

# Periodismo de rock y suplementos para jóvenes en los diarios nacionales<sup>1</sup>

FRANCISCO SOTO (1984-2020)  
UBA-IDAES

## | Introducción

En el análisis sociohistórico de fenómenos culturales en nuestro pasado reciente, el registro de los medios gráficos constituye un insumo clave como fuente documental que destaca además por su abundancia, disponible a la consulta pública en colecciones adecuadamente completas conservadas por diversas instituciones públicas. En el ámbito de la cultura juvenil y el rock, en cambio, hallar en repositorios públicos colecciones moderadamente completas de la multitud de revistas y publicaciones para el público joven editadas hace más de 30 años se torna más difícil. La investigación depende entonces principalmente de la suerte: de la supervivencia del material, de la posibilidad de ubicarlo y de la buena voluntad de los individuos que lo tienen en su poder para ofrecerlo a la consulta. Afortunadamente en los últimos años diversas iniciativas públicas y privadas que afrontaron la tarea de digitalizar y subir a internet varias colecciones privadas de revistas han agilizado la tarea del investigador. Sin embargo, hasta ahora los principales títulos —aquellos que gozaron de mayor fama, prestigio y trayectoria, y que por tanto quedaron en la memoria de varias generaciones de jóvenes— tuvieron prioridad.<sup>2</sup> Otros, igualmente importantes y significativos aunque tal vez más efímeros, han sido en cambio peor preservados.



<sup>1</sup> En el plan de tesis de Francisco, éste era el primero de los capítulos y constaba de dos grandes partes: la primera centrada en los “antecedentes” del periodismo especializado en rock (cubriendo las décadas de 1960 y, especialmente, 1970) y la segunda dedicada al período temporal al que se dedicaba la tesis, esto es, la década de 1980 y en particular la cesura que produjo la aparición del suplemento *Sí*, del diario *Clarín*, desde 1985. Además de la introducción, decidimos incluir la primera parte de ese capítulo. De conjunto se trata de una primera versión que discutimos a mediados de mayo y que Francisco estaba revisando y reescribiendo para nuestra reunión de junio, que no pudo tener lugar. Se trata, por lo tanto, de un texto “en proceso” e inacabado, pero que sirve para adentrarnos en los intereses de investigación y en la escritura de Francisco. Hemos decidido no incluir las múltiples observaciones hechas con el sistema de “control de cambios” a la primera versión, pero sí las anotaciones generales que realicé al capítulo de conjunto, sabiendo que Francisco estaba trabajando con ellas para formular las revisiones. V. M.

<sup>2</sup> Entre los títulos disponibles en internet de forma casi completa se destaca la revista *Pelo*, digitalizada a partir de la colección personal de Daniel Ripoll, a instancias de la Universidad Nacional de Quilmes, en 2016 ([revistapelo.com.ar](http://revistapelo.com.ar)).

Teniendo en cuenta estas limitaciones, el presente trabajo se propone abordar a los medios gráficos no sólo como fuentes históricas, sino también desde sus facetas periodísticas en tanto proyectos editoriales. De este modo se busca poner la actividad comunicacional en relación con fenómenos sociales como la juventud y el consumo musical. En este capítulo me centraré por tanto en la producción de los medios masivos de comunicación gráfica en referencia a los jóvenes y el rock en la Argentina durante la década de 1980.

La prensa gráfica tuvo siempre una incidencia fundamental en el desarrollo de la escena rockera argentina. Aunque la historia del periodismo de rock en nuestro país se inicia fines de la década del sesenta, los ochenta se destacaron por la multitud de títulos nuevos, la cantidad de líneas escritas, la diversificación de los medios y el aumento en la cantidad de periodistas y público. Algunas marcas contaban ya con varios años de trayectoria y llegaron a esta década convertidas en referentes del medio. Representaban entonces el devenir de la escena rockera local desde distintas miradas que alternaban entre la aceptación y el rechazo. Asimismo, intentaban conquistar a la nueva generación de lectores y mantener un público juvenil cuya composición, comportamientos, prácticas y experiencias se estaban modificando.

El recorte propuesto en este capítulo abarca en primer lugar a las revistas *Pelo* y *Expreso Imaginario*. Ambas contribuyeron a establecer con solidez las bases del periodismo de rock local durante la década del setenta y se convirtieron en consumos paradigmáticos de la juventud rockera argentina. De este modo fueron consideradas desde miradas académicas en diversas ocasiones como títulos clave y definitivos para el rock y la cultura joven local (Vila, 1985; Benedetti y Graziano, 2016; Manzano, 2017). *Pelo* se propuso trazar con claridad la línea que dividía a la música juvenil comprometida con el arte y los ideales rebeldes —es decir, el rock— y la que no, definiendo de esta manera pautas de consumo musicales para el mercado joven. Algún tiempo después *Expreso Imaginario* se erigió como una de las experiencias de periodismo contracultural de mayor incidencia y renombre a partir de la extensión de temas relativos a los ideales del hippismo, el flower-power y las ideologías new-age que proponía a sus lectores. En cuanto al rock, secundaba la visión de *Pelo* en su primera época. Por las redacciones de ambas revistas pasaron también diversos personajes de la escena del rock y la contracultura que, a fuerza de ensayo y error, se convirtieron en periodistas, editores y columnistas. De este modo inauguraron el periodismo de rock local, inspirados en modelos transnacionales, particularmente del ámbito anglosajón. Algunos jóvenes fanáticos que provenían de experiencias “subte” fueron asimismo convocados en estos proyectos, donde forjaron sus carreras como periodistas de rock profesionales. El trabajo y guía de esta generación sería fundamental durante los 80.

Luego se produjo un hecho notable en el proceso de consolidación del mercado juvenil y del rock en Argentina cuando los diarios nacionales comenzaron a considerar al lector joven, dedicándole espacios propios. A pesar de ser utilizados asiduamente en tanto fuentes, las características propias de las nuevas secciones y suplementos para jóvenes en los diarios y su impacto en la cultura juvenil a mediados de los ochenta permanecen prácticamente inexploradas. Poco trabajos, como el de Mariana Rosales (2018, 2019), más un puñado de tesinas de grado han abordado el tema desde la perspectiva académica de las Ciencias de la Comunicación. Es necesario aún analizar este fenómeno sin precedentes con mayor profundidad. Diarios como *Tiempo Argentino* y *La Voz* fueron pioneros en este sentido: ambos aparecieron durante la segunda mitad del año 82 con secciones dedicadas a la juventud. Allí el rock tuvo un lugar preponderante, acompañado sin embargo de otros temas entre

los que se destacó la política. Poco después *Clarín* lanzó el suplemento para jóvenes *Sí*, un proyecto promovido por periodistas jóvenes que se pensó como una revista antes que como diario. Su estética rompió con los cánones de la prensa periódica del momento a partir de nociones que provenían de la prensa rockera y contracultural, las revistas “subte”, el *underground* y el *fanzine*. El rock fue aquí también el eje: entrevistas a artistas y bandas, notas, noticias y agenda de recitales convivieron en las páginas del *Sí* con temas educativos, computación y política. La aparición de un suplemento semanal para la juventud en un diario como *Clarín* impactó en las pautas de la industria y el mercado juvenil (Noble, 2005:82).

