia musical y la apropiación de estéticas y prácticas que le dan un sentido a la experiencia del colectivo, por ende la categoría de identidades sociomusicales se convierte en un pilar para el análisis de la agrupación y resistencia que se expresa no solo mediante discursos explícitamente políticos sino también a través de la intensidad afectiva que genera la música y los lazos simbólicos que produce.

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico de la presente investigación busca responder al objetivo general: analizar la influencia de la estética y el consumo de la música en la construcción de la identidad juvenil en Bogotá, a través de un análisis comparativo de las bandas The perro boys, Alegoría Punk y Chucha Punk en los años 2022-2024. Para esto se optara por un enfoque cualitativo fenomenológico, el cual permitirá entender cómo se relaciona el punk con las experiencias de los jóvenes en torno a lo identitario. La investigación cualitativa es la más acertada para este trabajo debido a que busca aproximarse a los fenómenos sociales a partir de los actores y los significados que construyen en su cotidianidad. En palabras de Vasilachis (2017):

La investigación cualitativa se ocupa de la vida de las personas, de historias, de comportamientos pero, además, del funcionamiento organizacional, de los movimientos sociales o de las relaciones interaccionales (Strauss y Corbin, 1990: 17). Está basada en la comunicación, en la recolección de historias, narrativas y descripciones de las experiencias de otros (Morse, 2005: 859, citado en Vasilachis, 2017, p. 31).

Dentro de este enfoque se adopta la perspectiva fenomenológica puesto que esta se centra en la experiencia vivida por los sujetos y en los significados subjetivos que constituyen su mundo. En palabras de Fuster (2019):

“Se fundamenta en el estudio de las experiencias de vida, respecto de un suceso, desde la perspectiva del sujeto. Este enfoque conduce a la descripción e interpretación de la esencia de las experiencias vividas, reconociendo el significado y la importancia en la pedagogía, psicología y sociología según la experiencia recogida” (p. 202).

En coherencia con este enfoque, la investigación tiene como objetivo describir cómo los jóvenes se relacionan con el punk en su cotidianidad e indagar en si este movimiento hace parte de su construcción de identidad a partir del caso focal de tres bandas, Alegoría Punk, Chucha Punk y The perro Boyz.

Técnicas de recolección de información

Para el desarrollo de esta investigación se aplicaron tres técnicas cualitativas, entrevistas semiestructuradas, análisis del discurso y grupo focal, cada una de estas en función de responder a los objetivos planteados.

Entrevistas semiestructuradas

Para esta investigación se realizaron tres entrevistas semiestructuradas con integrantes de las bandas The Perro Boyz, Alegoría Punk y Chucha Punk con el fin de comprender de manera profunda las experiencias y significados que los miembros de las bandas atribuyen al consumo del punk en la construcción de identidad de las bandas e individuos en Bogotá. La entrevista se constituye como una técnica fundamental dentro de la investigación cualitativa, debido a que permite un espacio en el cual el investigador accede directamente a la consciencia y realidad social de los actores “La entrevista se constituye en técnica clave de investigación social que a lo largo de las cuatro últimas décadas se ha convertido en un canal de entendimiento de la conciencia y de la realidad social” (Babativa et al., 2024, p. 92).

Dado a que el propósito de este trabajo no es solo recopilar información descriptiva, sino interpretar y comprender las percepciones, sentidos y vivencias de los individuos en torno al Punk, se optó por el formato de entrevistas semi estructuradas permitiendo una mayor flexibilidad en el intercambio y posibilitando que las preguntas abiertas se muevan de manera natural dentro de la conversación dando lugar a la emergencia de nuevas categorías, teniendo en cuenta que “La entrevista semiestructurada es un instrumento cualitativo que permite recolectar

información precisa y detallada durante una conversación, entre el entrevistador y el entrevistado, ya sea de manera individual o en grupo” (Babativa et al., 2024, p. 95).

En el contexto de esta investigación las entrevistas se aplicaron, en el caso de Alegoría Punk y The perro boyz a miembros de las bandas, mientras que la entrevista de Chucha Punk se realizo con todos los miembros, esto a partir de un guión diseñado entorno a dos temáticas principales:

- 1. Las formas en que se configuran identidades, como se generan y transmiten las estéticas punk (vestimenta, símbolos, visualidades, etc.)
- 2. La experiencia del consumo musical y cultural en su interacción con los públicos.

El material recogido fue grabado con autorización de los participantes y posteriormente transcrito de manera literal, con el fin de realizar un análisis interpretativo que aporte a la comprensión de las categorías propuestas en el estudio.

Tabla 1. El surgimiento de las bandas punk en Bogotá: territorios, identidades y estéticas

El surgimiento de las bandas punk en Bogotá: territorios, identidades y estéticas			
Categoría de análisis	Subcategoría / Dimensión	Autor(es) y cita clave	Aplicación al caso / Evidencia empírica
Identidad como proceso dinámico	Identidad-devenir / fragmentación / movimiento	Stuart Hall (1996): “La identidad es un concepto que funciona ‘bajo borradura’ en el intervalo entre inversión y surgimiento”.	Nicolás (The Perro Boyz) expresa que su motivación no es figurar, sino vivir la música, mostrando la identidad como proceso de transformación constante.
Autenticidad y resistencia	Crítica a la mercantilización de la estética	Theodor Adorno (1991): la industria cultural convierte los símbolos de resistencia en mercancía.	Nicolás rechaza la estética punk comercial (botas Dr. Martens, chaquetas costosas), reafirmando una búsqueda de autenticidad simbólica y autonomía estética.
Identidad	Pertenencia y	Juan Rogelio Ramírez	En Chucha, la identidad

sociomusical	colectividad afectiva	Paredes (2006): “Las identidades sociomusicales se extienden sobre la base de la desterritorialización”.	surge entre lo urbano y lo rural (Facatativá–Bogotá), mostrando un tránsito entre contextos y la creación de comunidad afectiva en torno al sonido.
Resignificación estética y lenguaje	Apropiación simbólica de lo marginal	Ramírez Paredes (2006): “La identidad se configura en redes de significados compartidos que propician sentido de pertenencia”.	El nombre Chucha resignifica lo “feo” y lo excluido como emblema de resistencia; su estética campesina subvierte los códigos del punk tradicional.
Territorio e identidad	Hibridación urbano–rural / reapropiación del espacio	Ramírez Paredes (2006): “La desterritorialización permite resignificar espacios y discursos culturales al desplazarse entre contextos”.	Chucha se desplaza entre vereda y ciudad, construyendo una identidad híbrida que dialoga con los territorios populares.
Estética y representación	El cuerpo y la performance como discurso	Hall (1997): “Las identidades se constituyen dentro de la representación y no fuera de ella”.	En The Perro Boyz, la estética no se ajusta al cliché punk; se manifiesta en la forma de ocupar el escenario y transgredir expectativas.
Autogestión y ética punk	Producción cultural independiente	García Canclini (1995): “el consumo cultural puede perder su carácter mercantil y ganar otro valor simbólico”.	Chucha y Alegoría graban, ensayan y circulan su música de forma autogestionada, generando economías simbólicas basadas en la colaboración.
Emoción y pertenencia	La música como experiencia afectiva compartida	Simon Frith, citado por Ramírez (2006): “Solo la música puede hacer que los sientas”.	En Alegoría, la emoción se convierte en medio de acción política: el dolor, la frustración y la esperanza se transforman en identidad colectiva.

Contradicciones y politización	Identidades en tensión / política y subjetividad	Ramírez Paredes (2006): “la identidad se construye desde múltiples papeles sociales”.	En Alegoría, la mezcla entre crítica política y sentimientos personales evidencia la coexistencia de lo político y lo emocional como núcleo de su identidad.
Colectividad e identidad compartida	Compromiso y pertenencia afectiva	Ramírez (2006): “La pertenencia está inseparablemente ligada al grado de compromiso”.	En Alegoría, el sentido de pertenencia se origina en los lazos afectivos con la banda: “no tocamos por moda, sino porque nos duele el mundo”.
El punk como campo simbólico	Ruido, cuerpo y territorio	Hall (1997): “la identidad se articula entre representación, práctica y contexto”.	En las tres bandas, el punk opera como lenguaje colectivo que conecta cuerpo, territorio y emoción: el ruido se convierte en discurso social.

Nota: Creación propia (2025)

Análisis del discurso

Para esta investigación se empleó como herramienta metodológica el análisis del discurso para analizar las letras de las canciones producidas por las bandas The Perro Boyz, Alegoría Punk y Chucha. Este enfoque siguiendo a Van Dijk (1999) permite entender cómo a través del lenguaje artístico se producen y reproducen significados que orientan la construcción de estéticas e identidades. El análisis del discurso aplicado en la producción musical resulta pertinente debido a que las letras de las canciones no solo expresan emociones o narrativas individuales, sino que también comunican ideologías, formas de resistencia y visiones colectivas propias del Punk. Como señala Van Dijk el análisis crítico del discurso busca “Revelar las formas de poder, dominación y desigualdad que se expresan a través del lenguaje” En el caso del Punk este análisis permite evidenciar cómo desde la música se posicionan discursos frente a problemáticas sociales, políticas y culturales.

A partir de este enfoque se identificaron las regularidades discursivas, categorías y temáticas que exponen cómo las bandas interpelan a su público construyendo sentidos de comunidad y proyectando modelos de resistencia. De la misma manera se tendrá en cuenta el contexto social, cultural y político en el que se producen las canciones reconociendo su papel como prácticas culturales y simbólicas. En suma el análisis del discurso es una herramienta fundamental para comprender los sentidos y disputas que se movilizan en torno a la producción lírica de las bandas de punk indagando así en la relación entre estética musical, consumo cultural y procesos identitarios.

Para la selección de las canciones se tomaron en cuenta criterios tales como la vigencia temporal, la accesibilidad a las bandas para las entrevistas y la representatividad estética en el periodo de 2022-2024. En el caso de The perro Boyz se analizaron seis de las letras de sus canciones publicadas en su canal de YouTube, entre ellas varias pertenecientes al ep “Camino al precipicio” por considerar su producción más representativa dentro del marco temporal. Chucha por su parte contó con tres canciones disponibles publicadas dentro del periodo 2022-2024, todas incluidas por su eje en la crítica social y resistencia estética. En cuanto a Alegoría pese a que fue la banda que menos material público con tan solo dos canciones su presencia fue constante durante el 2022 en espacios físicos como lo son el Estruendo Bar y Stones Bar lo que justifica su inclusión dentro del análisis por su papel activo dentro de la escena punk bogotana.

El análisis de imágenes y material gráfico como portadas de videoclips y flyers se incorporaron como herramienta metodológica complementaria al análisis del discurso ya que permite profundizar en la dimensión estética y visual que son ejes fundamentales en el punk. Estas producciones no solo acompañan la música, sino que configuran dispositivos simbólicos que constituyen la comunicación y pertenencia dentro de la escena (Bourdieu, 1979; Maffesoli, 1988), donde se expresan los valores, emociones y posicionamientos políticos de las bandas. Por medio de estos elementos visuales se busca conocer cómo las bandas articulan su identidad colectiva, como se representan ante el público y de qué manera visualizan su discurso de resistencia. Este enfoque permite leer la imagen como texto social es decir un espacio donde converge la estética, el consumo y la identidad de la escena bogotana. El criterio de selección se dio por temporalidad 2022-2024 y material disponible tanto en YouTube como en las redes sociales de la banda para comprender sus universos estéticos y comunitarios.

Grupo focal

Se incorporó en las técnicas de recolección de información el grupo focal, esto con el fin de explorar las dinámicas colectivas de consumo musical y las formas en las que los jóvenes construyen sentidos en torno a la identidad y estética vinculada al punk. Esta técnica es pertinente en el marco de la investigación cualitativa ya que privilegia la interacción grupal permitiendo el acceso a la identificación de significados compartidos, lo cual permite comprender fenómenos que trascienden de la perspectiva individual tal y como en este caso, una subcultura urbana. En este sentido Donaduzzi, Beck, Weiller, Fernandes y Viero (2013) señala “El grupo focal constituye una técnica de investigación cualitativa que permite la construcción colectiva de significados”. Esta característica lo convierte en una herramienta especialmente adecuada para investigar procesos culturales donde la identidad se negocia, disputa y reafirma en espacios colectivos.

El grupo focal se aplicó a jóvenes seguidores de las bandas que componen la investigación con el propósito de generar un espacio de diálogo en el que emerjan percepciones sobre los medios de escucha, las apropiaciones estéticas y experiencias en la escena punk bogotana. La dinámica se organiza en torno a un guión flexible con preguntas orientadoras priorizando la participación equitativa y construyendo un clima de confianza puesto que la riqueza del grupo focal consta en la posibilidad de captar acuerdos, desacuerdos y tensiones dentro del intercambio grupal lo cual es clave para comprender cómo los jóvenes elaboran sentidos colectivos en torno a la música y su identidad

CAPÍTULO I. EL SURGIMIENTO DE LAS BANDAS PUNK EN BOGOTÁ:

TERRITORIOS, IDENTIDADES Y ESTÉTICAS

Introducción

El punk, particularmente dentro de la escena bogotana, no puede entenderse únicamente como una corriente musical puesto que este abarca un espacio social dentro del cual se reproducen prácticas culturales, afectos y resistencias. Desde su auge en el país hacia los años ochenta, el Punk ha sido un medio por el cual se comunica la crítica frente a múltiples

problemáticas sociales que en el marco de un territorio caracterizado por la desigualdad y la violencia es imperativa y necesaria. Su fuerza no es exclusiva de su agresividad sonora, nace de la posibilidad de construir comunidad y sentido desde el margen. En Bogotá la escena se ha expandido a lo largo de las décadas, adoptando formas diversas que van desde los colectivos barriales y los toques autogestionados, hasta eventos institucionalizados.

Sin embargo, detrás de la estética confrontativa y el ruido, el punk se sostiene bajo una extensa red de elementos simbólicos y significados sociales. Las bandas se configuran como micro espacios de socialización en los cuales hay producción cultural y disputa política, a través de la cual los jóvenes elaboran narrativas sobre su entorno, el lugar que ocupan en la ciudad y sobre sí mismos. En contextos en los cuales las exclusiones y desconfianza hacia las instituciones, la música se convierte en agencia y auto confirmación colectiva. La presente investigación parte de la premisa de la música como un fenómeno social antes que un producto meramente estético.

Este capítulo busca analizar cómo las bandas de punk en Bogotá, particularmente the Perro Boyz, Chucha y Alegoría producen identidad y experiencias a través de sus prácticas sonoras y visuales. El punk no solo expresa ideas o emociones, también teje relaciones y crea comunidad. Los sonidos, las letras y los cuerpos en escena funcionan como prácticas de representación que articulan memoria, crítica y deseo.

Abordar el punk desde la sociología permite trascender la mirada superficial que lo asocia exclusivamente con rebeldía o provocación sonora y estética, que pese a que son pilares del movimiento, pueden ser reduccionistas. Este enfoque permite reconocer en la práctica musical un espacio en el cual se configuran subjetividades, se negocian discursos y se crean modos de vida, es aquí cuando las canciones, ensayos, toques y la estética corporal se convierten en dispositivos de socialización que producen significados colectivos. El punk hace visible una de las maneras en las que se apropia el territorio y se reinventan símbolos de la cultura global desde diferentes contextos.

En este primer capítulo se situará teóricamente el proceso identitario de Alegoría, The Perro Boyz y Chucha desarrollando un marco conceptual sobre Stuart Hall acerca de la identidad, representación y subjetividad que permite entender las dinámicas del Punk más allá de la estética musical. También se analizaron los relatos de las bandas que condensan distintas formas de

enunciar y practicar el punk desde Bogotá para descubrir cómo el sonido puede convertirse en un medio de resistencia simbólica y afectiva.

En suma este capítulo plantea el punk como una forma de ser y estar en el mundo, un campo de producción simbólica donde los miembros de las bandas construyen sentido, comunidad y discurso. Esto implica reconocer que la identidad no se encuentra recluida en las márgenes del sonido sino dentro de él, en la vibración que une cuerpo, territorio, acción y palabra.

La presente investigación se desarrolla a partir del presupuesto de que la música es un fenómeno social y no solo un producto estético. Desde la sociología, este capítulo analiza cómo las bandas punk en Bogotá particularmente The Perro Boyz, Chucha y Alegoría producen identidad y pertenencia a través de sus prácticas sonoras, visuales y performativas. El insumo de este análisis consiste en tres entrevistas realizadas a las bandas en las cuales compartieron el desarrollo de sus procesos y su percepción sobre el punk y el papel de este en la configuración de las identidades de cada banda evidenciando así como el punk no solo expresa emociones o ideas políticas sino que también crea sujetos y teje relaciones.

El ruido, las temáticas de las letras y los cuerpos en escena funcionan como prácticas de representación que articulan memoria, crítica y rabia. Este enfoque reconoce en la práctica musical un espacio donde se configuran subjetividades, se negocian discursos y se construyen modos de vida. Las canciones, los ensayos, los conciertos y la estética corporal se convierten en dispositivos de socialización que producen significados colectivos y afectivos.

Como fenómeno urbano, el punk hace visible la manera en que los jóvenes reapropian el territorio, un ejemplo de esto es la toma de espacios públicos para realizar toques gratuitos, fuera de esto también hay de por medio un proceso de reinención de los símbolos de la cultura global desde los contextos y condiciones locales generando así un movimiento que pese a estar fundado bajo las mismas bases posee una gran diversidad de sonidos, estéticas y temáticas.

Este primer capítulo tiene la finalidad de abordar teórica y empíricamente el surgimiento de las bandas punk bogotanas como escenarios de construcción identitaria para responder con el primer objetivo de la investigación. Primero se desarrolla un marco conceptual basado en los aportes de Stuart Hall sobre identidad, representación y subjetividad, que permite entender las

dinámicas del punk más allá de la estética musical y posteriormente, se analizan los relatos de tres agrupaciones que condensan distintas formas de enunciar lo punk desde Bogotá, evidenciando cómo en sus prácticas, el sonido se convierte en un medio de resistencia simbólica y afectiva.

En conclusión, este capítulo expone que el punk, más que un género musical, es una forma de estar y ser en el mundo, un campo de producción simbólica donde los punks construyen sentido, denuncia, memoria y comunidad. En sus ritmos, consignas y gestos se gesta una búsqueda constante por reafirmarse frente a los discursos que los niegan. Comprender estas experiencias desde la sociología de la implica reconocer que la identidad no se encuentra en un solo espectro específico, sino que se construye y se nutre desde múltiples aristas.

1.1 The perro boyz: resistencia y autenticidad

La historia de The Perro Boyz se construyó bajo un extenso proceso de resistencia y reinención creativa. Nicolás, bajista y único miembro que permanece como parte de la alineación original relata que la banda fue creada en 2017 junto a sus excompañeros Camilo Campos, “Conejo” William y él mismo, con el paso del tiempo distintos músicos entraron y salieron de la banda hasta que en el año 2025. Lo que en un principio nació como un espacio de diversión y “recocha”, en palabras suyas, terminó por convertirse en un proyecto de vida que construyó y marcó sus experiencias dentro del punk “Siempre uno tiene el prospecto de querer que la banda se escuche y se disfrute, pero en mi perspectiva yo jamás quise figurar, no era mi motivo, mi motivo era otra cosa, vivir la música.” (Salgado. N., comunicación personal, 19 de marzo de 2025).

La motivación inicial al crear The Perro Boyz, como es característico del espíritu rebelde del punk no se centró en la fama o el dinero, sino en la experiencia misma de la música como forma de vida. Esto dialoga con el planteamiento abordado por Hall de identidad como proceso en movimiento: “La identidad es un concepto de este tipo, que funciona ‘bajo borradura’ en el intervalo entre inversión y surgimiento” (Hall & du Gay, 1996, p. 14). Para Nicolás, la identidad no se sostiene en una forma permanentemente definida, sino que se transforma con cada ensayo, cada toque y cada cambio de alineación. Su afirmación “vivir la música” expresa como el hacer música se convierte en una práctica de construcción y deconstrucción constante.

Nicolás comparte con entusiasmo cómo la banda ha tocado tanto en escenarios como Rock al Parque, uno de los festivales musicales más grandes de Bogotá, como también en pequeñas carpas o salones comunales con un público de apenas tres personas. Esta valoración de todas las experiencias sin jerarquías muestra una lógica distinta a la del campo musical dominante en el que el éxito se mide por una cantidad determinada de visualizaciones que posteriormente se termina traduciendo en dinero, para The Perro Boyz, lo importante no es figurar ni adquirir fama mediática, sino sostener un proceso de autenticidad, algo que Nicolás resume así: “Eso también es parte de la esencia del punk como música.” (Salgado. N., comunicación personal, 19 de marzo de 2025).

Esa autenticidad dialoga directamente con lo que Hall denomina identidades fragmentadas y contradictorias. “Las identidades nunca se unifican y, en los tiempos de la modernidad tardía, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes” (Hall & du Gay, 1996, p. 16). The Perro Boyz expone esa fragmentación, es una banda que cambia de forma, de integrantes y mezcla influencias diversas, desde el proto punk de los sesenta hasta la Pestilencia y Fertil Miseria. Su identidad se ha forjado bajo la influencia de múltiples espectros siendo así un espacio de tránsito más que de permanencia.

Cuando se habla de la estética como parte de la identidad, Nicolás hace énfasis en que él como miembro de The Perro Boyz nunca buscó adoptar a la estética normativa del punk, Su propuesta consiste precisamente en transgredir las apariencias “Tú ves ahí cuatro mechudos y dicen ‘esos pirobos van a hacer thrash’, y cuando nos oyen dicen ‘uy gonorreá, esta gente de dónde salió’. La identidad es transgredir las estéticas porque eso es el punk.” (Salgado. N., comunicación personal, 19 de marzo de 2025).

Esta idea se enlaza con la tesis de Hall de que las identidades “se constituyen dentro de la representación y no fuera de ella” (Hall & du Gay, 1996, p. 17). La banda usa la representación, la estética, el sonido y el performance no para encasillarse en una imagen fija, sino para intervenir. El punk, en este caso, no se representa por medio de una forma de vestirse o peinarse específica, sino por una manera de ocupar el escenario y crear un sentido desde la diferencia.

Asimismo, Nicolás realiza una crítica sobre la mercantilización en la estética punk, las botas Dr. Martens, las chaquetas de cuero, los taches, al afirmar: “Ese consumo suma una

cantidad de Lukas... yo no compro ropa, compro ropa cada dos años y utilizo los mismos tenis hasta que se pudran.” (Salgado. N., comunicación personal, 19 de marzo de 2025).

Este aporte de Nicolás en la entrevista cuestiona la conversión del símbolo en mercancía, tal y como lo señala Theodor Adorno en su análisis de la industria cultural. Un ejemplo claro de esto es la marca creada por la diseñadora Vivienne Westwood o las mismas botas Dr Martens, las cuales pese a ser representativas en la estética tradicional del punk a día de hoy poseen precios que no son nada accesibles y convierten los artículos que caracterizan e identifican visualmente a la subcultura en prendas de lujo con precios que salen totalmente del acceso de las clases populares y medias despolitizando así la estética de un movimiento social. Sin embargo, desde la sociología de la música, este rechazo puede entenderse también como una búsqueda de autonomía simbólica, la decisión de producir significado desde la práctica, no desde el consumo. En términos de Hall, The Perro Boyz representa una identidad articulada, en la que diferentes tradiciones y experiencias confluyen sin borrar sus contradicciones.

Nicolás lo expresa con claridad: “Cuando objetivar algo y dices ‘así soy y no me mueve nadie’, entras en la lógica del fascismo, porque se anula la posibilidad de mutación, de crecimiento y de cambio.” (Salgado. N., comunicación personal, 19 de marzo de 2025). Su frase traduce casi literalmente el mensaje de Hall cuando expresa que la identidad es un proceso inacabado y cambiante. Aquí la autenticidad no se entiende como pureza y estaticidad, sino como coherencia con la transformación.

Ilustración 1. Presentación the perro boyz punk al parque (2024)



Nota: Recuperado de la cuenta de instagram traficosonoroundergound

1.2 Chucha: identidad sociomusical y territorial

Chucha es una banda vital para el desarrollo de este trabajo puesto que sus prácticas musicales generan una reconfiguración clara en las formas de producir y representar performativamente el punk brindando así una perspectiva totalmente innovadora de lo que es la identidad dentro de este movimiento, no solo en el plano sonoro sino también en el estético.

La banda se fundó el 21 de noviembre de 2022 entre Madrid y Facatativá, en un contexto donde primaba la amistad, autogestión y búsqueda de un sonido propio dentro de la música. Su surgimiento no se encasilla exclusivamente en el deseo de hacer música, sino también en la necesidad de construir un espacio de reconocimiento colectivo que pudiese ser apropiado tanto como por los integrantes de la banda como sus oyentes desde el margen. La banda se construye como un proyecto territorial híbrido puesto que aunque nace en Facatativa también hace presencia constante en espacios dentro de la escena bogotana incluso haciendo presencia en eventos autogestionados con gran cubrimiento, tal y como lo fue su presentación en el último día del punk al parque el 11 de octubre de 2025,

Esta banda transita entre lo urbano y lo semi-rural, se mueve entre la vereda y la ciudad. Desde el inicio los miembros procuraron salir de los moldes sonoros y estéticos que caracterizan la escena bogotana. “No queríamos sonar a lo que ya estaba en Bogotá, pero tampoco quedarnos encerrados en la vereda. Lo nuestro es caminar por los dos lados, ir al toque en la ciudad y volver al barrio a ensayar con los parceros.” (Vocalista Chucha, Comunicación personal, 15 de agosto 2025)

Esta postura expone que la identidad de Chucha es configurada a partir de lo que Ramírez (2006) nombra como identidades sociomusicales, es decir aquellas identidades que se crean y configuran colectivamente alrededor de las prácticas musicales y afectivas que comparten grupos específicos. En palabras del autor “estas identidades se extienden sobre la base de la desterritorialización, permitiendo que los sujetos resignifiquen espacios y discursos culturales al desplazarse entre contextos” (2017, p. 250). Chucha representa justamente ese movimiento, una identidad que no pertenece del todo a la ciudad ni al campo, sino que se afirma en la hibridez entre ambos, generando un modo de ser punk que se nutre de dos contextos totalmente distintos y que brota desde la periferia hacia el centro.

El nombre de la banda “Chucha” se convierte en una acción simbólica que hace parte de esta construcción identitaria, los integrantes eligen una palabra que comúnmente tiene asociaciones negativas dentro del vocablo popular para convertirla en emblema de autenticidad: “A nadie le gusta la palabra chucha, la gente se ríe o se incomoda cuando la oye, y eso era lo que queríamos, incomodar. Para nosotros es un símbolo, porque lo feo también tiene fuerza, lo feo también resiste.” (Nombre, Comunicación personal, 15 de agosto de 2025). Este elemento es uno de los más característicos del punk, la apropiación de feo, lo excluido y lo rechazado como símbolo de reivindicación, provocación e identificación, pese a no tener una estética o sonido tradicional son este tipo de aspectos los que enmarcan a Chucha como una banda de punk. Tal gesto performativo se vincula con lo que Ramírez define como la creación de “redes de significados compartidos que propician un sentido de pertenencia, ciertas prácticas y un horizonte de futuro común” (2006, p. 248). A través del lenguaje, la banda se establece dentro de una comunidad simbólica que se identifica con la resistencia, la ironía y el orgullo de lo marginal.

La identidad de Chucha también se expresa en el plano estético de una forma totalmente innovadora puesto que a pesar de que las otras bandas que conforman el estudio tampoco se caracterizan al cien por ciento de forma tradicional, tanto en Alegoría como en The Perro Boys se identifican fácilmente algunos de los elementos estéticos característicos del punk mientras que Chucha posee una estética completamente ligada a lo andino al sustituir las chaquetas de cuero por ruanas, los taches por gorros tejidos y los símbolos de agresividad por elementos asociados al afecto y la cotidianidad. La banda no se inscribe dentro de los códigos visuales del punk tradicional. Su autodenominación como “los de los sacos de abuelita” resignifica la estética punk, desplazándose de la rabia urbana hacia una sensibilidad campesina y afectiva. Desde la perspectiva de Ramírez (2006), en este proceso se manifiesta la autidad, entendida como la articulación entre conciencia, percepción y práctica. En Chucha, la autidad se manifiesta como una forma de ser, estar y hacer que une lo comunitario, lo sonoro y lo emocional en una misma experiencia. Su propuesta estética innovadora reafirma que el punk no solo se construye dentro de un sonido o imagen específica.

Otro de los elementos característicos del punk que son fundamentales en esta banda son los procesos de trabajo autogestionado, sus grabaciones caseras, circulación de maquetas sin intermediación de discográficas y colaboración con colectivos como punk al parque (Iniciativa

creada en 2024 tras la exclusión del punk en la cartelera de rock al parque) consolida en Chucha una identidad que se construye dentro de las prácticas que constituyen al punk como un movimiento que trasciende de lo musical. En estas prácticas la música actúa como un lenguaje emocional que permite experimentar el sentido de pertenencia. Como señala Simon Frith, citado por Ramírez (2006), “solo la música puede hacer que los sientas” (p. 252). En el caso de Chucha, el sentimiento compartido se convierte en el núcleo de su identidad: no son solo una banda, sino una comunidad afectiva que se reconoce en la sonoridad, la amistad y la resistencia.