Este capítulo se propone indagar entonces en el desarrollo de la prensa de rock y para jóvenes durante la década del ochenta a partir de tres ejes: en primer lugar, reconstruyendo sus antecedentes, sus líneas ideológicas y editoriales, y las características de los distintos proyectos periodísticos, así como la sociabilidad del periodismo de rock y el intercambio entre periodistas, músicos y público de la escena rockera argentina centrada en la ciudad de Buenos Aires; luego, rastrear la participación y el rol de la prensa en el mercado juvenil a través de la publicidad y el consumo sugerido, en particular en el caso del rock ¿Cuál fue el devenir en los años 80 de la mirada del rock inaugurada por la revista *Pelo* una década atrás? ¿Cómo se modificó en pos de la constitución de públicos más amplios? ¿Cuál fue el impacto en la industria del rock de los nuevos suplementos para jóvenes en los medios de distribución nacional?; por último ¿Quiénes fueron los lectores del periodismo de rock y la prensa para jóvenes? ¿Qué intereses se representaban allí? ¿Qué les ofrecía la prensa, cómo la consumían, cómo la utilizaban, qué le demandaban?

### | Antecedentes: *Pelo*, *Expreso Imaginario* y los fundamentos del periodismo de rock en Argentina

Según indica Simon Frith (1981) en su breve pero sustantivo recorrido por la historia de la prensa de rock en los Estados Unidos y Gran Bretaña, los magazines de música popular de mediados de la década del 60 cuyo público principal eran los jóvenes —como *Melody Maker* y *New Musical Express* (Inglaterra) o el *Hit Parader* (EEUU)— abordaban la música desde un perspectiva comercial donde se determinaba la importancia de un disco o artista de acuerdo a sus volúmenes de ventas y su lugar en los rankings, sin importar su valor en términos artísticos.

Tales publicaciones no proveían perspectiva sobre la música que cubrían; no desarrollaron una posición crítica (excepto que lo que era popular debía ser bueno) [...] Su éxito era enteramente dependiente de los intereses que sus lectores tenían sobre las estrellas que cubrían. (Frith, 1981:167)

De esta forma el periodismo musical conquistó al mercado *teenager* anglosajón poniendo el foco en los pormenores y alternativas de la farándula de la música pop antes que en las características de sus producciones artísticas. Cuando estrellas del pop como los Beatles sofisticaron sus criterios artísticos de composición y producción —lo que a la larga generó una identidad propia para el rock que lo separó del pop—, la prensa especializada necesitó ensayar nuevos enfoques para abordarlo. Encontró entonces su inspiración en la prensa *underground* surgida en asociación con los movimientos contraculturales norteamericanos de principios de los ‘60 que se habían interesado en la música pop escuchada por

los jóvenes ya que percibían allí un medio apto para la difusión de sus mensajes de cambios sociales y espirituales.

El rock se convirtió en la forma básica de la cultura underground, pero al hacerlo fue imbuido de una ideología que se encontraba claramente en diferencia con las nociones previas del pop: el rock fue apreciado por su postura política, su agresividad, su sexualidad, su relación con la lucha cultural. (Frith, 1981:168)

La música que se valoraba según sus volúmenes de venta pero con cuestionables cualidades artísticas fue presa del recelo por parte de este tipo de prensa que la veía como un producto meramente comercial y por lo tanto contrarrevolucionario (Frith, 1981:168).

En Argentina, mientras tanto una publicación pionera dirigida al mercado juvenil donde los ídolos de la música pop nacional e internacional y sus ídolos constituían el contenido casi exclusivo apareció en 1968: Los Beatles y Los Rolling Stones, Sandro, Palito Ortega, Roberto Carlos y los conjuntos beat locales se entremezclaban en las páginas de *Pinap*. Entonces los principales conjuntos de música beat en Argentina, que habían comenzado como imitaciones locales de los grupos británicos más exitosos de mediados de los años 60 (Delgado, 2017:42), habían evolucionado del mismo modo que sus referentes hacia horizontes musicales más complejos. Asimismo, lograron consolidar repertorios propios en castellano. Bandas como Los Gatos, Manal y Almendra buscaban pulir musicalmente sus creaciones e incorporarles la complejidad que les permitiera acercarse a lo que mundialmente se estaba consolidando como rock. Al mismo tiempo los músicos beat comenzaron a ser influenciados por las ideas del movimiento hippie, el *flower power* y el “Verano del Amor” de 1967, con los que los Beatles y otros artistas del rock anglosajón también se asociaron. La escena beat argentina —o más precisamente, porteña— se entrecruzó entonces con la vanguardia artística local, compartiendo en muchos casos los mismos espacios físicos, como el Instituto DiTella y el bar-cabaret La Cueva de Avenida Pueyrredón. De esta forma el beat en castellano dio paso al rock argentino, que se cargó también de ideología convirtiéndose en la música insigne de la contracultura en Argentina.

No obstante, *Pinap* no se hizo eco en ese momento de tales distinciones, cubriendo al rock y al pop como un todo de manera semejante a los magazines musicales anglosajones previos a la influencia recibida del *underground* y la contracultura. Osvaldo Daniel Ripoll, quien comenzara en la prensa gráfica deportiva, encontró un lugar como Secretario de Redacción en *Pinap*. Desde allí organizó en 1969 el “Festival Pinap de la Música Beat y Pop ’69”, presentando a artistas como Manal, Almendra y Litto Nebbia luego de abandonar a Los Gatos. “Particularmente, me vino muy bien hacer ese festival porque me echaron de la revista *Pinap* por haber hecho algo ‘demasiado rockero’ para ellos”, recuerda Ripoll (“Un festival en la prehistoria del rock”, *Página/12*, Cultura y Espectáculos, 21 de noviembre del 2014).

*Pelo*, una revista que tendría al rock como interés principal en oposición el resto de las expresiones de música popular para jóvenes fue lanzada al año siguiente. Con la inspiración particular de la prensa musical anglosajona —luego de su reconversión bajo la influencia de la contracultura—<sup>3</sup> la estricta

<sup>3</sup> Para su cobertura de bandas y artistas internacionales -principalmente anglosajones-, la revista *Pelo* recogía las notas del *Melody Maker* y el *New Musical Express* de Inglaterra y de la *Rolling Stone* en EE.UU.

línea editorial definida por Ripoll para *Pelo* establecía una diferenciación tajante entre la música que se consideraba artísticamente progresiva e ideológicamente honesta, auténtica, rebelde, y otro tipo de música para la juventud con un fin prioritariamente comercial, artísticamente inferior, vacía de contenidos profundos, pasatista y por lo tanto “complaciente” (Manzano, 2017:225). De esta manera se catalogaba a los artistas como *progresivos* (en la zona positiva del espectro) y los *complacientes* o, simplemente, *comerciales*. No había lugar para las medias tintas en esta jerarquía inequívocamente binaria. “Si una banda era progresiva aparecía en *Pelo*; si estaba enfrente, del lado comercial, solo podía llegar a sus páginas para señalarla, estigmatizarla y, en lo posible, destrozarla, al igual que aquellos personajes que eran la cara visible de esa música” (Cibeira, 2016:240).