En conclusión la identidad de Chucha se constituye desde la práctica musical como experiencia colectiva que crea y comparte símbolos y significados desde aristas más amplias y complejas que la estética visual, donde la desterritorialización, la resignificación del lenguaje y la autogestión generan un modo particular de ser punk en Bogotá y facatativá. Su existencia muestra que la identidad no es una esencia estática y permanente, sino una práctica viva que se actualiza cada vez que tocan, ensayan o se reconocen entre sí como parte de un nosotros.

Ilustración 2. Presentación chucha punk en Usca Fest



Nota: recuperada de la cuenta de instagram de chucha.punrock

1.3 Alegoría: contradicciones y politización

Alegoría es una banda fundada en Bogotá en el año 2022, al igual que las otras dos bandas, también nació como un proyecto entre amigos que se caracterizó por ser un espacio de exploración estética y política. Su identidad musical mezcla el punk clásico con el postpunk,

generando así un sonido que se mueve entre la rabia y la melancolía. Desde sus inicios la banda funcionaba bajo procesos de autogestión para ensayar, producir y grabar música sin embargo el deseo de profesionalización siempre estuvo latente, una tensión que ha marcado su trayectoria y su manera de pensarse como colectivo.

En sus letras se enlazan dos ejes principales, la crítica política que es expresada bajo consignas claras en contra del capitalismo y el fascismo además de la introspección personal centrada en sentimientos como el vacío, la soledad y la frustración de la vida cotidiana, esta coexistencia de temáticas expresa lo que Ramirez (2006) plantea al afirmar que toda identidad es construida socialmente a partir de los múltiples papeles que los sujetos desempeñan en contextos diversos. Alegoría no tiene una identidad unificada sino una identidad en construcción y movimiento conformada por la mezcla de lo político y lo emocional.

En la banda también se observa una hibridez estética en sus integrantes puesto que mientras algunos portan una apariencia más tradicional dentro del punk con crestas, perforaciones, chaquetas de cuero y demás otros adoptan una apariencia más cotidiana, esta pluralidad no debilita su identidad sino que la amplía. Ramirez (2006) menciona que la identidad se constituye desde los componentes fundamentales del yo: una conciencia, una percepción y una práctica. Cada uno de los integrantes encarnan formas particulares de ser y estar y en la convivencia de esas diferencias emerge una identidad colectiva que los define como banda.

En Alegoría la práctica musical no es sólo expresión sino también es una forma de conocimiento y afirmación, la identidad se produce, a través de prácticas fundamentales “querer, saber, expresar, creer, sentir, hacer” que orientan el sentido del grupo (Ramírez, 2006, p. 249). Sus ensayos, letras y presentaciones se expresan como espacios donde esas prácticas se articulan, hacer punk implica tanto decir lo que se piensa como sentirlo en común, materializando así el deseo latente de pertenecer a algo más grande que uno mismo. El sentido de pertenencia no se impone como una obligación, este surge del compromiso creado mediante los lazos afectivos con la música y con la banda, en palabras de Ramirez (2006) la pertenencia está inseparablemente ligada al grado de compromiso, cuanto más fuerte es el vínculo con el proyecto colectivo, más se genera la identidad compartida. En las palabras del vocalista “nosotros no tocamos por moda, sino porque nos duele el mundo y queremos hacer algo con eso” (Ruiz. A., Comunicación personal, 2024). El compromiso político y la fuerza de la intensidad emocional se convierten así en el eje de su identidad sociomusical.

En su relación con sus oyentes, Alegoría no busca de forma activa una masividad, sino por el contrario conectar mediante la resonancia emocional. Esta banda produce lo que Ramirez (2006) denomina identidades sociomusicales, configurando colectivos que surgen a partir de las experiencias compartidas a través de la música. Sus canciones no solo transmiten ideas sino también sentimientos y afectos, permiten reconocerse dentro de la crítica el dolor o la esperanza, en este sentido la cita de Simon Frith citada por Ramirez (2006) adquiere vigencia “Solo la música puede hacer que los sientas”. Alegoría hace sentir la política, la contradicción y convierte la emoción en una forma de acción mediante la producción de arte, específicamente de música y la vulnerabilidad en un medio de denuncia y resistencia.

Alegoría construye su identidad en el marco de la práctica musical como un acto afectivo y político, su sonido, estética y mensajes son expresiones de una búsqueda colectiva por existir con coherencia entre lo que se dice y lo que se hace, su identidad al igual en chucha y the perro boyz no es fija sino el proceso continuo de construcción sostenido en la emoción, la crítica y el deseo de transformación.

Ilustración 3. Ensayo de Alegoría punk



Nota. Imagen recuperada de instagram, cuenta de Alegoría alegoría.punk

1.4 Identidades en movimiento

Mediante el análisis realizado a las bandas se puede comprender la escena del punk en Bogotá como un entramado de identidades móviles y fluctuantes, fragmentadas y en constante

negociación. Ninguna de las bandas puede definirse dentro de una imagen fija, todas articulan de distintas formas lo que Hall (1996) entiende como la identidad-devenir, las bandas se constituyen en la práctica dentro del proceso de creación, circulación de su música y performance.

En The Perro Boyz la identidad está marcada por la persistencia y el disfrute; en Chucha por la hibridez territorial y la resignificaciones de lo marginal; en Alegoría por la tensión entre politización e introspección. Cada una muestra modos particulares de generar subjetividad a través de la música, así el punk en Bogotá no se reduce a un estilo sonoro ni a una imagen estética, es una práctica social que produce modos de ser, sentir y pensar. Las palabras de Nicolás “vivir la música” resumen la esencia de la escena, hacer del ruido una forma de vida, en este sentido, la sociología revela que el sonido y las letras también producen discursos y que la identidad se toca, se grita y se baila. El punk bogotano es una narrativa colectiva escrita con acordes sencillos y cuerpos en movimientos frenéticos. Es memoria, lucha, contradicción y resistencia es el esfuerzo constante por descifrarse a sí mismos, reconocerse y decir, sin miedo de mostrar la rabia y la furia, quiénes son.

Para el cierre de este capítulo se adjuntó un QR que redirigirá a una playlist en la cual están algunas de las canciones de las bandas que se abordaron en este trabajo, el objetivo es que el lector pueda acercarse y conocer de primera mano el sonido y la esencia viva en su música, sus grabaciones, álbumes y portadas.



Playlist El ruido de la rabia

1.5 Conclusiones del capítulo

Ilustración 4. Línea de tiempo The Perro Boyz, Chucha y Alegoría.



Nota: Creación propia (2025)

El análisis del punk bogotano permite comprender que este movimiento, más allá de ser una corriente musical, compone o constituye un espacio social, donde se entretajan prácticas de resistencia colectiva, producción simbólica y construcción identitaria. A partir del estudio realizado a The Perro Boyz, Alegoría Punk y Chucha Punk, se logra comprender cómo la música actúa como forma de conocimiento (y reconocimiento) social y de expresión de subjetividades colectivas que emergen desde las juventudes, en este caso desde contextos urbanos.

Cada una de las bandas estudiadas representa una forma diferente de entender y por supuesto vivir el punk, por lo tanto, también presenta diversidad formas de construir identidad en torno al mismo. Por un lado, The Perro Boyz encarna la autenticidad como resistencia a la mercantilización, desde la perspectiva de la música como una práctica vital y crítica, y no solo como objeto de consumo. Por otro lado, Chucha Punk resignifica la estética preestablecida punk desde la experiencia territorial y lo afectivo, uniendo la vivencia rural campesina con la rebeldía propia del punk en esta ocasión en contextos urbanos. A su vez, Alegoría Punk mantiene un diálogo en constante tensión entre la introspección emocional y la crítica política, politizando así la vulnerabilidad y el sentir cotidiano personal teniendo en cuenta que se encuentran mediadas por las grandes estructuras que perpetúan la desigualdad. Estas tres experiencias muestran que el

punk en Bogotá se constituye como un campo heterogéneo, diverso, abierto y en constante mutación, vinculados a un diálogo entre el sonido, el cuerpo y el territorio como constructores de sentido.

En alineación con Hall (1996), la identidad de estas agrupaciones no es una esencia fija, sino un proceso de devenir continuo, plasmados continuamente entre la representación y la práctica. Esto muestra cómo el punk se convierte en un lenguaje a través del cual los jóvenes elaboran discursos sobre sí mismos, sobre su entorno y sobre las condiciones sociales que los atraviesan en sus respectivos contextos, desde formas disruptivas y contrahegemónicas. Siguiendo a Ramírez (2006) las identidades sociomusicales de estas bandas se encuentran fuertemente vinculadas a la comunidad, a los afectos y al sentido de pertenencia que dotan de sentido el acto de hacer música.

Este capítulo concluye que el punk bogotano es un escenario de producción simbólica, donde la identidad juvenil se negocia y se transforma por medio del sonido, la estética, la crítica y la acción colectiva. En los ritmos, en las consignas y en los gestos, se visibiliza la capacidad de los jóvenes de reconstruirse frente a la exclusión, y a su vez crear comunidad desde lo disruptivo y diferente, convirtiendo así la música en un proceso de resistencia simbólica, emocional y política.

CAPÍTULO II. LA ESTÉTICA Y LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN CULTURAL EN EL PUNK BOGOTANO

Introducción

En el desarrollo de este capítulo se busca responder al segundo objetivo de la investigación, el cual es “caracterizar la estética musical y los procesos de producción cultural de las bandas punk bogotanas” para esto se abordó un análisis de las letras, videoclips, flyers y procesos de producción cultural utilizando como herramienta el análisis del discurso y observación estética como vía para comprender la configuración estética de las bandas The perro boyz, Alegoría y Chucha y formas de expresión colectiva.

La estética en el punk es una práctica social que actúa como reflejo de una serie de ideas, posiciones, afectos y luchas configurando así un sentido de pertenencia e identidad, es un rugido disonante que toma una postura crítica frente a las imposiciones sociales de lo correcto y lo incorrecto, lo aceptado y lo rechazado. El punk denuncia las jerarquías del gusto que legitiman y marginan las múltiples manifestaciones del arte, aquí las teorías de Bourdieu, Adorno y Ranciere permiten abordar el papel de la estética en el marco de esta investigación. El primero desde el análisis del gusto como principio de distinción y marcador de clase; el segundo desde su crítica a la industria cultural y la reivindicación de lo feo como elemento estético valioso y contestatario; y el tercero desde su comprensión del arte como un campo en el cual se reconfigura lo sensible.

Desde Bourdieu el gusto musical es entendido como una expresión del capital simbólico que produce fronteras entre lo que se legitima o no, adjudicando siempre la categoría de vulgar a los gustos de las clases populares. Sin embargo el punk invierte esta lógica, lo que para la cultura dominante es ruido, desorden y desagrado para los jóvenes se convierte en autenticidad, lucha y pertenencia. En diálogo con Adorno esta ruptura se lee como una negatividad estética, el punk se enfrenta a la estetización del arte burgués y su domesticación por la industria cultural reivindicando así la imperfección como un gesto de resistencia. Finalmente desde Ranciere la estética punk se reconoce como una práctica política y no solo visual y auditiva, es un reordenamiento de lo sensible que abre nuevos modos de percibir, hablar y existir.

A través de los enfoques abordados este capítulo busca comprender cómo el punk se configura desde el espectro estético creando así identidades y modos de vida dentro de los cuales la estética no embellece el dolor sino que lo expone con todo el esplendor de su crudeza, no se busca armonía sino verdad, en cada grito y cada expresión sonora o visual se construye una visión poética de lo precario que hace del arte un espacio de crítica y afirmación de la diferencia.

2.1 Análisis del discurso en las canciones de The perro boys:

The Perro Boyz: *Patadas callejeras*

La construcción de la narrativa identitaria de The perro boyz está estrechamente enlazada con su estética como banda, en ellos los insultos se vuelven emblemas de orgullo “como las ratas nocturnas de calle, como las lacras del descontrol” a través de esto puede leerse como la banda transforma los signos de exclusión como marcas de pertenencia. Esto genera una

comunidad que se reconoce en la marginalidad y rebeldía, este aspecto dialoga con Bourdieu (1979) puesto que este entenderá como prácticas distintivas aquellas en las que exista la capacidad de otorgar valor estético a lo que el orden social considere vulgar subvirtiendo así las jerarquías del gusto.

El verso insistente “Y ahora nos quieren acabar, no hay nada más que salir a pelear” introduce una facción poética del enfrentamiento que hace de la violencia una afirmación vital, en esta lucha simbólica el arte no busca reconciliación sino visibilidad. Esta canción es un ejemplo ideal del punk como espacio de resistencia frente al desencanto, Adorno menciona en su obra que el arte debe hablar “En favor de lo que el velo social oculta” (1970, p. 49). The Perro Boyz hacen de esa consigna una práctica estética y política que visibiliza los cuerpos y espectros que el discurso dominante deja fuera del mapa.

La crudeza del sonido y las guitarras distorsionadas configura una estética que ilustra descontrol y convierte la calle en escenario el parche sin etiquetas y socialmente marginal que se menciona en la descripción del video en youtube reafirma la dimensión territorial y colectiva del punk bogotano, un arte nacido de la precariedad que sin buscar redención, encuentra en el caos su forma más pura de belleza.

Portada del video oficial de la canción en youtube:

Ilustración 5. Portada del video de Patadas callejeras



Nota: Recuperada del canal oficial de The Perro Boyz en el canal de Youtube

En la portada del video Patadas Callejeras de The perro Boyz en su canal de YouTube se muestra una fotografía que integra libros agrupados entre ellos resalta uno titulado “Demonio-s” debajo del nombre del grupo el cual se presenta en letras prominentes y algo difusas, el trazo es rápido, pareciera encarnar la violencia sobre el papel. Se puede notar una interacción entre lo ilustrado y lo periférico en la cultura legítima, la presencia de libro haciendo alusión al roce del capital cultural con algo un poco más marginal dentro de la estética de las letras bastante similar al graffiti. Bourdieu (1979) vincula con la acumulación de los medios representativos del capital cultural como se mencionaba anteriormente evidenciado por los libros esto es una muestra de la manera en la que el punk y la rebelión estética emergen para contradecir esas reglas.

El punk se manifiesta entonces como un medio de incorporación y reinterpretación, no elimina los símbolos del conocimiento, por el contrario, se encarga de reinterpretarlos. En palabras de Bourdieu, “La capacidad de construir estéticamente cualquier clase de objetos, incluso los “vulgares”, es una forma de distinción” (1979, p. 37). De esta manera la banda se antepone ante la categorización burguesa modificando el texto para que no se vea limpio y organizado además de la pila de libros también esparcidos sin un orden específico, este es un objeto importante en el escenario del Punk. La anotación desorganizada de su nombre podría interpretarse como un modo de “vomitar “encima de lo establecido.

Simultáneamente, el nombre de Demonios parece tomar un papel de infierno dentro de lo urbano, por el que transcurre la obra del grupo, evocando lo que Adorno señala sobre lo considerado como arte auténtico, su necesidad de asumir la desgracia en lugar de negar. Lo demoníaco, lo feo y lo reprimido se vuelven aquí de la forma estética una “crueldad convertida en imaginación” (1970, p. 96), que sintetiza la furia y la sagacidad de una descendencia. Y esa combinación de esa sabiduría y esa inmundicia, de esa caligrafía y trazo, resuena lo que Maffesoli (1988) denomina el resurgir tribal, un sentido de pertenencia que se forja en la emoción compartida en la efervescencia del malestar. La carátula no intenta plasmarse sobre la belleza ni equilibrio, más bien propone un estilo en el que predomina la exageración, una identidad que se construye tomando como referente la mezcla entre el conocimiento y la agresividad visual.

The Perro Boyz: *Demencia criminal*

En demencia criminal de The perro Boyz crea un discurso explícito sobre el feminicidio narrado desde la voz del agresor. En esta canción, el sujeto lírico expone su violencia como respuesta legítima ante una “traición”, esto gracias a la impunidad estatal y a la pérdida del control, “no hay leyes en Bogotá ni policía nacional, esto tiene que acabar”. El relato del tema más allá de mostrarse como un simple desahogo personal, denuncia y visibiliza la estructura que permea y justifica los crímenes pasionales, en este la mujer es culpabilizar y la violencia aparece como reacción que se normaliza y se trata como una consecuencia inevitable. Desde el análisis del discurso se observa cómo esta letra muestra masculinidad nociva que legitima la violencia justificada a través del control y la venganza, reforzando así los imaginarios sociales que naturalizan el asesinato de mujeres como parte de la esfera íntima, esto desde la perspectiva del protagonista de la historia que encarna esta canción mientras que desde la banda, es una manifestación explícita en contra de la violencia de género.

Desde el espectro estético “demencia criminal” se construye sobre la provocación y el horror absoluto, el tono fuerte y amenazante, las imágenes del descuartizamiento que se evocan con la letra de la canción y la teatralización del “monstruo” no buscan dar un mensaje suavizado sino por el contrario confrontar incómoda y bruscamente con la brutalidad esperada de un feminicidio. Esto puede leerse de diferentes formas, como un recurso de exposición y denuncia, que utiliza la crudeza para exhibir la violencia patriarcal sin ningún tipo de filtro o decoración, o bien como una reproducción acrítica del discurso del agresor esto dependerá de la subjetividad del oyente. Según Adorno, el arte en su gesto de representar lo que se reprime, “asume al mismo tiempo la desgracia, el principio represor, en vez de protestar simplemente en vano contra él” (1970, p. 49), de este modo la canción podría ser comprendida como una imagen del horror social que interpela al oyente, siempre que la lectura se inscriba en un marco crítico. De igual modo, Rancière (2010) sostiene que el arte tiene la potencia de “alterar el dominio de lo posible” lo que muestra como una pieza como esta puede contribuir a visibilizar la violencia estructural si se observa desde su dimensión política y estética.

Demencia criminal es un tema que revela cómo la estética del punk puede moverse entre la representación, la denuncia y la exposición cruda de la violencia. Su potencia crítica se

desarrolla a partir no del acto violento en sí, sino de la manera en que se contextualiza y se narra, si se lee desde una mirada feminista y sociológica, el “monstruo” que habla en la letra no es la figura del feminicida en si, sino el espejo de una sociedad que sigue justificando el asesinato de las mujeres bajo la excusa del amor o la traición.

Portada del video de Demencia criminal en Youtube:

Ilustración 6. Portada del video oficial de Demencia criminal en youtube



Nota: recuperado del Canal oficial The Perro Boyz en Youtube

En la portada del videoclip demencia criminal de The perro Boyz, la imagen muestra de forma explícita el primer plano de un rostro femenino manchado de sangre, esto teniendo en cuenta la letra de la canción puede ser comprendido como un símbolo ilustrativo de reclamo de visibilización explícita de la violencia de género, en donde la sangre es el límite entre la existencia y el fallecimiento, entre lo brutal y lo incómodo. El símbolo artístico que transforma el modelo de lo hermoso. Adorno abordaba que el arte debía “adoptar la causa de lo proscrito por feo para revelar la verdad de la sociedad que lo produce” (1970, p. 96), esa verdad en los feminicidios que es la temática abordada, aparece representada como una manera de expresar la indignación y el horror, por medio de la figura del rostro ensangrentado que plasma la violencia inmersa en el acto que se describe dentro de la canción.

A la vez, esta estética visceral puede leerse, desde Bourdieu (1979), como una reapropiación simbólica de la sensibilidad legítima. Allí donde las clases dominantes hacen de la “pureza” y la distancia las marcas de su gusto, el punk, en cambio, estética lo sucio, lo corporal, lo que, en el entorno artístico habitual y en el ámbito sería determinado por grotesco o repulsivo

aquí se convierte icono de enunciación y rebeldía, de denuncia ante realidades sociales ignoradas o minimizadas. The Perro Boys, se expresa estéticamente desde esta portada en un medio en donde la violencia y el descontento urbano se convierten en identidad colectiva. Maffesoli diría que la expresión encarna un “reagrupamiento tribal” (1988, p. 10) una sensación de identidad que se manifiesta a través del instinto emocional y del cuerpo como un espacio alegórico, en donde nos une la sangre y su estética, en donde el punk convierte en símbolo de pacto entre los que viven en una zona marginal y los que con su inconformismo y arte denuncian de forma directa problemáticas sociales tales como el feminicidio.

The Perro Boyz: “Cianuro”

Cianuro de The Perro Boyz mantiene al igual que la canción anterior un discurso de denuncia, pero esta vez con la particularidad de abordar también de forma directa resistencia frente a la crítica situación social y política que enfrentan los jóvenes dentro del contexto nacional. La letra construye una narrativa donde los “otros” son representados por el sector dominante (Las clases altas) y las instituciones políticas, estos se muestran como agentes de control y represión. Los integrantes de la banda y sus seguidores se constituye como un grupo que resiste frente a estas estructuras, el uso de expresiones como “ellos dicen” seguido de juicios despectivos hacia la banda y sus prácticas culturales refuerza la identidad colectiva y la unión interna dentro de la escena del punk a partir de sentires compartidos, frente a la marginación y el desprecio por parte de la sociedad.

En la letra de esta canción también se evidencia la construcción de distinción cultural. Los señalamientos negativos realizados hacia la forma de vestir, la música estridente y los tatuajes expone la tensión entre distintos habitus donde la escena del punk crea un campo simbólico propio como lo trata Bourdieu “determinación es negación, los gustos son, ante todo, disgustos, hechos horribles o que producen una intolerancia visceral, lo que equivale a arrojar a los otros en el escándalo de lo antinatural” (1979, p. 54). Así lo que la clase dominante cataloga como marginal o desagradable, para los seguidores de la banda constituye identidad y pertenencia que los distingue de los valores hegemónicos, puesto que resisten desde la apropiación de estéticas alternativas.

El discurso en esta canción también resulta como un medio de expresión estética que va más allá del mensaje literal de la letra, permitiendo así canalizar la frustración frente a las dinámicas sociales y realizar una crítica directa hacia la política, el sector del uribismo tal y como lo indica en la descripción del video y la injusticia. Como afirma Adorno “En la medida en que el arte corresponde a una necesidad social, se ha convertido en un negocio dirigido por el beneficio que sigue adelante mientras sea rentable y su perfección haga olvidar que ha muerto ” (1970, p. 48). Esta banda no se encuentra inscrita en las dinámicas tradicionales de la industria comercial, su arte refleja la autonomía del punk como espacio de verdad social y resistencia estética, desde la autogestión producen y difunden sus materiales mientras que la agresividad del discurso fortalece la identidad del grupo y su capacidad de desafiar normas culturales y políticas. *Cianuro* ejemplifica cómo la estética hardcore punk, articulada con la crítica política, permite a los jóvenes de Bogotá construir identidad, expresar resistencia y diferenciarse dentro del campo social y cultural urbano desde el consumo musical y las prácticas cotidianas.

Ilustración 7. Portada de la canción Cianuro en Youtube



Nota: Extraída del canal oficial de youtube de The Perro Boyz

En la portada del videoclip de *cianuro* de The Perro Boys la banda recurre a una representación del expresidente Álvaro Uribe Vélez, una figura polémica en la política colombiana puesto que está ligado a uno de las épocas más violentas del país, a escándalos de

corrupción y presunta manipulación de testigos, además de eventos muy dolorosos en la memoria colectiva como lo son la operación Orión que dejó como saldo una gran cantidad de asesinatos extrajudiciales y desapariciones. En su expresión artística se evidencia una manipulación visual en el rostro con colores fosforescentes, el grupo crea una deformación representativa que puede interpretarse como el marco en el rechazo colectivo, además de la expresión de la fotografía la cual muestra un gesto de negación por parte de Alvaro Uribe.

Adorno señala que el arte auténtico “ debe denunciar lo feo del mundo que lo crea y lo reproduce” (1970, p. 96), en Cianuro lo desagradable se transforma en una estrategia de denuncia tanto en la estética visual de su portada como en la letra de la canción, la fuerza de los colores y los gestos y con manos arriba que expresa la negación y el cinismo, dejando en evidencia lo que simboliza un sistema autoritario que el punk se encarga de rechazar y resistir. Las acciones artísticas influyen en las acciones de carácter moral y alteran el control con el fin de oponerse al poder y crear resistencia.

De la lectura de Maffesoli (1988) este escenario produce una gran emoción y comunicación entre los actores que involucra, la banda cuestiona y realiza rituales y críticas razonables entre quienes comparten una situación dejando en evidencia el desacato, la burla, la manipulación que se convierte en un símbolo que forma parte del pueblo.

The Perro Boyz: *El bosco*

En esta canción se construye un universo lírico en el que lo absurdo y lo grotesco se unen para narrar una pesadilla en la que según la descripción del video se encuentra el sujeto en la realidad de las calles bogotanas. La letra muestra imágenes fragmentadas y surrealistas basadas en la obra Hieronymus Bosch como “un condenado cagando monedas”, “un huevo habita en un ataúd” o “los budas viven en todos los puentes”. Estas imágenes no solo comunican un extraño descontento difícil de leer el tipo de letra, sino que también generan un espacio estético de resistencia puesto que la canción se construye usando como referencia una obra de arte específica con una composición bastante particular.

Ilustración 8. Recuperada de aparences historia del arte y actualidad cultural.



La obra refleja cómo el arte puede comunicar imágenes sociales apelando a lo grotesco y lo irracional, en diálogo con Adorno este menciona en su obra, “Es un lugar común que el arte no se reduce al concepto de lo bello, sino que para completarlo hace falta lo feo en tanto que negación” (1970, p. 92). En este sentido, la banda convierte lo “feo” y lo absurdo en un recurso estético de crítica transformando lo que normalmente se rechaza en un símbolo de autonomía cultural y distinción frente a los gustos hegemónicos, cosa que ya hemos podido observar con otras de las canciones.

La apreciación de lo irracional y lo transgresor no es algo neutral, distingue a la banda de los valores dominantes, en síntesis *Viven en un Bosco* ejemplifica cómo la banda utiliza lo grotesco y lo absurdo para cuestionar normas sociales, fortalecer la cohesión del grupo y construir identidad juvenil a partir de la crítica y la transgresión estética.

Ilustración 9. Portada del videoclip del Bosco de The Perro Boyz



Nota: recuperado del canal oficial de youtube The Perro Boyz

En la imagen de la portada del videoclip *El Bosco* de The Perro Boyz se evidencia en la fotografía un momento de esparcimiento y relajación de la banda, la fotografía es a blanco y negro, el espacio en el que se encuentran es cerrado, en el grupo se ve un ambiente de privacidad, tranquilidad y fraternidad. Los integrantes tienen tatuajes, se observa un ambiente de complicidad y descanso. Desde la lectura de Maffesoli, el punk encarna ese “reagrupamiento de los miembros de una comunidad específica con el fin de luchar contra la adversidad que los rodea” (1988, p. 10). La escena representa precisamente ese *tribalismo contemporáneo* que se manifiesta en las ciudades, un tejido afectivo que se sostiene en la amistad, la risa, el ruido y la cercanía corporal. Lo trágico y la fiesta, como sugiere el autor, se funden en un mismo gesto. La oposición no se manifiesta con gritos, solo se interactúa y se comparte diariamente.

Bourdieu ayuda a comprender cómo esta estética del “bajo perfil” es también una forma de distinción. Frente a los códigos de consumo legitimados, el punk adopta una “capacidad de constituir estéticamente cualquier clase de objetos o incluso objetos vulgares” (1979, p. 37), transformando el caos, la pobreza, la silla vieja la informalidad en signos de autenticidad. El sofá viejo, las cervezas abiertas o las paredes sin decorar se transforma en un aspecto que se opone a la mercantilización del arte del lucro

Por su parte, Adorno advertía que el arte auténtico “debe denunciar en lo feo al mundo que lo crea” (1970, p. 96). Aquí se evidencia que la disconformidad en lo referente a la fealdad no se encuentra en los cuerpos ni en el medio, sino en el rechazo a los patrones de belleza que establece la llamada industria musical. La estética punk hace del deterioro un mérito, del escándalo una modalidad verdadera y del cuerpo una declaración de carácter político.

The Perro Boyz: “El jardín de la codicia”

El *jardín de la codicia* aborda la frustración y crítica hacia la corrupción y la desigualdad en el contexto urbano. La repetición de frases como “el jardín de la miseria”, “el jardín de la codicia” y “el jardín de los enfermos” funciona como un marcador simbólico que expone descontento, a la vez que refuerza la percepción sobre la producción musical de la banda donde se comparte una crítica de la realidad. Desde la perspectiva de Bourdieu (1979), esta letra evidencia cómo el punk utiliza la música como medio de distinción cultural y expresión identitaria, sus elecciones estéticas, desde la crudeza de la letra hasta la intensidad sonora

permiten construir un campo simbólico propio, diferenciándose de los gustos dominantes y fortaleciendo la pertenencia a un grupo que valora la autenticidad y la resistencia frente a la normalización social (Bourdieu, 1979, p. 54).