De esta manera la línea editorial de *Pelo* en este período inicial apuntalaba la noción de una “movida” o “movimiento” juvenil en Argentina que, con el rock como bandera, recuperaba también los anticonvencionalismos propios del pacifismo, el *flower power* y la era de acuario de los hippies y otros tipos de humanismos juveniles que prosperaban mundialmente a fines de la década del ‘60. El rock aparecía entonces como la expresión más potente y convocante, un género que a pesar de su heterogeneidad temática y sonora era capaz de ser ideológicamente homogéneo mediante la profesión de conceptos como la paz y el antibelicismo, el amor, la liberación sexual y la apertura de la mente mediante el consumo de drogas o de prácticas como la meditación tomada de las filosofías orientales.

*Pelo* no era sin embargo un *magazine* contracultural, a pesar de cargar ideológicamente al rock despreciando en cambio la música pop, “complaciente” o “comercial”. Pronto se convirtió en un éxito editorial y en la demostración efectiva de que la segmentación por rangos etarios del mercado era posible y —aún más— redituable para el negocio editorial. Como señalaba la revista *Periscopio* en 1970, “un índice de su eficacia son las cifras de venta, que no bajan nunca del ochenta por ciento de la tirada y llegaron hasta los cuarenta y cinco mil ejemplares solamente en la Capital” (“Las mañanas de *Pelo*”, 4 de agosto de 1970).

La *Pelo* fue ganándose un lugar privilegiado en el rock de nuestro país. Se transformó en un medio fundamental porque supo manejar buena información sobre el rock anglo, reflejar la germinal actividad argentina, albergar algunas buenas plumas y, durante ese primer tiempo, desarrollar una personalidad sólida. Una identidad que formó periodística y musicalmente a mucha gente aunque, paulatinamente, comenzó a disolverse en un noticiero musical competente pero inocuo y desangelado (Benedetti y Graziano, 2016:28).

La prensa contracultural en Argentina se inauguró en rigor mucho antes que *Pelo*. *Eco Contemporáneo*, revista literaria fundada por Antonio Dal Masetto y Miguel Grinberg en 1961, es considerada la publicación pionera en este sector. Merced a sus contactos con alguno de los referentes contraculturales norteamericanos más destacados —en particular, escritores del movimiento beat como Allen Ginsberg—, Grinberg escribía en su revista sobre los temas más relevantes que circulaban dentro de la contracultura mundial. Promediando los años 60 *Eco Contemporáneo* comenzó a interesarse en la música popular para jóvenes, y más tarde el rock. A partir de diversas actividades desplegadas por la revista, entre las que se cuentan presentaciones en espacios como el Instituto DiTella, Miguel Grinberg se convirtió en promotor y referente contracultural, tal vez el principal en la Argentina. En 1972 accedió a un espacio

en Radio Municipal que se tituló *El Son Progresivo*, programa dedicado a la difusión del rock argentino. (Benedetti y Graziano, 2016:15)

Paralelamente, Jorge Pistocchi practicaba en el campo de las artes plásticas recorriendo el circuito artístico de la vanguardia porteña. De este modo se contactó e ingresó en la escena de música beat porteña, convirtiéndose en el “*manager de hecho* de grupos seminales como Almendra y Color Humano” (Benedetti y Graziano, 2016:32). Por su amistad con Luis Alberto Spinetta acudía a la redacción de la revista *Pelo* cada vez que entrevistaban al “Flaco” y allí se hizo habitué. Pistocchi solía discutir con Ripoll ideas sobre la revista, insistiendo el primero en que *Pelo* debía abrir su temario a tópicos con mayor profundidad ideológica en relación con el rock, por lo que finalmente le ofrecieron un espacio como columnista titulado —literalmente— “Opinión”.

Jorge Pistocchi y Miguel Grinberg cruzaron finalmente sus caminos como promotores contraculturales y de la vanguardia. De tal sociedad surgieron los “Encuentros en el Parque” en el Parque Centenario de la ciudad de Buenos Aires, espacios de reunión vagamente definidos donde la premisa general era generar intercambios entre diferentes personas con inquietudes artísticas y culturales afines. Fomentados y promocionados desde la radio por Grinberg y desde su columna en *Pelo* por Pistocchi, la propuesta sugería la difusión del producto de los Encuentros. En ese caldo de cultivo surgieron múltiples revistas amateurs, experimentos gráficos y literarios creados a partir de *stencils* y mimeógrafos (Benedetti y Graziano, 2016:18). Una de las participantes de los Encuentros, la entonces adolescente Gloria Guerrero, recuerda:

[Confluir] es una de las primeras revistas en las que participé. Tenía 15 años. ¡Uf! Pasó mucho tiempo. Con la técnica de estencil hacíamos cuatro o cinco páginas con nuestros poemas, reflexiones, comentarios de discos y le sumábamos páginas abrochadas con material que nos acercaban otros pibes. Y la regalábamos en Parque Centenario, donde éramos como 300 personas intercambiando revistas, discos... [...] había de todo. Pero tampoco es que había un ambiente de rock. Estamos hablando de la década del 70. Éramos solo dos minas y ambas nos llamábamos Gloria. Una casualidad única. Ahí estaban también (Miguel) Grinberg, (Alfredo) Rosso, (Claudio) Kleiman. (“Es un privilegio haber entrevistado a tipos que cambiaron la música del mundo”, *Intersticio*, 22 de septiembre del 2018)

En un contexto de sociabilidad marcadamente masculino, los Encuentros en el Parque Centenario sirvieron para que cientos de jóvenes realizaran sus primeras experiencias en el periodismo, ya fuera escribiendo, dibujando o editando, al mismo tiempo que se ponían en contacto con los principales referentes locales del periodismo contracultural y rockero.