Ilustración 10. Portada del video de el Jardín de la codicia de The Perro Boyz



Nota: Extraído del canal oficial de The Perro Boyz en youtube

En la portada del Jardín de la codicia se puede observar una imagen a blanco y negro en la cual los integrantes de la banda se encuentran abrazados formando una figura casi cerrada, el blanco y negro reduce la imagen a lo esencial, la complicidad, la cercanía de los cuerpos y el contacto físico. En cuanto a lo estético hay una sencillez que se puede leer como una declaración de principios, una reafirmación de la colectividad y el disfrute, como lo mencionaba el bajista Nicolas en una de las entrevistas en la que resaltaba estos elementos como centrales para el punk. La imagen es la reafirmación de la amistad y colectividad como cimientos del punk. En diálogo con Maffesoli (1988), esta imagen es la encarnación del tribalismo urbano, hay un sentido de pertenencia que surge dentro de lo que el autor llama “Selvas de piedra” donde el afecto y la emoción desempeñan un papel focal. En el abrazo de los miembros vibra el sentido de pertenencia que más que camaradería actúa como un refugio frente a la violencia estructural y la soledad contemporánea.

En esta portada también se puede leer la estética desde la perspectiva de Bourdieu (1979) como una ruptura frente al gusto dominante, mientras que las industrias musicales buscan en las portadas de sus videos y discos imágenes saturadas que capten la atención rápidamente, acá se presenta una imagen simple pero cargada de símbolos y significados dentro de la escena punk, en sus términos, se trata de la “capacidad de constituir estéticamente cualquier clase de objetos” (Bourdieu, 1979, p. 37), incluyendo los cuerpos cansados, los gestos espontáneos y los afectos compartidos.

The Perro Boyz: “Punkdelia”

Punkdelia mantiene una estética caracterizada en la noche donde lo colectivo y lo violento se fusionan: “son los seres de la noche... esta noche te van a matar”, “este mundo es de nosotros” y la repetición de advertencias constituyen un elemento performativo que posiciona al grupo como sujeto agresivo. En la descripción del video se invita al oyente a sumergirse en un mundo colorido con sonidos psicodélicos. La letra funciona como un himno que marca límites, quién pertenece y quién queda fuera y convierte la nocturnidad en espacio legitimador de prácticas transgresoras. La violencia verbal y la imagería ritual espíritus, condensan una experiencia estética que exalta la pertenencia y la intensidad emocional sobre la normativa social.

Este gesto estético puede representar lo reprimido y al hacerlo poner en escena la contradicción entre el deseo y la norma social, en palabras de Adorno, el arte a menudo “asume al mismo tiempo la desgracia, el principio represor, en vez de protestar simplemente en vano contra él” (1970, p. 49). *Punkdelia* no solo denuncia, incorpora la furia y la amenaza como elementos formativos de su forma artística, haciendo del horror y la exaltación colectiva un medio para visibilizar la impotencia y la rabia social. La agresividad lírica funciona entonces como válvula y como marca identitaria, un gesto estético que consolida la comunidad punk como espacio de reconocimiento emocional y resistencia simbólica.

Ilustración 11. Portada del video *Punkdelia* de The Perro Boyz



En la portada del video de *Punkdelia* de The Perro Boyz los colores neón y la distorsión visual convierten la escena del toque transmite una experiencia sensorial y colectiva. La imagen captura al vocalista dentro de lo que parece ser el público, disolviendo así la frontera entre artista y oyente, es la materialización de lo que Maffesoli (1988) llama *efervescencia tribal*, donde la rabia y la celebración se funden en un mismo cuerpo social. *Punkdelia* recopila así la potencia estética del punk bogotano, una fusión entre ruido, color y comunidad que expresa la resistencia y el deseo de pertenencia de los jóvenes que habitan la ciudad.



Playlist The Perro Boyz

2.2 Análisis del discurso en las canciones de Alegoría Punk

Alegoría Punk: “Correr y escapar”

En esta canción se evidencia el agotamiento ante la monotonía y alienación cotidiana, el anhelo de escapar no sólo en lo referente a un sentido físico, sino también en lo que concierne a un aspecto simbólico, liberarse de un sistema que conlleva a una repetición vacía en lo que respecta a una repetición vacía del consumo y la superficialidad. La frase “no podemos seguir esperando algo que nunca va a llegar”, expresa la desesperanza ante promesas quebrantadas y felicidad que el capitalismo no está dispuesto a cumplir. La juventud se encuentra atrapada dentro de una estructura que lo condena a la frustración y ansiedad. Emociones y sentimientos que Bourdieu (1979) Interpretaría como un habitus adaptado a la precariedad y la desigualdad en donde la esperanza se convierte en un privilegio al que pocos pueden acceder.

Ilustración 12. Portada del video correr y escapar de Alegoría Punk



Nota: Recuperado del canal de Alegoría punk en Youtube

En la portada del videoclip de Correr y escapar se puede observar a los integrantes posando en lo que parece un barrio popular, mostrando una contraposición del entorno y los cuerpos de los integrantes. En la imagen se evidencia una diversidad estética entre los miembros que son los protagonistas de la fotografía estando de pie y observando directamente la cámara,

Arturo quien está a la derecha y Alejandro quien se encuentra a su lado portan una vestimenta cargadas de símbolos juntos a elementos clásicos como lo es la cresta, mientras que Andrés quien permanece sentado y Johan quien está al costado izquierdo poseen una estética más sobria, esto puede leerse como una neutralización del punk como experiencia cotidiana pero no performativa. Esa coexistencia en la portada de la canción refleja lo que Maffesoli denomina “redes de afinidad y emoción” (1988, p. 32), donde la pertenencia no depende de la uniformidad, sino del vínculo afectivo que une.

En esta portada el barrio se puede leer como algo que trasciende más allá de un fondo aleatorio, es un agente simbólico que encarna el arraigo del punk con lo popular y su capacidad de reapropiar el espacio urbano volviendo visible lo que suele ser marginado. Desde la perspectiva de Bourdieu (1979), la elección estética en cuanto al modo de vestir, el lugar elegido para tomar la foto, la pose, la organización de los miembros de la banda, se convierte en una práctica distintiva que comunica identidad y una posición social. Alegoría no busca el prestigio del arte que se legitima por las clases dominantes, sino reivindicar lo que Adorno (1970) llamaría la “verdad de lo feo” aquello que la sociedad desecha, pero que en su crudeza hace visible la autenticidad de la experiencia y del proceso de resistencia. En esta portada no hay artificio ni se busca transmitir glamour hegemónico, sólo se manifiesta la afirmación de existir desde la periferia y enunciar dentro de ella.

Alegoría Punk “Agonía”

Esta canción enfatiza en un entorno que va consumiendo poco a poco la vida urbana, convirtiéndola en un laberinto sin salida, “Agonía en las calles bogotanas”. La banda no solo denuncia la corrupción política, sino la compra de votos e inconsistencias, también deja en evidencia la deshumanización pues es evidente la alienación pues las personas se vuelven insensibles, en donde el amor suele ser un sueño y la ansiedad es la que predomina. Mientras el hardcore se enfoca en la ira, la alegoría opta por un enfoque más introspectivo. En palabras de Adorno (1970), su estética puede interpretarse como una negatividad expresiva en donde el arte refleja el dolor social sin ofrecer ninguna alternativa de solución. Desde una perspectiva crítica, la excesiva repetición de versos y sonidos se puede evidenciar como una metáfora del encierro e

inclusive llegar a evidenciarse como una reiteración de la crítica a la represión, la monotonía y a la opresión social.

La obra de Alegoría evidencia un punk urbano auténtico y vulnerable, el cual refleja la angustia y la desilusión de la sociedad moderna ante un Estado, y las diversas estructuras. Sintetizando las letras de Alegoría dejan en evidencia la cruda realidad de la juventud urbana, atrapada y sometida en un sistema capitalista, luchando por encontrar una salida, escapando de la opresión, con el fin de encontrar la libertad. En un mundo que se encuentra en detrimento al parecer, The Perro Boys manifiesta su descontento y rebeldía en contra del sistema, mientras que Alegoría enfatiza sobre la angustia social y la desesperanza en busca de una resignificación de un mundo que al parecer ha perdido su horizonte.

Ilustración 13. Portada del video Agonía de Alegoría punk en youtube



Nota: Recuperado de Alegoría punk canal oficial de alegoría en Youtube

La portada de Agonía muestra un momento en el que se comparte una exaltación colectiva, se ven cuerpos apilados, sudor y la violencia que se contiene dentro del pogo. La cámara capta la intensidad del movimiento y aunque la escena es desordenada y parece caótica, transmite completamente un sentido de comunidad. Este tipo de imagen revela lo que Maffesoli denomina “efervescencia tribal” la energía compartida que refuerza el sentimiento de

pertenencia dentro de las urbes contemporáneas, en donde “el reagrupamiento de los miembros de una comunidad específica lucha contra la adversidad que los rodea” (Maffesoli, 1988, p. 10).

En esta portada la estética visual de alegoría no busca pulcritud, se expresa mediante lo inmediato, lo caótico y lo humano. Como lo plantea Adorno “el arte tiene que adoptar la causa de todo lo proscrito por feo para denunciar en lo feo al mundo que lo crea y reproduce” (1970, p. 96). La imagen del caos y el desorden del pogo son, aquí, un gesto de autenticidad y resistencia, lo bello acá no se manifiesta por medio de la armonía, sino en el grito colectivo que desafía la normatividad. Este tipo de representación visual genera un habitus estético compartido. Según Bourdieu, “el gusto une y separa distingue a los que son producto de condiciones semejantes” (1979, p. 53). En ese sentido, el pogo no es solo un acto físico, es también una declaración de identidad. En la mirada cómplice entre los participantes se construye un medio de distinción que no necesita del lujo ni del orden, sino del sudor, la fuerza y el derroche de energía compartido como signo de pertenencia.



Playlist Alegoría Punk

2.3 Análisis del discurso en las canciones de Chucha

Chucha “Los camaleones”

En “*Los camaleones*”, la banda desarrolla un discurso profundamente crítico frente a la hipocresía y el camuflaje social dentro de las élites. Frases como “*solo cambian de colores, son los camaleones*” buscan compartir como estas elites manejan identidades plásticas y oportunistas que van moldeando para cambiar su apariencia según la conveniencia del caso. En el marco de

un contexto nacional y político caracterizado por la corrupción y la simulación moral, esta mención lírica constituye una denuncia hacia las estructuras de poder que, bajo el disfraz de legitimidad, sostienen su dominio simbólico y material que solo beneficia a unos pocos.

El lenguaje inscrito en la letra de la canción plagado de imágenes de “*depredadores, policías y ladrones*” genera una serie de oposiciones discursivas entre los grupos dominantes y quienes no pertenecen a estos, lo que permite evidenciar cómo el grupo despliega un discurso de resistencia frente a la institucionalidad. Estas categorías no son neutrales, por el contrario revelan una forma de clasificación social que, como menciona Bourdieu, también opera en el campo estético: “*el gusto es el principio de todo lo que se tiene y de todo lo que se es para los otros, de aquello por lo que uno se clasifica y por lo que le clasifican*” (1979, p. 53). Así, esta banda al igual que The Perro Boyz y Alegoría subvierte la función tradicional del gusto musical, asociada al refinamiento burgués, para resignificarlo como espacio de protesta y diferenciación contrahegemónica.

Desde este enfoque *Chucha* no se limita a denunciar la alienación política, sino que introduce una práctica estética que se opone al principio de distinción. En el gesto sonoro del punk, lo “*feo*”, lo “*sucio*” y lo “*estridente*” son reapropiados como armas simbólicas que adoptan no solo en sus ritmos y composiciones, sino también en sus videos y producciones visuales. Tal como plantea Adorno, “*el arte tiene que adoptar la causa de todo lo proscrito por feo, no para integrarlo, sino para denunciar en lo feo al mundo que lo crea y reproduce*” (1970, p. 96). En este sentido, la crudeza sonora y el tono agresivo de la letra funcionan como una negación activa de la estética dominante, el punk deviene un modo de visibilizar lo que el orden social expulsa, los cuerpos que no encajan, las voces que no deben ser escuchadas.

A nivel político, esta manifestación estética que cobija la banda, coincide con la idea de Rancière (2010) sobre el arte como forma de “*actividad disensual*”, es decir, una práctica que redistribuye lo sensible y altera el dominio de lo posible. En “*Los camaleones*”, la banda opera esa disidencia al exponer los mecanismos de normalización del poder los que “*cambian de colores*” y devolverle a la música su capacidad de producir grietas en el consenso.

Ilustración 14. Portada del video de Los Camaleones de Chucha punk en youtube



Nota: Recuperado de chucha punk rock canal oficial de chucha en Youtube

En la portada del video los camaleones de Chucha punk, expone un reptil de tamaño monumental el cual se encuentra en medio de un jardín aparentemente urbano, se convierte en una metáfora visual de la denuncia que se expone en la letra de la canción y que le da un sentido a esta imagen. Este animal símbolo de cambio y adaptación aparece como una metáfora al poder que muta para conservarse, una crítica al disfraz de moralidad que cubre la corrupción estructural, la tipografía que acompaña la imagen es agresiva, remite al graffiti urbano, una forma de escritura que irrumpe el espacio público con la misma violencia de la canción. Esta elección visual puede leerse como una reapropiación de lo que Bourdieu (1979) denominó el gusto “vulgar” dándole un valor político y expresivo. La puesta en escena visual invierte los códigos de distinción, integrando visualmente lo estridente y lo cotidiano como materiales legítimos de la composición artística de la portada. Así, el camaleón deja de ser solo una figura animal, encarna la imagen viva de una sociedad que cambia de piel para ocultar su podredumbre, mientras el punk no lo esconde, lo expone, lo exhibe, lo colorea y lo ridiculiza.

Chucha “Hoy kiero”

En “*Hoy kiero*”, la repetición del deseo de libertad no es algo aleatorio, sino un grito performativo que busca romper con la apatía social. El enunciado “*hoy quiero estar en libertad*” transforma la palabra en acto, es una afirmación de existencia y un punto de enunciación frente a

la opresión. Esta reiteración produce una textura sonora que refuerza la intensidad emocional y el carácter colectivo del mensaje, algo que ya se ha visto más de una vez en las diferentes bandas que pese a tener estilos distintos tienen múltiples puntos de encuentro en los que se encarna la esencia del punk, en esta canción la voz individual se desborda hacia lo común, convirtiendo la experiencia personal en declaración política.