Jorge Pistocchi abandonó *Pelo* en 1974 para encarar su propio proyecto editorial, una revista en la misma línea llamada *Mordisco* que se proponía sin embargo tener un temario más amplio. No obstante *Mordisco* continuó anclada al rock y Pistocchi comenzó a pensar una segunda publicación. Pipo Lernoud, otro personaje de la escena beat<sup>4</sup> y la contracultura porteña de fines de los años 60, fue el socio de Pistocchi en su nuevo proyecto. Con alguna experiencia en el periodismo de rock —también en *Pelo*— se sumó

<sup>4</sup> Como poeta, fue co-autor de varios éxitos del beat argentino con canciones como “Ayer Nomás”.



a la idea de producir un magazine contracultural que representara la versión local de revistas alternativas como el *Village Voice* de Nueva York y el *International Times* de Londres, portavoces de la cultura hippie durante los '60. El temario incluiría temas como la literatura, medicinas alternativas, ecología y culturas nativas o aborígenes. Con respecto a la música, por supuesto el rock sería fundamental, aunque acompañado por otras expresiones populares como el tango y el folklore. El proyecto demoró un par de años en concretarse y finalmente vio la calle en agosto de 1976 con el nombre de *Expreso Imaginario*. En Argentina, esta publicación impulsó más que ninguna hasta entonces la agenda del ideario hippie de fines de los años 60. En ese momento comenzó a adquirir además regularidad e importancia el trabajo de una nueva generación de periodistas, muchos de los cuales habían participado aún adolescentes en los Encuentros en el Parque de Grinberg y Pistocchi.

En la época de los Encuentros en el Parque Alfredo Rosso se preparaba para viajar a Inglaterra, tierra de sus ídolos musicales. Se ofreció entonces como corresponsal para la revista *Mordisco* que publicó varias de sus notas. Un par de años después, cuando Pistocchi lanzó su proyecto del *Expreso Imaginario*, Rosso —recién salido del servicio militar— fue convocado para formar parte de la redacción. Sin experiencia formal en el periodismo, sus principales referencias fueron los magazines británicos *Melody Maker* y *New Musical Express* que recibía desde Inglaterra por suscripción.

Es que no había periodismo de rock en ese momento acá, y los periodistas de música pop le preguntaban a los artistas que color era su favorito, o que le gustaba comer en el desayuno. En cambio allá en Inglaterra en el 70-71, había un periodismo de rock serio; ya habían pasado por esa otra etapa de la tontería. Entonces me gustaba porque entrevistaban a los músicos y le preguntaban por su postura ante la vida, que querían decir sus letras, etc. Y yo dije: “esto me gusta para mi vida”; ser un intermediario entre el que genera un mensaje y el que lo recibe, poner en contacto al artista con el público, ese me pareció que era mi rol. (“Entrevista a Alfredo Rosso. ¿No creo que el periodista tenga que poner calificaciones”, *El Mundo Entre Las Manos Virtual*, 2 de octubre de 2009).

Alfredo Rosso llevó a la redacción del *Expreso Imaginario* a más fanáticos y coleccionistas rockeros: Fernando Basabru —un compañero del secundario— y Claudio Kleiman —del servicio militar—. En poco tiempo el trío se hizo cargo de la dirección de *Mordisco*, que reapareció en este caso como suplemento del *Expreso*. En sintonía con la prensa de rock anglosajona, el nuevo *Mordisco* adoptó en sus notas y entrevistas un estilo periodístico que hunde sus raíces en la prensa contracultural y el *non-fiction* conocido como “nuevo periodismo”. Algunos de sus máximos exponentes a nivel mundial remiten a nombres como Hunter S. Thompson y Lester Bangs, periodistas que desarrollaron este estilo desde las páginas de *magazines* rockeros y para la juventud como *Rolling Stone* y *Creem* (Benedetti y Graziano, 2016:27).

Cuando empecé en el *Expreso* [...] comencé a familiarizarme con la corriente que se llamaba “el nuevo periodismo”. O sea, el periodismo donde la persona que escribe se involucra y cuenta un poco lo que rodea a la nota, por ejemplo: si estás haciendo una nota a un artista, estás hablando un poco de su casa, de la expresión que tiene en el rostro, si tiene cara de no haber dormido, si tiene una barba de tres días, si tiene un perro, si tiene un ruido de fondo, si en la calle hay un tipo que está taladrando el asfalto, si te duele algo, o sea, todas esas cosas tenían que ver con el periodismo que consideraba el entorno. El riesgo de eso es que te podés olvidar del entrevistado y empezás

a hablar de vos mismo. (“Entrevista a Alfredo Rosso...”, *El Mundo Entre Las Manos Virtual*, 2 de octubre de 2009).

Profundizando una agenda propia de carácter contracultural, el *Expreso Imaginario* retomó la concepción del rock que había impulsado *Pelo* en sus inicios, es decir, música progresiva renegada de las reglas comerciales de la industria discográfica y del negocio del espectáculo que constituía la expresión artística del movimiento juvenil anticonvencionalista local. En este aspecto es necesario subrayar que para mediados de la década del 70 en Argentina se había consolidado efectivamente un nicho de consumidores de rock para los que estas revistas —que convivieron en las calles con otros títulos de la prensa juvenil y rockera de diversa suerte— eran medios de información e intercambio indispensables. A través de *Pelo* y *Expreso Imaginario* los jóvenes fans argentinos se mantenían al tanto de las novedades del rock local e internacional. Gran parte —además— defendía vigorosamente los preceptos ideológicos que separaban al rock de otros tipos de música popular para jóvenes de forma tajante. De este modo contribuían a sostener la noción de “movimiento” motorizada por la prensa rockera. En este sentido cobraron relevancia las secciones dedicadas al correo de lectores. Como indicara Pablo Vila, “en sus correos de lectores, sumamente nutridos y vitales, los jóvenes entre sí, los músicos y los periodistas, mantienen una fluida comunicación, un feed-back que permite la discusión, la creación, la crítica y el perfilamiento de los temas de mayor interés para la juventud” (Vila, 1985:136). Mediante cartas a las revistas el público rockero expresaba sus ideas, opiniones e inquietudes, por lo que las secciones de correo de lectores se constituyeron en auténticos foros públicos moderados por los editores. Sin embargo, a partir del contacto epistolar los lectores también podían trascender la comunicación a distancia entrando en contacto personal de forma efectiva: por la compraventa o canje de discos e instrumentos, formando bandas,<sup>5</sup> intercambiando material importado,<sup>6</sup> generando incluso relaciones románticas, a partir de las experiencias y los intereses comunes. En principio, la caracterización general de este público lector los identificaba como consumidores de rock, probablemente jóvenes en su mayoría, pero el correo de lectores y otras secciones asociadas que cumplían el mismo rol facilitaban la constitución de su identidad como grupo.

Aunque el público lector del *Expreso* abarcaba un rango etario amplio que incluía desde niños o preadolescente hasta adultos, a fines de los años 70 el grupo más numeroso compuesto por jóvenes rockeros sufría los efectos del recambio generacional. Las preferencias de un grupo de sus lectores más adolescentes comenzaban a mutar al calor de las nuevas tendencias musicales que llegaban a la Argentina desde el extranjero, como el punk y la new wave. Además, las ideologías y consignas asociadas al ideario hippie y de la Era de Acuario, más pertinentes para sus hermanos mayores, ya no interpelaban de la misma manera a la mayoría de esta franja. Buena parte de la generación nacida a mediados de la década del 60 —que a fines de los setenta estaba atravesando los años del colegio secundario— no tuvo mayores pruritos a la hora de cambiar su compromiso con los Beatles del Sgt. Pepper y el rock progresivo o sinfónico que dominaba internacionalmente la escena a fines de los años 60 y principios de los

<sup>5</sup> Uno de los casos que adquirió mayor relevancia con los años es el de la banda punk Los Violadores, cuyo dúo fundador se contactó por medio del correo de lectores de la revista *Pelo* en 1978 (Kreimer, 2017:32).