El uso del insulto y de la crudeza *“incendiar esta puta ciudad”, “caminar toda la puta”* responde a una estética de la provocación característica del punk, donde lo obsceno y lo marginal son herramientas de resistencia simbólica. En este sentido, Rancière sostiene que *“el arte y la política comparten la capacidad de interrumpir el reparto de lo sensible”* (2010, p. 34), es decir, de alterar los modos de percepción y de visibilidad social. Chucha, al articular lo vulgar y lo incendiario, desestabiliza los límites de lo aceptable, proponiendo una estética del exceso como forma de emancipación.

Así, *“Hoy kiero”* se inscribe en una poética del ruido y la desobediencia, donde la libertad no es una idealización a alcanzar a futuro sino una urgencia corporal y sonora. La canción encarna una estética insurgente que convierte el caos en declaración política, donde gritar, incendiar y decir “puta” son actos de creación dentro de un orden que los reprime.

Ilustración 15. Portada del video Hoy Kiero de Chucha punk



Nota: Recuperado del canal oficial de youtube Chucha punk Rock

En la portada del video Hoy kiero de Chucha punk conserva una estética provocadora, en ella aparece el antiguo nombre de la banda, “les abudineo”, la cual mutó a Chucha punk, nombre actual. En esta imagen se inscribe una crítica política directa usando la imagen de la exministra

Karen Abudinen, símbolo de la desconfianza a las élites políticas. Bajo la imagen aparece la frase “Robarte es un honor” esto transforma la vergüenza institucional en ironía colectiva arrebatando la autoridad moral a quienes tienen el poder. Lo anterior marcado por el blanco y el negro en un trazo oscuro pero sencillo encarna lo que Maffesoli (1988) describe como el resurgimiento de las micro tribus urbanas, que encuentran en la mofa el exceso y la estética del desorden formas de comunión afectiva frente a la crisis de legitimidad social.

El uso de una letra claramente intervenida con letras rotas y atravesadas por símbolos anárquicos expresa de forma visual la desobediencia que encarna en su música. En ella no hay armonía sino ruido, interrupción y deseo de ruptura. Como diría Bourdieu (1979), el gusto es una práctica de distinción, y aquí la banda subvierte esa jerarquía al estetizar lo vulgar, lo incorrecto lo que el arte “legítimo” excluiría. El resultado es una imagen que actúa como medio de enunciación en el cual es válido y necesario gritar, deformar y burlarse del poder. En ese juego entre palabra y símbolo Chucha define nuevamente la libertad no como abstracción, sino como gesto visual y sonoro que se atreve a decir lo que otros no.

Chucha “Sid Vicious se mató”

La canción “*Sid Vicious se mató*” realiza una mezcla de la mitificación, parodia y autocritica dentro del universo punk. Tomando la figura mítica de Sid Vicious como emblema de autodestrucción, la letra enuncia la noticia/rumor “*Sid Vicious se mató*” hasta convertirla en coro ritual. La repetición funciona como recurso rítmico y performativo que limita con el nihilismo y la fatalidad que atraviesan la escena. Musicalmente, el tema apuesta por la repetición constante, cosa que también se ha evidenciado en las canciones de las otras bandas, y la frase corta casi estribillo lo que produce una sensación de cántico más que de narración lineal, reforzando la dimensión comunitaria del ruido y la celebración del exceso.

Estéticamente, el tema recurre a lo grotesco y lo escatológico como estrategia expresiva. La violencia verbal, el humor soez y la imagen ilustra la vida rápida y pronta muerte de posiblemente la imagen más significativa del punk, esto permite a la banda desplazar la solemnidad mítica hacia una parodia adaptada a nuestro país, haciendo referencias como la champeta que transforman la romántica glamorización del autodestruido. Ese desplazamiento

tiene un valor crítico al profanar el mito, la canción cuestiona tanto la admiración acrítica por la muerte rockera como las performatividades hiperbólicas de la escena.

Para abordarlo teóricamente, la pieza puede leerse mediante la noción de gusto y distinción, como recuerda Bourdieu, *“los gustos son, ante todo, disgustos... que producen una intolerancia visceral lo que equivale a arrojar a los otros en el escándalo de lo antinatural”* (1979, p.54). Aquí la letra actúa exactamente así, defiende un gusto punk que se afirma expulsando y ridiculizando a quienes no cumplen sus códigos. En clave estética, el recurso a lo feo y lo proscrito vuelve a aparecer como estrategia deliberada. Siguiendo a Adorno, el arte puede adoptar lo “feo” para denunciar el mundo que lo produce (1970, p. 96), función que la canción asume al convertir lo miserable y lo grotesco en materia musical crítica.

Ilustración 16. Portada del video Sid Vicius de Chucha Punk



Nota: Recuperado del canal oficial de youtube Chucha punk Rock

La portada del video Sid vicius se mato de Chucha Punk transporta la crudeza de la autodestrucción que ha marcado el punk a un terreno de parodia costera. La ilustración muestra un cuerpo cansado, posiblemente ebrio y recostado al lado de un burro, una escena que retrata el nihilismo del punk clásico y lo pone en contexto del territorio costero colombiano. El trazo es caricaturesco y los colores saturados dan como resultado una imagen algo grotesca donde lo trágico y lo absurdo se convierten en un solo elemento, esto es una caricaturización del personaje posiblemente más representativo dentro del punk, Sid Vicious de los Sex Pistols la popular banda británica que hizo del punk un fenómeno global. La imagen se puede leer como una crítica a la romanización de la autodestrucción.

En este gesto, la banda expone lo que Adorno (1970) denomina la “adopción de lo feo” como denuncia del mundo que lo produce. La fealdad en la imagen de esta portada no se presenta como falta de belleza, sino como un medio de expresión sobre la verdad. El burro, figura asociada la cotidianidad en las zonas rurales de la costa colombiana, se vuelve aquí compañero del punkero muerto-vivo de la imagen, reflejo de una sociedad que convierte el sufrimiento en un espectáculo morboso. A su vez, la ironía y el exceso remiten a lo que Maffesoli (1988) describe cómo el espíritu tribal del presente, una comunidad que encuentra en la risa y la autodestrucción un modo de afirmación e identificación colectiva.



Playlist Chucha Punk

2.4 Flyers de Chucha Punk: estética de la autogestión y resistencia visual

Los flyers de Chucha no solo tienen la función de convocar al público a sus conciertos/toques, sino que también exponen visualmente una práctica estética y política basada en la autogestión y el fortalecimiento de los vínculos comunitarios por medio de prácticas tales como el apoyo a emprendimientos de la escena dentro de los toques. El primero fue diseñado con el fin de recolectar fondos para el punk al parque, evento autogestionado que se realizó a mediados de octubre, en este se hace explícita la economía solidaria por parte de la comunidad de la escena que sostiene a los eventos independientes. Más que un anuncio es una invitación a la camaradería por medio del disfrute de la música, sostener colectivamente un espacio simbólico de resistencia.

La gráfica de la imagen es cruda por medio de trazos manuales y desordenados con contrastes saturados, expone una estética del hacer, donde la sencillez y disruptividad estética

sobre lo visual se asume como un lenguaje, aquí la forma comunica tanto como el contenido. La ausencia de la pulcritud visual se convierte en rechazo consciente al mercado musical y sus estéticas dominantes que enaltecen lo hegemonícamente bello o socialmente aceptado. Como señala Maffesoli (1988), las tribus contemporáneas se cohesionan a través de la emoción y la pertenencia, y en ese sentido el flyer es funcional como un símbolo de identificación colectiva.

Ilustración 17. Flyer de difusión para toque de Chucha en un evento de recolección de fondos para punk al parque



Nota: Recuperado del Instagram de Chucha, chucha.punrock.

El segundo flyer es del toque en Café Valkiria en Facatativá en diciembre, en este un duende—Papá Noel algo grotesco se encuentra en el fondo la imagen detrás de las bandas. Su presencia caricaturesca se antepone la iconografía tradicional de la Navidad en la que se muestra un papá Noel o unos duendes dulces y de aspecto bello, transformando esta figura del consumo decembrino en una parodia de sí misma, acá lo festivo y lo siniestro se mezclan, dando lugar a una “estética de lo bastardo”, donde lo feo se convierte en una afirmación de autonomía. Tal como plantea Maffesoli (1988), las tribus urbanas producen sus propios rituales y mitologías, y en este caso, el humor y la deformidad son herramientas de comunicación y expresión estética.

Ilustración 18. Flyer de difusión para toque de Chucha en Valkiria Café



Nota: Recuperado del Instagram de Chucha, [chucha.punrock](#).

2.5 Flyers Alegoría

El flyer del toque de Alegoría en el estruendo despliega una estética construida bajo la saturación en la imagen. Un desorden que expone la lógica visual del punk, en esta composición predomina el rojo, los nombres de más bandas se superponen y no existe ningún tipo de jerarquía. Esa falta de orden no es algo no intencionado, sino que por el contrario pareciera ser una declaración estética ya que aunque diferentes bandas y espacios exponen sus flyers siempre que se trata de punk tienden a ser bastante parecidos. Esto se puede interpretar como una norma estética recurrente que se lee como el rechazo a los valores del diseño comercial de la gran industria musical, siguiendo a Bourdieu, “no existe nada que distinga de forma tan rigurosa a las diferentes clases como la disposición exigida por el consumo legítimo de obras legítimas” (1979, p. 37); así, Alegoría reivindica lo ilegítimo como forma de expresión popular.

Ilustración 19. Flyer de Alegoría anunciando toque en el estruendo bar



Nota: Recuperado de la página oficial de instagram Alegoria_punk

En el segundo Flyer se conserva la estética sencilla y aparentemente hecha sin necesidad de conocimientos específicos en diseño gráfico, característica de la escena, collages, letras intervenidas y la ausencia de una jerarquía al menos en las bandas que acompañarían a Interrogantex que es el único nombre que resalta y es evidentemente más grande que los demás. En este flyer el fondo actúa como lienzo de una práctica estética que persevera dentro de la escena. Siguiendo a Maffesoli “la dinámica social se da en el interior de las mismas sociedades, dentro de las megalópolis, donde hierve el sentimiento de pertenencia” (1988, p. 10). En este sentido los carteles que se comparten en redes no sólo comunican un evento, sino que mantienen viva una forma específica y característica de comunicar que se constituye dentro de la identidad visual del punk y generar unos códigos comunes que distinguen y generan pertenencia.

Ilustración 20. Flyer de la celebración de los 10 años de interrogantex y su lanzamiento nuevo, evento que acompaña Alegoría Punk con una presentación musical



Nota: Recuperado del instagram oficial de Alegoría Alegoria_Punk

2.6 Flyers de The Perro Boyz

En el flyer de The Perro Boyz hay una particularidad con respecto a los otros; este comparte con los demás la enunciación desde imágenes grotescas siendo el fondo un esqueleto con un balón de fútbol, pero la particularidad aquí radica en primera medida de la repetición de uno de los puntos de encuentro, el estruendo bar. Este lugar parece trascender de un sitio de convocatoria musical para convertirse en una plataforma de solidaridad y acompañamiento dentro de la escena. En el flyer la banda no solo convoca al toque sino también a un partido de fútbol nombrado como “Fútbol y médula” y además enuncia que el cover son útiles escolares, estos elementos transforman el evento en una práctica de autogestión y ayuda reafirmando así el sentido del neotribalismo contemporáneo que describe Maffesoli (1988) como aquel que reagrupa a la comunidad frente a la adversidad y hace del afecto un principio organizador del vínculo social.

Ilustración 21. Flyer de toque en el estruendo bar con la presentación de The perro Boyz



Nota: Recuperado del instagram oficial de Theperroboyz.

El hecho de que El Estruendo reaparezca como escenario sugiere la existencia de espacios consolidados como espacios de reconocimiento y pertenencia donde la música se enlaza con la cotidianidad y los afectos colectivos. Aquí el punk se distancia del nihilismo con el que es asociado por sus inicios para evidenciar una ética del cuidado entre pares, no solo dentro del apoyo a las ferias dentro de los toques para impulsar los emprendimientos de miembros de la escena punk, sino también la recolecta de ayudas, en este caso para niños en situaciones de vulnerabilidad por medio de los útiles escolares como cover, una estética que expone la fraternidad y el compromiso con los otros.

El siguiente flyer anuncia el hardcore punk infested bajo la frase en letras gruesas que captan la atención “La peste se propaga” condensa la caótica estética que caracteriza al punk

bogotano. En este flyer el mensaje es viral y desbordado, hay múltiples fechas y bandas nuevamente sin una jerarquía entre bandas más allá de la división por fechas, esto refuerza lo que Maffesoli (1990) denomina una “efervescencia social”, donde la fuerza del grupo prima sobre la individualidad. Dentro de este diseño la letra agresiva y el lenguaje simbólico de peste o infestación se manifiestan como metáforas de contagio cultural dentro del cual se conserva una imagen estética de desobediencia y desorden. Más que anunciar un evento, este flyer expone la estética cruda de resistencia viva e indomable.

Ilustración 22. Flyer del hardcore punk infested



Nota: recuperada de la página oficial de instagram theperroboyz

2.7 Conclusiones del capítulo

Desde el análisis del discurso presente en las letras y portadas de las canciones de Alegoría Punk, The Perro Boyz y Chucha Punk se pudo reconocer como desde distintos registros estéticos y discursivos, el punk bogotano se consolida como un espacio o campo de resistencia simbólica y a su vez como un territorio sonoro en el que la juventud reconfigura su identidad frente a las tensiones del capitalismo, la desigualdad y la alienación urbana. Cada grupo tiene un

modo particular de enunciar el malestar contemporáneo, pero todas comparten un mismo sentido o pulsión, la de transformar la frustración en un acto expresivo, colectivo y por supuesto político.

En The Perro Boyz, la crudeza lírica y la densidad visual de sus portadas remiten a una rabia territorial que reivindica la música como espacio de existencia y denuncia. Su discurso colombiano la ironía y la autoconciencia crítica para evidenciar las fracturas del sistema, mientras su estética visual construye una memoria de lo marginal que convierte lo cotidiano en potencia simbólica. En ellos, la identidad juvenil se afirma desde el exceso y el desencanto, transformando la precariedad en lenguaje de autenticidad.

Por su parte, Alegoría Punk se sitúa en una dimensión más introspectiva y emocional del malestar. En sus letras se escucha el eco de la desesperanza urbana y la fatiga ante la repetición y falta de reflexión social. La búsqueda de sentido se convierte en grito y la angustia colectiva en un modo de comunión. Su estética marcada por su proximidad del pogo, el caos y la corporalidad compartida encarna lo que Maffesoli (1988) denomina la *efervescencia tribal*, siendo la energía que une a los cuerpos que se reconocen en la misma desilusión. Alegoría no estetiza la rabia, la vuelve humana y la reconoce en su proceso de transformación en vulnerabilidad colectiva.