<sup>6</sup> Algunas revistas como *Expreso Imaginario* reservaban una sección aparte del correo de lectores para este tipo de intercambios que se clasificaban como “avisos”. De todas maneras la publicación mantenía su carácter como espacio de contactos.



años 70 por los electrónicos sonidos sintetizados, los temas de tres minutos y los dos acordes tocados rabiosamente en guitarras eléctricas a toda velocidad que constituían la novedad de cara a los años 80.

Hacia finales de la década del 70 *Pelo* había logrado convertirse en un magazine musical importante en el mercado local y sudamericano, pero poco quedaba de la impronta ideológica que la había caracterizado en sus inicios. Por lo tanto, en cuanto a las nuevas corrientes transnacionales de música popular para jóvenes, se limitaba a reproducir lo que publicaba la prensa anglosajona —a la que históricamente se había remitido— sin problematizarlo: si *New Musical Express*, *Melody Maker* o *Rolling Stone* hacían notas sobre los nuevos grupos punk y new wave, entonces eran rock, eran interesantes y no había más que discutir. El *Expreso Imaginario*, por otra parte, presentó mayor resistencia. Según recuerda Claudio Kleiman, “llegó el punk, luego la new wave, que trajeron un nuevo concepto, romper con lo que había sido antes... era como el antihippismo [...]. Y el *Expreso* había sido bastante hippie” (Benedetti y Graziano, 2016:127).

En junio de 1978 *Expreso Imaginario* dedicó su tapa al punk, “un tajo violento en la música popular”. La extensa nota firmada por Alfredo Rosso que se publicó en el suplemento *Mordisco* explicitaba el prejuicio original en sus líneas iniciales:

La primera vez que oí hablar sobre el Punk me dio asco. Así nomás: ASCO. ¿Quiénes eran esos tipos de pelo revuelto y ropas rotas que querían tirar abajo diez años de prolija y esforzada evolución con sus tres tonos de mmmmorondanga [sic]? Está bien, reconozco que después leí algo sobre ellos pero aún así ¡Qué embromar! Me prometí a mí mismo: No voy a hacer la nota de punk... no voy a hacer la nota de punk... no voy a hacer... (“La nota de punk”, *Expreso Imaginario* n°23, Junio de 1978, p. 27).

Aunque en el desarrollo de la nota haya sido menos severo —señalando un paralelo entre la situación de los jóvenes británicos en las vísperas del thatcherismo y la experiencia de la juventud que asistió a los orígenes del rock inglés durante los años 60 (quienes habían vivido “la misma sensación de insatisfacción y escepticismo con respecto al futuro”), pero remarcando asimismo que esa generación supo lidiar con la frustración a través de los ideales de reforma que expresaron movimientos como el hippismo mientras los punks, por su parte, no creían en el cambio ni pretendían hacerlo—, acotaba que el punk y la new wave no escapaban a la constante tensión entre el desarrollo artístico y el negocio. El refinamiento artístico y la voluminosidad de los shows que el rock había alcanzado en su etapa sinfónica provocó una incipiente reacción que derivó finalmente en el punk. El punk inglés carecía entonces de virtuosismo musical pero su lírica presentaba mayor compromiso. Sin embargo, su pecado principal fue haber sido rápidamente cooptado por la industria:

Los gordos [representantes del negocio] se han podido subir por fin al caballo salvaje del punk y están dispuestos a domarlo. Día tras día surgen nuevas bandas cliché: las miradas torvas, las letras sobre la “dole” [la cola para cobrar el seguro de desempleo], la pobreza musical. Sí, los gordos ya descubrieron la fórmula. (“La nota de punk”, *Expreso Imaginario* n°23, junio de 1978, p. 30)

No obstante Rosso consideraba a la new wave —por lo general, lírica y musicalmente más sofisticada que el punk— con mucha más indulgencia como “el renacimiento del pop”. Pero fue Roberto Petinatto —otro de los periodistas jóvenes que había iniciado su carrera en el *Expreso*— quien parece

haber estado más que nadie en esa redacción con el oído atento y dispuesto para percibir, acompañar y eventualmente dirigir el viraje hacia las “nuevas olas” (Benedetti y Graziano, 2016:177).

Hacia 1980 la escena de rock local atravesaba un reverdecer. En este fenómeno fue icónica la reunión de Almendra en 1979. Alberto Ohanian cumplía en ese entonces con dos ocupaciones: por una parte, era el histórico abogado y actual representante de Luis Alberto Spinetta; por otra, se ocupaba de las finanzas del *Expreso Imaginario* —la había financiado desde sus inicios y tenía un puesto como director/director ejecutivo de la revista—. Con motivo de la reunión de Almendra fundó su propia agencia de representación y organización de espectáculos, Ohanian Producciones, que funcionó en principio en las mismas oficinas que la redacción del *Expreso*. Aunque formalmente el periodismo y el *show business* debían estar separados, en la práctica se superpusieron. La reunión de Almendra, que incluyó la grabación de dos discos y presentaciones por todo el país, fue cubierta extensamente por *Expreso Imaginario* desde el suplemento *Mordisco*. La superposición de los negocios de la productora en la definición del contenido de la revista, amén de otras situaciones particulares relacionadas con el rumbo que Ohanián pretendía darle a la publicación, incomodó a Pistocchi para quien “la nueva forma que todo el proyecto estaba tomando tenía poco que ver con el espíritu de la revista” (Benedetti y Graziano, 2016:134). Finalmente Pistocchi abandonó su puesto en la dirección y se alejó del *Expreso*. Pipó Lernoud lo seguiría un tiempo después.

Varios periodistas y colaboradores del *Expreso* acompañaron a Pistocchi y Lernoud en su retirada. *Zaffi* y más tarde *Pan Caliente*, ambas publicaciones editadas por Pistocchi, recuperaron el espíritu del *Expreso Imaginario* original, pero tuvieron una existencia acotada. Lernoud, por su parte, lanzó en 1983 la revista *Cantarock*, con la que obtuvo un éxito considerable a partir de la publicación de letras y acordes de canciones populares de artistas de rock y su universo asociado (un conjunto de límites difusos que incluía a Joan Manuel Serrat y Silvio Rodríguez, por ejemplo) que componían en castellano. En tiempos anteriores a la internet este tipo de contenido resultaba precioso para los jóvenes rockeros, por lo que la revista se convirtió en un referente importante para este sector del mercado a mediados de los años 80. Sin embargo, *Cantarock* no dejaba de ser una revista de rock. Incluso las columnas de Miguel Grinberg se centraba en este tema en su intento de construir un canon definitivo sobre la historia del rock en nuestro país.