A su vez, Chucha radicaliza la provocación y la sátira como herramientas críticas. Su discurso es abiertamente político y desafiante, donde desnuda las hipocresías del poder, subvierte los símbolos de autoridad y estetiza lo grotesco como gesto emancipador. En canciones como “Los camaleones” u “Hoy kiero”, la obscenidad y la ironía se convierten en estrategias de disenso, mientras que en “Sid Vicious se mató” la parodia del mito punk revela una autocrítica lúcida a la romantización de la autodestrucción. La estética visual de sus portadas, atravesada por el humo negro y la distorsión, confirma la apropiación del gusto vulgar como medio de subversión cultural y política.

Las tres bandas, desde sus diferencias configuran un entramado estético y discursivo que da cuenta de cómo la juventud bogotana habita y reinventa la experiencia urbana por medio del punk. El punk lejos de ser una simple forma musical, se convierte en un lenguaje identitario en el que se condensan los afectos, las rabias y las aspiraciones de una generación que resiste a la homogeneización del gusto y a la apatía social. En sus sonidos y visualidades se inscribe una

disputa por el sentido, una lucha por nombrar y reconocer el malestar y convertirlo en gesto colectivo.

CAPÍTULO III. CONSUMO MUSICAL Y PROCESOS DE IDENTIDAD JUVENIL

(2022-2024)

Introducción

En este capítulo se aborda el tercer objetivo específico de la investigación: identificar las dinámicas de consumo musical entre los jóvenes de Bogotá que conforman el público de The Perro Boys, Alegoría Punk y Chucha, y detallar cómo estas bandas se han presentado en el marco de dichas dinámicas. Para esto se realizó un análisis del grupo focal realizado entre jóvenes de la subcultura punk con edades entre los 21 y 25 años, sus nombres son Sofia, Lucha, David y Gabriela. Sus voces permiten trazar no solo prácticas distintivas del consumo del punk, sino también significados, emociones y tensiones que atraviesan la escena local, específicamente entre el periodo de 2022 y 2024. El criterio de elección principal de estos jóvenes para el grupo focal se sostuvo en que son miembros de la subcultura, puesto que viven y escuchan el punk en su cotidianidad, además de que conocen y han tenido cercanía de alguna u otra forma con las bandas que hacen parte de esta investigación.

Para este trabajo se parte de una base focal, la cual es que el consumo musical no es un acto neutral ni exclusivamente económico, es una práctica simbólica que resignifica objetos, espacios y cuerpos. Desde la mirada del autor García Canclini (1995) se propone la idea de que el consumo cultural es una práctica que no es estática puesto que transforma bienes y prácticas dotándolos de nuevos significados colectivos. Maffesoli (1988) ofrece la noción del tribalismo posmoderno la cual es fundamental para comprender cómo en la urbe emergen nuevas formas de pertenencia y comunidad a partir del espectro afectivo, el cual permite la organización juvenil. Por otro lado Ramírez (2006) insiste en ver la identidad como una construcción social en la cual la música posee un papel en cuanto funciona como generadora de identidades sociomusicales. A partir de estas referencias el análisis escucha las voces del grupo focal para hilarlas con la teoría sociológica que nos proporcionan estos autores y así dar respuesta a la pregunta de esta investigación

3.1 Metodología breve y el valor del grupo focal

El capítulo se construye alrededor de los datos cualitativos compartidos por el grupo focal realizado (15 de septiembre de 2025) y se complementa con las observaciones realizadas sobre la circulación de música y estética en plataformas digitales en este caso específico YouTube, el cual proporciona una accesibilidad sencilla al material publicado y en los toques. La selección de los miembros del grupo focal apuntó a jóvenes que sean parte activa en la escena (asistencia a toques, producción de indumentaria, consumo de música en plataformas) con edades entre 21 y 25 años, esto permitió captar una experiencia posicionada desde el punk bogotano. Este grupo focal pretende ofrecer una lectura densa, las frases de Sofía, Gabriela, David y Lucha funcionan como ventanas para observar cómo el consumo musical articula emociones, estética y prácticas colectivas. Este elemento es fundamental para el análisis ya que permite ver cómo se crean y sostienen sentidos dentro de la subcultura y como la estética se convierte en un punto de enunciación y una herramienta de identidad

3.2 Prácticas de consumo: más que escuchar, apropiarse

Una de las primeras conclusiones que emergen de este grupo focal es que el punk, de la forma en la que lo viven los jóvenes del grupo focal, no es solamente un género musical, es una forma de habitar el mundo y crear comunidad que además está atravesado por lo estético, lo ideológico, y lo cotidiano. Sofía sintetiza esto cuando dice que el punk “nos atraviesa ideológicamente, en la obra, en la estética y hasta en la forma de vestirnos” (Sofía, comunicación personal, 15 de septiembre de 2025). Esta afirmación es un ejemplo claro de cómo consumir música en la escena no es simplemente reproducir canciones desde un dispositivo inteligente, implica apropiaciones simbólicas que transforman objetos y espacios físicos, camisetas, fanzines, prendas hechas o decoradas a mano, toques, casas de ensayo, casas de grabación pequeñas y prácticas como organizar jornadas de recolección de ayudas para niños a animales o crear redes de apoyo desde los colectivos.

García Canclini (1995) explica en su obra que los objetos culturales “pierden su carácter mercantil y ganan otro” cuando empieza a hacer parte de prácticas colectivas, en los toques esto es comprobable puesto que el cobro, cuando existe, funciona más como una recolección de contribuciones para apoyar bandas emergentes o causas comunitarias (recolección de fondos para

refugios de animales, compra de útiles escolares), y no como un acto de compra tradicional donde el valor de cambio es distinto. El consumo aquí cambia convirtiéndose en acto de solidaridad y en marcador de identidad y sentido de pertenencia. Sofia comunica que “todo termina siendo una ayuda entre todos” (Sofía, comunicación personal, 15 de septiembre de 2025), ilustra cómo la circulación musical está completamente relacionada a una economía que tiene como bases el apoyo y la comunidad.

Por otro lado Ramírez (2006) en su artículo expone una aporte que es clave y este es que las identidades sociomusicales son totalmente colectivas y se constituyen por medio de una serie de prácticas y discursos compartidos los cuales tienen la capacidad de articular valores como el orgullo colectivo. En el grupo focal es evidente cómo los jóvenes usan la música para expresar el descontento y la rabia frente a la sociedad y la vida urbana, además de construir colectivamente otras formas de habitar la ciudad.

3.3 Toques como rituales: estética, política y comunidad

Los toques tienen un papel central dentro del punk y dentro de las formas en las que los participantes lo consumen. Los jóvenes describen los toques como rituales colectivos donde se entrelaza la música, la ideología, los valores, la estética y la solidaridad. En estos espacios se generan símbolos visuales y sonoros que permiten la creación de comunidad y el reconocimiento colectivo. Maffesoli (1998) habla de la “efervescencia” que surge dentro de las selvas de piedra, los toques efectúan el papel de centro de reunión donde la rabia se vuelve fiesta, y lo trágico y festivo se encuentra como medio de catarsis.

Desde la visión del grupo focal el toque cumple diversas funciones, es un espacio de catarsis, un lugar de experimentación estética y un centro donde se establecen redes solidarias, además de ser un centro de pedagogía informal donde se transmiten prácticas de autogestión y se reproducen una serie de criterios éticos que elaboran un puente de coherencia entre ideales y práctica tal como lo es el DIY (do it yourself) hazlo tu mismo. Este último punto conecta a los participantes en lo que llaman “coherencia frente a los ideales”, no se trata solo de portar una estética sino de intentar que esta vaya de la mano con los modos de vida alternativos. Gabriela miembro del grupo focal describe el toque de esta manera: “Esos puntos de encuentro generan comunidad y movilización social. No siempre es un cambio drástico político eso, pero el hecho

de que se reúnan personas que vienen a pensar parecido y que tienen ganas de cambiar la forma como usualmente se vive la cotidianidad.” (Gabriela, comunicación personal, 15 de septiembre 2025)

3.4 Estética y corporalidad: la prenda hecha, la rabia hecha gesto

La estética punk es bastante reconocible a nivel visual puesto que integra ropa, cortes de cabello, colores, tatuajes y gritos. Esta funciona como un lenguaje que comunica pertenencia y a la vez genera una diferenciación clara de otros sectores sociales. En la escena bogotana la práctica del “Hazlo tu mismo” es vital dentro de la comunidad, en los toques comúnmente acompañados de ferias se encuentran múltiples artículos hechos totalmente a mano y con precios bastante accesibles en relación a la industria de la ropa de marcas. Además miembros de la subcultura también procuran seguir esto desde su cotidianidad, esto no son solo acciones, son también declaraciones políticas. Sofía y Luisa (colectivo Gatas en Pogo) lo llaman “una manera de gritar las cosas y hablar”, la prenda es tanto un objeto utilitario como un mensaje.

Bourdieu (1979) maneja una noción de gusto y habitus que ayudan a interpretar el porqué de la estética como un marcador social. El gusto musical y estético cumple con dos funciones fundamentales, une a quienes comparten condiciones semejantes y los diferencia de los demás. El punk dentro de su campo estético y simbólico produce distinciones internas, tales como el qué banda es auténtica o qué forma de vestirse es correcta, estos son mecanismos de clasificación social. David identificó una tensión particular “muchos punks se jactan de ser libertarios, pero imponen reglas dentro de su propio nicho” esto puede ser leído bajo el concepto de habitus, donde aún en espacios contraculturales, se reproducen normas y jerarquías.

La estética Punk no es solo distinción, es también reparación afectiva, es un abrazo colectivo que permite expresar la rabia y construir sentidos de pertenencia, en este punto Ramírez (2006) que cita a Frith coincide en algo con él, la música articula sentidos y emociones que no puedes reducirse al discurso, es la forma más intensa de sentir y compartir el orgullo colectivo a través de los valores compartidos.

3.5 Medios digitales: visibilidad, algoritmo y dilemas de autenticidad

Las plataformas digitales útiles para la difusión musical aparecen en las narrativas del grupo focal como medios vitales para difundir y acceder con facilidad al material musical de las bandas. Gabriela menciona que estas plataformas “permiten llegar a quienes lo necesitan y no lo sabían” (Gabriela, comunicación personal, 15 de septiembre 2025), esto resalta la capacidad de las redes para expandir la audiencia. Aquí aparece una tensión particular ¿Se reconcilia la lógica del alcance digital con la ética de autogestión y autenticidad? Para los miembros del grupo focal la circulación del material en redes no implica perder autenticidad, más bien es un medio y una estrategia para mantener el proceso de autogestión dentro de canales que han sido pensados para la lógica de mercado. Adorno (1970) realiza una crítica a la industria cultural que es útil para leer esta tensión, la mercantilización del arte lleva a la pérdida de la autenticidad, pero el punk resignifica las herramientas tecnológicas para fines colectivos, de este modo las potenciales mercancías renuncian a este valor mercantil para convertirse en recursos de identificación.

3.6 Redes sociales y consumo digital: la escena punk en la era de la autogestión

Las redes sociales son un elemento importante para la difusión de información. Dentro de la escena han sido útiles para concretar fechas y espacios en los que tocan las bandas y así mismo convocar a los espectadores. The Perro Boyz tiene un perfil en Instagram el cual mezcla el archivo visual de algunos toques con los flyers de la banda. Las imágenes y flyers digitalizados con trazos irregulares generan una estética coherente con su identidad, no hay búsqueda de perfección o pulcritud sino autenticidad. La descripción en el perfil “Hardcore punk desde Bogotá, Colombia” permite ubicar geográficamente a la banda además de inscribir su práctica en un territorio. Lo que se consume en su página no es simplemente música, es también una narrativa de lo que es el punk urbano, dotando de valor a lo local y colectivo frente a las lógicas globalizadas del algoritmo. Esta banda a comparación de Alegoría y Chucha es la que cuenta con más seguidores, sin embargo es importante resaltar que también es la que lleva más tiempo en la escena por ende ha tenido más tiempo para consolidar oyentes y seguidores, su nombre en redes es “theperroboyz”

Ilustración 23. Imagen del perfil de instagram de The perro Boyz



Nota. Imagen extraída del perfil de instagram theperroboyz

Alegoría Punk sostiene una imagen un poco más íntima, compartiendo en sus publicaciones los procesos de grabación en las que se evidencia la amistad y la cotidianidad. Esta cercanía genera un nuevo vínculo entre banda y público reemplazando la distancia mítica del artista y el oyente para generar una horizontalidad afectiva. Maffesoli (1988) menciona que en la posmodernidad las formas de sociabilidad se organizan en torno a “tribus” que encuentran su fuerza en el sentimiento de pertenencia. En este sentido, Alegoría construye una comunidad digital que es similar a las tribus. Esta está compuesta por 235 seguidores que pese a no ser una cantidad masiva es bastante, teniendo en cuenta el periodo de actividad de la banda que es el más breve de las tres.

Ilustración 24. Imagen del perfil de instagram de Alegoría



Nota. Imagen extraída del perfil de instagram de Alegoria_punk

Chucha en su biografía de Instagram presenta su número de contacto y enlace refleja una estrategia de comunicación independiente que mezcla lo artesanal y lo profesional. Los enlaces a entrevistas y flyers en sus historias fijas funcionan como medio para preservar la memoria colectiva de la banda y de la escena. Al igual que señala Bourdieu (1979), “el gusto musical no solo clasifica, sino que también “une a todos los que son producto de condiciones semejantes”. En este caso, la estética visual y discursiva de Chucha une a una comunidad que tiene valores similares en torno a la resistencia y cooperación, más allá del consumo tradicional. Esta banda cuenta con 397 seguidores siendo la segunda con más seguidores después de The Perro Boyz.

Ilustración 25. Imagen del perfil de instagram de Chucha punk



Nota: imagen extraída del perfil de instagram Chucha.punrock

En conjunto el análisis de estas cuentas permite observar cómo las redes no solo son canales de difusión sino también espacios de memoria donde las bandas narran su identidad y fortalecen lazos con la comunidad. La virtualidad funciona como una extensión del territorio simbólico del punk donde lo político, lo visual y lo sonoro nuevamente convergen desde lo digital, por ende el consumo de redes no atenta contra la ética del punk, por el contrario la amplifica generando un nuevo tipo de tribalismo urbano que combina la solidaridad presencial de los toques con la conexión afectiva en línea.