Roberto Petinatto asumió la dirección de *Expreso Imaginario* tras la renuncia de Lernoud en 1981. Junto a él permaneció una nueva camada de periodistas como Víctor Pintos y Marcelo Gasió, y la revista se transformó más temprano que tarde en un magazine casi exclusivamente musical. Petinatto apostó en principio a una renovación total que consistió en limpiar a la publicación de todo sesgo contracultural o que no remitiera directamente a la música. Una parte importante de sus lectores, aquellos que se consideraban a sí mismos “de la primera hora”, se sintieron traicionados y alzaron sus voces. Sin embargo, aunque en su etapa final el *Expreso* haya intentado reponer notas de tono más contracultural junto con las de rock, no recuperó su impronta original ni conformó completamente al conjunto de sus lectores, cada vez más heterogéneo. El último número se publicó en enero de 1983. A partir de entonces el rock en Argentina, en términos tanto artísticos como comerciales, entró en una etapa en la que cobró renovados impulsos. Las revistas de rock se diversificaron en consecuencia y fue allí cuando los grandes medios gráficos percibieron el volumen e importancia de este mercado que se volcaron a conquistar.

## | Espacios para jóvenes en los diarios nacionales

En Argentina los diarios de circulación nacional apostaron al público masivo de jóvenes adoptando formatos y contenidos de la prensa rockera y contracultural ya consolidados a inicios de la década del '80. Sin embargo, las agendas editoriales de secciones y suplementos juveniles en publicaciones como *La Voz*, *Tiempo Argentino* y *Clarín* adicionaron a los temas propios de la juventud otros aspectos característicos de la prensa para adultos. El contexto de apertura democrática posterior al Conflicto del Atlántico Sur permitía plantear una serie de temas que la sociedad se prestaba a debatir. Asimismo, la transición constituyó un terreno apropiado para que adolescentes y jóvenes —los estudiantes en particular— se interesaran por la política partidaria, lo que significó una revivificación de la militancia juvenil luego de la clausura y persecución que la actividad política sufriera durante el gobierno militar. *Clarín* se diferenció además haciendo particular hincapié en la expansión del mercado joven.

## | “La Voz de los jóvenes” y “Tiempo Joven”

La derrota argentina en Malvinas dio en 1982 sustento cierto al final del gobierno de facto a pesar de su prolongada agonía que se extendió casi un año y medio más hasta diciembre de 1983. En este contexto, los actores que pretendían protagonizar la nueva etapa democrática comenzaron a delinear sus roles futuros. La política y el periodismo disfrutaron entonces de un período de renovado dinamismo. De este modo surgieron nuevas publicaciones periódicas que desde la capital alcanzaban diversos puntos a lo largo y ancho del país. Entre ellas, *La Voz* y *Tiempo Argentino* incluyeron además algunas páginas dedicadas específicamente a un sector social definido por la edad: los jóvenes. En este sentido presentaban una innovación. Hasta el momento, excepto por algunas experiencias locales o regionales, los diarios de circulación nacional no habían tenido secciones ni suplementos consistentes que interpelaran con exclusividad al lector juvenil. Páginas como “Rockerías” en el diario *Clarín* se le dedicaban al rock o —con más precisión— a la “música joven” en ese momento pero, aunque se dirigiera a los jóvenes, se trataba en rigor de una alternativa a la sección “Espectáculos”, donde el tema principal era un tipo de música en particular y no la juventud en sí.

*La Voz* apareció en septiembre de 1982 como la pata periodística de la corriente política Intransigencia y Movilización Peronista, fundada el año anterior y liderada entonces por el ex gobernador justicialista de Catamarca Vicente Saadi, editor y sostén económico oficial del diario (Rosales, 2019: 3). La publicación mantuvo una línea editorial de marcada oposición hacia la dictadura, constituyéndose así en un diario “combativo y de denuncia” (Ulanovsky, 2005:173). En el momento de su cierre, tres años después, las palabras del periodista y militante peronista Andrés Zavala subrayaban que la propuesta de *La Voz* desde su fundación había sido denunciar e informar “prioritariamente sobre la estrecha vinculación entre los ilícitos económicos y el genocidio practicado por la dictadura militar, como parte de un mismo proyecto de dominación” (Ulanovsky, 2005:173). Esta característica y la incorporación a su redacción de periodistas relacionados con la izquierda peronista le produjo numerosos roces con el gobierno militar, que finalmente lo acusó de ser un “órgano de adoctrinamiento y difusión formado y mantenido por los montoneros” (Ulanovsky, 2005:145). Aunque esta acusación fue desmentida por el propio Saadi, es cierto que en el diario convergieron dos proyectos políticos: por una parte, el personal de Saadi para instalarse como figura fuerte del Partido Justicialista y del movimiento peronista, con

la aspiración de llegar a ser presidente del partido y, eventualmente, de la Nación; por el otro, el de los montoneros, que buscaban reconvertirse como organización política con la mira puesta en la nueva etapa democrática que se vislumbraba (“La Voz: el otro diario de los Montoneros”: Entrevista a Mariano Mancuso, ANRed, 30 de marzo de 2016). No obstante, en esta sociedad la bajada política de la izquierda peronista prevalecía en la línea editorial. Sin ser un órgano partidario propiamente dicho, *La Voz* le hablaba principalmente al militante peronista o simpatizante del ala izquierda del movimiento.

“La Voz de los Jóvenes” o “Juventud” era el espacio particular de los jóvenes en el diario. Constituyó una sección de apenas una página con notas sobre y para la juventud. El rock compartía allí el espacio con notas sobre los jóvenes y la militancia, la economía, el trabajo, la sociedad y su participación en la cultura. Se problematizó al rock desde una perspectiva eminentemente política antes que contracultural. Las notas más tradicionales del periodismo de rock —como reseñas, entrevistas, etc.— pertenecían a otro ámbito y se publicaban en la sección de “Artes y Espectáculos”. En cambio, en “La Voz de los Jóvenes” el rock aparecía como un elemento cultural propio de la juventud que tenía potencial para motorizar cambios sociales y políticos, por lo que debía ser politizado. En esta mirada, la militancia política juvenil tanto como el rock en Argentina compartían un derrotero de persecución y hostigamiento que en las postrimerías de la dictadura militar finalmente los hermanaban.

Considerados y promovidos como vectores principales de la coyuntura social, cultural y política, la juventud y el rock son presentados en la sección de *La Voz* como productos históricos con tradición: la juventud modelo 82 es heredera de las juventudes militantes, sobre todo peronista; y el rock, como espacio sónico, cultural y político, se refracta en el movimiento del rock criollo en su primera etapa dorada, entre los años 1972 y 1976. (Rosales, 2019:10)

El diario le hablaba entonces a un grupo que había sufrido —y seguía sufriendo— la persecución dictatorial de forma particular, en cuyos corazones convergía “la fe, la música, [...] una expectante esperanza del día político que le dará a la Patria y a ellos otro sentido, otro valor testimonial” (Rosales, 2019:7). En este sentido, se interpelaba a los jóvenes en tanto protagonistas de la democracia próxima, como militantes, activos participantes de la política nacional, con preocupaciones e ideas concretas sobre la realidad del país y del mundo, alejados del estereotipo pasatista de la juventud, inmaduro y despreocupado, a merced de las corrientes de la moda y el consumo (Rosales, 2019:13).

En Noviembre del ‘82 (poco tiempo después de *La Voz*) se lanzó el matutino *Tiempo Argentino*, dirigido por Raúl Horacio Burzaco. Según Carlos Ulanovsky, “*Tiempo Argentino* era muy agradable de ver, pero algo confuso de leer por la cantidad de suplementos que traía día a día. Fue un producto que [...] asumió decididamente una tendencia del periodismo mundial: el arrevistamiento de los diarios” (2005:147). Cada sección propuesta estaba orientada a un segmento en particular definido por la edad o el sexo: mujeres, niños, jóvenes y más adelante también hombres como grupo diferenciado por el género. El diario, planteado como una empresa editorial de carácter apartidario (aunque luego tuviera diversos roces con el gobierno radical, no apoyaba de manera abierta a ninguna corriente política en particular), tenía una sofisticación estilística —tal vez un poco mayor a *Clarín* pero menor que *La Nación*— que apuntaba prioritariamente a un público familiar de clase media urbana.

Dos veces por semana en el inicio de la segunda sección aparecía *Tiempo Joven*, cuatro páginas dedicadas a la juventud en las que el rock constituía el contenido principal. El resto de los temas pasaban por la ecología, las motos, experiencias en el *underground*, moda, entrevistas a artistas y notas sobre actividades variadas, principalmente en el ámbito de la cultura y el espectáculo. La educación por otra parte, que también podía interesar al público juvenil, tenía su espacio propio titulado *Tiempo de Saber* a continuación de *Tiempo Joven*. De este modo *Tiempo Argentino* puso en igualdad a la juventud con el resto de los grupos de edad del público lector. El formato de estas páginas conservó lineamientos gráficos comunes al resto del diario, mientras que el tono de la redacción y cierta recurrencia temática (con columnas tales como “Maestra Vida”, principalmente ecológica) se inspiraban moderadamente en el estilo y la agenda del primer *Expreso Imaginario*. En este aspecto, *Tiempo Joven* también cuestionaba la imagen de una juventud frívola, despreocupada o poco comprometida, mostrando en cambio a los jóvenes como actores de relevancia en la escena social y cultural argentina. Compartía con *La Voz* la concepción del joven en tanto sujeto en el cual se aunaban el rock y las esperanzas puestas en la próxima etapa democrática. Sin embargo, el rol político que le proponía era más acotado: la militancia política no sería el ideal sino el adecuado cumplimiento de los deberes cívicos como la participación en comicios electorales. La pertinencia política de la juventud era acotada mientras se subrayaba su ciudadanía, su derecho y obligación de participar en el proceso democrático como votante informado. Su compromiso sería entonces con la democracia en tanto idea, principalmente. En cambio, se enfatizaba la faceta de la juventud como consumidores. Desde esta esfera se abordaba al rock como espectáculo. No había aquí un cuestionamiento del rock desde la política. En este sentido, la politicidad de la escena rockera estaba dada por su carácter cívico y por ser parte representativa del conjunto social argentino. El periodismo de rock en *Tiempo Joven* tomaba y reproducía las formas ya tradicionales de la prensa rockera argentina.

Los contenidos [...] y la organización del suplemento expresan una preocupación por hablar de los jóvenes como consumidores, sobre todo de cultura. Hay un intento por definir a la juventud a partir de sus prácticas en el mercado de bienes materiales y simbólicos. Los estilos, las modas, las costumbres son temas de interés para los jóvenes en este *Tiempo*. (Rosales, 2019: 8)

La sección de la juventud en *La Voz* gozó de una vida limitada que se terminó al año siguiente. Sin embargo, las notas sobre rock se dispersaron por el diario, manteniendo la perspectiva y la línea editorial que las habían caracterizado desde sus inicios. *Tiempo Joven*, en cambio, pervivió durante toda la existencia de *Tiempo Argentino* hasta septiembre de 1986. Las páginas para los jóvenes en ambos diarios mantuvieron cierta comunión aunque en rigor le hablaran a públicos diferentes. De cara a un nuevo período democrático, el joven era planteado como un actor político importante. En *La Voz* se instaba al lector a la participación política activa, preferentemente desde la militancia en el peronismo. *Tiempo Joven*, por su parte, también acercaba al joven a la política, pero desde una posición ciudadana, eminentemente imparcial y asimismo más pasiva. Se proponían además otros temas que sugerían prácticas de consumo, cobrando relevancia la juventud como mercado consumidor de productos específicos. Ahora bien, estos jóvenes —el militante y el ciudadano/consumidor— estaban atravesados por un interés común: el rock. Los diarios sancionaban de este modo el lugar del rock como música popular de la juventud (una noción que la política buscó explotar tanto en dictadura como en democracia). Pero aunque el rock fuera la referencia, no era el tema principal. Las nuevas secciones en los diarios le hablaban a la juventud *sobre* la juventud.

## | Comentarios de la directora

El capítulo está super bien. Aquí van consideraciones formales y de las otras, para que este capítulo vaya sirviendo de “testigo”.

Escritura: la introducción general lleva siempre alguna idea de cuáles son los hallazgos, además de la presentación del objetivo del capítulo y su vínculo con la tesis y su argumento general. Asimismo, cada apartado tendría que empezar con una muy breve introducción (un párrafo) en el que también vayas guiando la lectura con temas/problemas y evidencias que vas a usar. Lo más importante: cada apartado termina con un párrafo de cierre, donde recapitulas argumento, hallazgos, y armás el puente con el posterior.

Sin ser 100% obsesivo: cada párrafo empieza con una oración que “resume” el tema y el problema. En muchos te fui marcando que, entonces, la primera oración de un párrafo muy raras veces es “empírica” o acotada a una persona o hecho, sino más bien argumentativa.

Por último: mirá bien dos cuestiones con el citado. La primera: me parece que las citas al pie funcionan mejor en una tesis de historia, porque es más claro al pie el manejo de las fuentes primarias. La segunda: no abusar de las citas bibliográficas “directas”. Mantener solo las estrictamente necesarias.