Además de esto las plataformas se configuran como espacios de memoria en los cuales el material es guardado y organizado por temporalidad de publicación, aquí residen las canciones, archivos, registros de toques, flyers y demás que permiten que la subcultura guarde un registro que puede ser visto y compartido. Bajo este proceso que perdura con un registro físico en la memoria colectiva y también se reconocen a otros como iguales, la presencia digital entonces no contradice la práctica punk, la complejidad reside en cómo se maneja el uso de estas herramientas sin terminar dentro de lógicas industriales que asfixian la autonomía.

3.7 Género, territorialidad y desigualdad: consumos diferenciados

Uno de los aportes más importantes de este grupo focal fue la reflexión acerca del género, 3 de los miembros del grupo focal fueron mujeres quienes señalaron que los espacios físicos de encuentro pueden llegar a ser hostiles: “las mujeres nos vemos obligadas a responder de manera

hostil en ambientes hostiles” (Sofia, comunicación personal, 15 de septiembre 2025). Estas experiencias exhiben como el consumo musical y la participación en la escena están atravesados por relaciones de género que condicionan cómo se disputa y habita el espacio en los toques, por ende la creación de los espacios seguros o colectivos feministas aparecen no como una estrategia de exclusión, sino para generar condiciones donde la participación sea real y sin miedo, de aquí nace la iniciativa de Sofia y Luisa para crear el colectivo Gataz en pogo, el cual pueden encontrar en Instagram como “Gatazenpogo” con el fin de abrir espacios seguros para las mujeres dentro de la escena.

La territorialidad y la condición socioeconómica también genera diferentes formas de consumo, no es lo mismo vivir el punk desde el norte centro que desde el sur de Bogotá, Gabriela lo resume en esta frase “no es que Bogotá tenga algo diferente, sino qué tan diferente es nuestra vida a las de otros” así el consumo se articula con las condiciones materiales transportes para llegar a los toques, la posibilidad de comprar o intervenir artículos, el tiempo para organizar colectas etc. Estas diferencias no invalidan el sentido comunitario, pero hacen evidentes las diferencias entre el acceso y la participación.

3.8 Tensiones internas: coherencia, autenticidad y nuevas reglas

El punk como toda escena puede llegar a tener contradicciones, la aspiración a la coherencia sobre el ser punk en apariencia y práctica vive también junto a la imposición de códigos internos con juicios sobre la autenticidad y dinámicas que orientan a la exclusión. David habla de esto en el grupo focal “Una escena que nació para romper normas termina creando otras” cuando un colectivo necesita crear y compartir códigos para reconocerse, inevitablemente genera elementos de inclusión y exclusión.

Bourdieu (1979) aborda cómo el capital simbólico se desenvuelve dentro de la escena para producir una estética correcta, de mostrar determinado repertorio musical o de participar en redes legitimadas, a su vez, la lógica de distinción genera resistencias que buscan romper con las jerarquías internas, el balance entre mantener una identidad colectiva y evitar las reproducciones jerárquicas es una de las tensiones más importantes que el grupo focal identificó.

3.9 Arte, política y estética: el punk como medio de disenso

Ranciere (2019) plantea que el arte y la estética tienen un potencial político que puede transformar las formas de “lo posible”. En el punk bogotano este potencial se evidencia, las canciones, la estética y las prácticas se encuentran en la posibilidad de cuestionar sentidos y formas de vida tradicionales en la ciudad, no es meramente un mensaje que busca programar, sino una política de lo sensible, la transformación de lo que se percibe, abrir espacios de visibilidad para cuerpos y voces excluidas, resignificar el espacio urbano.

Adorno (1970) genera una mirada crítica sobre la cooptación del arte por la industrial cultural, pero la experiencia de los miembros del grupo focal muestra que los jóvenes no son consumidores pasivos de lógicas industriales, ellos resignifican y ponen la música y la comunidad bajo el servicio de las redes de apoyo y prácticas políticas concretas como las campañas de colecta, los espacios feministas y demás, el punk funciona como medio de disenso entre la ciudad y sus ordenamientos.

3.10 Conclusiones del capítulo

A partir del análisis anterior se puede dar respuesta a una gran parte de la pregunta de investigación, la estética y el consumo de punk influye en la construcción de identidad tanto de los miembros de las bandas como de los miembros del grupo focal principalmente al producir espacios de pertenencia afectiva, prácticas de autogestión, exploración estética y redes de solidaridad que resignifican la música como un recurso que forja identidad y construye procesos políticos. Esto ocurre en varios aspectos:

1. Afectivo: los toques y la música producen experiencias colectivas que transforman la rabia en fiesta (Maffesoli 1988) la emoción regula el sentido de pertenencia y comunidad.
2. Estética y corporal: las prácticas como la confección y rediseño de prendas como trabajo autónomo y personal, la corporalidad en los toques y la estética performativa son medios de comunicación política que crean identidad y marcan diferencias.
3. Económica y práctica: el consumo no se reduce a una actividad inscrita entre las lógicas de mercado tradicionales, incluye prácticas de intercambio, apoyo y autogestión que permiten la supervivencia de la escena incluso al margen de la industria.

4. Política: el punk resignifica la ciudad y las experiencias en esta al poner como centro las demandas y frustraciones, la estética se vuelve una herramienta política desde la cotidianidad.

5. Relacional y de desigualdad: en el punk la pertenencia se construye bajo materiales desiguales, género, clase, y territorio modulan las posibilidades de consumir y participar, si bien no son impedimentos si marcan diferencias claves que hablan de las diferentes realidades sociales.

Los jóvenes que constituyeron este grupo focal siendo oyentes frecuentes o ocasionales de The Perro Boyz, Alegoría y Chucha muestran que su consumo musical es una práctica activa que es fundamental para sostener y mantener viva la escena, no es una escucha pasiva ellos hacen, inventan y sostienen. Por otro lado, las diferencias sonoras y discursivas entre las bandas ofrecen repertorios diversos que permiten identidades variadas dentro de la misma escena, todos hacen parte del entramado de lo que se considera punk pero ocupan posiciones diversas sobre él.

Con este capítulo se observa como el consumo de punk entre 2022 y 2024 por medio de las bandas que hacen parte de esta investigación y los miembros del grupo focal realizado, están inmersos en una serie de prácticas estéticas, materiales y simbólicas que contribuyen a la construcción de identidades juveniles, el grupo focal comparte como los toques, las prendas hechas a mano, la circulación digital y las redes de apoyo son centros que articulan y dotan de sentido. Triangulando esto con Maffesoli (1988) Ramírez paredes (2006) Bourdieu (1979) Adorno (1970) y Ranciere (2019) el punk puede leerse como una tribu que en la actualidad produce cohesión afectiva y disenso estético, la estética no es un ornamento y el consumo no es pasividad.

La identidad juvenil desde la escena se configura como un nosotros que busca la coherencia entre la palabra y la práctica, negocia la tensión entre visibilidad digital y autónoma que enfrenta desigualdades materiales en la ciudad. En última instancia la estética y el consumo musical se presentan como herramientas de resistencia las cuales permiten nombrar el malestar, sostener redes de apoyo y construir por medio de la música, formas de vida alternativas que resisten a la tradición de la indiferencia urbana.

CONCLUSIONES

La investigación realizada permitió evidenciar que el punk en la escena bogotana contemporánea funciona como un campo de producción simbólico, estético e identitario de alto impacto para los miembros de las bandas y los jóvenes que hicieron parte de la investigación por medio del grupo focal, esto especialmente dentro de contextos urbanos atravesados por la desigualdad, fragmentación social y precariedad. A pesar de los cambios dentro de la industria musical, la expansión de nuevas tecnologías, el desplazamiento del consumo físico al consumo digital por plataformas, acá el punk sigue siendo un lenguaje vivo con sentido político y cultural capaz de producir sentidos colectivos que generan comunidad y pertenencia.

Desde la perspectiva sociológica los hallazgos exponen que la identidad juvenil articulada con el punk no puede entenderse como una construcción estática o esencialista, sino como un proceso dinámico y situado que se configura dentro de prácticas, encuentros, consumo musical y corporalidades que se mueven del plano estrictamente sonoro. En línea con lo planteado por Stuart Hall (1996) la identidad es expresada como articulación y no como esencia, esta se produce entre la negación y posibilidad de habitar múltiples posiciones sociales y simbólicas dentro la ciudad. El punk acá funciona como un escenario de agencia simbólica donde los jóvenes reorganizan sus formas de ver el mundo, se reconocen entre iguales y reinterpretan en su contexto y construyen pertenencia colectiva a través de prácticas musicales compartidas

De este modo, el análisis comparativo entre Alegoría Punk, The Perro Boyz y Chucha permitió evidenciar cómo la escena punk en Bogotá no funciona como una comunidad homogénea ni como un único discurso de resistencia y denuncia, sino como un centro de diversidad de sentidos y estéticas. En estas bandas se visualiza la coexistencia de narrativas políticamente explícitas, discursos centrados desde la crudeza, el desencanto y nihilismo y búsquedas identitarias que articulan territorios y resignificaciones dentro del punk. Esta diversidad no debilita la fuerza del movimiento, sino que por el contrario amplía su campo posible de acción y expresión. El punk no se cierra en una expresión única de resistencia, sino que habilita múltiples expresiones de ser, sentir y luchar, lo que confirma su potencia cultural flexible y adaptable a los contextos temporales y sociales cambiantes.

Desde la estética, retomando a Bourdieu (1979) y Rancière (2019) se evidencia que el punk funciona como una intervención crítica que transgrede las lógicas tradicionales del gusto legítimo y de la jerarquización cultural. El punk hace visible lo que el orden dominante niega o rechaza declarándolo como ruido, fealdad o exceso, y lo convierte en una forma legítima de expresión. La estética punk más que un estilo es un acto político en sí mismo porque reconfigura los límites de lo sensible, expone voces históricamente marginadas y muestra en escena cuerpos y narrativas que la cultura hegemónica busca excluir. En consecuencia, la estética se convierte en herramienta de disputa simbólica y en mecanismo de visibilización social.

En cuanto al consumo la investigación expone cómo el consumo musical de punk no puede entenderse meramente como una operación mercantil, sino que responde a un acto político, cultural y ritual, en acuerdo García Canclini (1995) el consumo en el punk es una forma de participar en lo común, de configurar comunidades y de crear ciudadanía cultural desde prácticas distintas. Los toques, los espacios auto gestionados, los bares, la circulación de música en plataformas o redes, y los intercambios simbólicos entre bandas y público, estos funcionan como escenarios de producción de sentido donde se consolidan vínculos colectivos, emocionalidades compartidas y sentidos de pertenencia que sostienen identidades sociomusicales activas y vigentes.

La investigación permite concluir que el punk no es solo un género musical sino constituye una forma de construir realidades, narrar el desencanto contemporáneo y habitar lo urbano. El punk surge como espacio simbólico dentro el cual las juventudes pueden nombrar las violencias cotidianas, transformar la frustración en acción, denuncia y reconfigurar su lugar en el mundo. En Bogotá, el punk funciona como un medio de subjetivación política que permite representarse desde la crítica, la agencia, la autonomía y la diferencia, la identidad punk que nace de este proceso se entiende como identidad abierta, cambiante, móvil y colectiva que se nutre de las experiencias, historias y resistencias compartidas.

Este estudio concluye que el punk continúa siendo un espacio vigente para la construcción de identidades juveniles en Bogotá, porque no solo ofrece un repertorio estético o musical, sino un marco para interpretar el mundo, cuestionarlo y actuar frente a él. La potencia sociológica del punk radica en que es capaz de convertir la música en herramienta para pensar,

sentir, resistir y crear comunidad. Los miembros de las bandas y los oyentes en Bogotá no se limitan a consumir o hacer música, crean sentido, habitan el conflicto, transforman su experiencia social y generan formas propias de existencia, el punk, en este sentido, persiste como un dispositivo de resistencia cultural que reafirma que la identidad no es un estado, sino una práctica viva en permanente construcción.

BIBLIOGRAFÍA:

Adorno, T. W. (1970). *Teoría estética* (J. Navarro, Trad.). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1970)

Babativa, H., Rubiano, P. A., Velásquez, T., González, J., Vega, M., & Gaona, N. (s. f.). *La entrevista semiestructurada: una herramienta pertinente en la percepción de valores sociales para la vida*. [Artículo].

Bourdieu, P. (2002). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto* (I. Aznar, Trad.). Taurus. (Obra original publicada en 1979)

Correa Montoya, C. E. (2007). *Bogotá punk: Una aproximación al movimiento punk y sus integrantes*. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas, Departamento de Antropología.

Donaduzzi, D. S., Beck, C. L. C., Weiller, T. H., Fernandes, M. N. S., & Viero, V. (2013). El grupo focal como técnica de recolección de datos en investigaciones cualitativas: relato de experiencia. *Texto & Contexto – Enfermagem*, 22(2), 502-508.

<https://doi.org/10.1590/S0104-07072013000200033>

Dimitrova, V. I. (2015). *El punk como resistencia: el arte, el estilo de vida y la acción política del movimiento como camino para crear un nuevo mundo [Tesis de máster]*. Universitat Pompeu Fabra.

Fuster Guillén, D. E. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico.

Propósitos y Representaciones, 7(1), 201–229.

<https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

Gacham Eljach, A. (2018, febrero 14). *Bandas que hicieron historia en el punk colombiano*.

Recuperado de [Bandas que hicieron historia en el punk colombiano | Señal Colombia](#)

García Naharro, F. sf. *Cultura, subcultura, contracultura: “Movida” y cambio social (1975-1985)*. Universidad Complutense de Madrid

Giménez, G. (2008). *Cultura, identidad y memoria. Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas*. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus: El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas* (R. Valdés, Ed.; I. Murillo, Port.). Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1988)

Piña-Ferrer, L. S. (2023). El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 8(15), 2. Fundación Koinonia. (p. 2).

Piñeiro Aguiar, E. (2015). Observación participante: una introducción. *Revista San Gregorio*, Especial 1, 80–89

Quiñones, M., Supervielle, M., & Acosta, M. J. (2017). *Introducción a la sociología cualitativa: fundamentos epistemológicos y elementos de diseño y análisis* (2.^a ed.) Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República.

Restrepo Restrepo, A. (2005). *Una lectura de lo real a través del punk. Historia Crítica*, (29), 9-37. Universidad de Los Andes.

Señal Colombia. (2018). *Punk hecho en Colombia [Documental]*. Señal Colombia. Disponible en <https://www.senalcolombia.tv/documental/punk-hecho-en-colombia>

Suárez Mendoza, M. A. (2017). *Contenidos políticos en las prácticas creativas “en vivo” de la agrupación Desarme Rock Social. Trabajo de grado. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.*

Van Dijk, T. A. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*,

Zabludovsky, G. (1992). Los retos de la sociología frente a la globalización. *Perspectivas y problemas teóricos de hoy*