Todo esto, de carácter formal, es cuestión de ir integrándolo de a poco. Pasando a los contenidos, algunas precisiones:

el capítulo necesita, a mi criterio, un anclaje más claro en términos históricos y argumentativos, que lo ligen mejor al resto de la tesis. En tal caso, me parece que habría tres dimensiones importantes. En primer lugar, poder dar cuenta con mucha claridad de las características de ese “periodismo de rock” desde el principio: la idea del “fan profesional” y la tarea de asumir, desde la práctica, una serie de definiciones sobre qué es el rock, cuáles sus características locales, etc.: el periodismo como “mediación”. Aquí me parece que tenés que mostrar esas circulaciones con ejemplos y desde el vamos: circulaciones entre distintos puntos del “círculo roquero” con el periodismo de rock. Y, ojo, también marcá desde el vamos la circulación de gente entre distintos medios también. En segundo lugar, la irradiación del rock desde el “reducto” en revistas especializadas—que de todas maneras se transforman—hacia el desborde en otros segmentos de la prensa, como los diarios. Esa irradiación es en el área de espectáculos y también en los suplementos para jóvenes. Aquí, recién, la mirada a *Clarín*. En tercer lugar, clarificar con esto último que se trata de un ejemplo bien singular, pero que también te permite mirar parte de las transformaciones de la historia de los medios en ese contexto de la década de 1980.

Una vez “domesticado” el argumento, también es importante que podamos ir depurando los ejemplos y los detalles en función de jerarquizarlos mejor y evitar, en la medida de lo posible, el elemento “crónica”.

Sigo creyendo que falta una mirada que avance más en la década de 1980 en lo que hace a las revistas de rock. Y me parece importante, sobre todo, si pensamos que nuevamente el periodismo de rock asumió—creo— la tarea de integrar/purgar quién y cómo pertenecía a un movimiento. Creo que es importante



una mirada a las columnas de Gloria, permanentes, y a *Canta Rock*. Ahí vas a ir encontrando, también, cuáles son los debates por la integración de qué es rock y qué no.

## | Fuentes

- Acevedo, Emiliano. “Es un privilegio haber entrevistado a tipos que cambiaron la música del mundo”, en: *Intersticio*, 22 de septiembre del 2018. Disponible en: <http://iculturarock.blogspot.com/2018/09/gloria-guerrero-es-un-privilegio-haber.html> (última consulta 30/4/2020)
- Bremon, Anunciata. “Daniel Kon”, en: *Diario El País*, España. Disponible en [http://elpais.com/diario/1985/01/05/ultima/473727602\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1985/01/05/ultima/473727602_850215.html) (última consulta 30/4/2020)
- Cibeira, Juan Manuel (2014). *La Biblia del Rock. Historia de la revista Pelo*. Ediciones B.
- Diario *Clarín*.
- Diario *La Voz* (1982-1985).
- Diario *Tiempo Argentino* (1982-1986).
- Entrevista a Sandro Pujía (escenógrafo e iluminador) realizada por el autor.
- Instituto Verificador de Circulaciones (IVC).
- Kreimer, Juan Carlos y Chalar, “Pil” (2017). *Más allá del bien y del punk*. Buenos Aires, Planeta.
- Revista *Cantarock*.
- Revista *Expreso Imaginario*.
- Revista *Pan Caliente*.
- Revista *Pelo*.
- Romani, Guillermo y Ramos, Santiago. “No creo que el periodista tenga que poner calificaciones”, en: *El Mundo Entre Las Manos Virtual*, 2 de octubre de 2009. Disponible en: <http://elmundoentrelasmanosvirtual.blogspot.com/2009/10/entrevista-alfredo-rosso-no-creo-que-el.html> (última consulta 30/4/2020)
- Salinas, Nadia. “‘La Voz: el otro diario de los Montoneros’: Entrevista a Mariano Mancuso”, en: ANRed, 30 de marzo de 2016. Disponible en: <https://www.anred.org/2016/03/30/aeoela-voz-el-otro-diario-de-los-montonerosae%C2%9D-entrevista-a-mariano-mancuso/> (última consulta 30/4/2020)
- Sin autor. “El Suple de la buena memoria”, en: *Suplemento Sí de Clarín*, 16 de abril de 2015. Disponible en: [http://si.clarin.com/Suple-buena-memoria\\_0\\_1340865914.html](http://si.clarin.com/Suple-buena-memoria_0_1340865914.html) (última consulta 30/4/2030)
- Sin Autor. “Guillermo Allerand, Jurado Premios Konex 1995: Música Popular”. Fundación Konex, Bs. As. Disponible en <http://www.fundacionkonex.org/b1403-II-Guillermo-Allerand> (última consulta 30/4/2020)
- Sin autor. “Las mañás de *Pelo*”, en: Revista *Periscopio*, 4 de agosto de 1970. Disponible en <http://www.magicasruinas.com.ar/tapas/piehist084.htm> (última consulta 30/4/2020)
- Suplemento *Sí de Clarín*.

- Vitale, Cristian. “Un festival en la prehistoria del rock”, en: *Página/12*, Cultura y Espectáculos, 21 de noviembre del 2014. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/17-34035-2014-11-21.html> (última consulta 30/4/2020)
- Wroclavsky, David. “Lo que sale”, *La Agenda Revista*, 12 de octubre de 2016. Disponible en: <https://laagenda.buenosaires.gob.ar/post/151685338070/lo-que-sale> (última consulta 30/4/2020)

## | Bibliografía

- Benedetti, Sebastián y Graziano, Martín E. (2016). *Estación Imposible: Expreso Imaginario y el periodismo contracultural*. Gourmet Musical.
- Berti, Eduardo (2012). *Rockología, documentos de los '80*. Galerna.
- Delgado, Julián (2017). *Tu tiempo es hoy: una historia de Almendra*. Eterna Cadencia.
- Frith, Simon (1981). *Sounds Effects*. Pantheon Books.
- Garrote, Valeria (2013). *La estrategia de la alegría en los colectivos artísticos de la dictadura y post-dictadura en España y Argentina (1973-1989)*. Tesis de doctorado presentada ante la Graduate School-New Brunswick de Rutgers, The State University of New Jersey, New Jersey.
- López, Vanina Soledad (2017). *Itinerarios del underground porteño de los 80. Una cartografía cultural de lugares de socialización nocturna y experimentación artística en la ciudad de Buenos Aires (1982 y 1989)*. Tesis para obtener el título de Maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural del IDAES/UNSAM, Buenos Aires.
- Manzano, Valeria (2017). *La era de la juventud en Argentina*. FCE.
- Manzano, Valeria (2018). “El psicobolche: juventud, cultura y política en la Argentina de la década de 1980”, *Izquierdas*, N° 41, pp. 250-275.
- Noble, Iván (2005). “Cultura, rock y poder. El rock que se muerde la cola”, en: Margulis, Mario et al., *La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*. Biblos.
- Rosales, Mariana (2018). “Los jóvenes de *Tiempo Joven*. Un acercamiento a la representación de los jóvenes durante la transición”, en: Borrelli, Marcelo (coord.), Mesa n°9 “Historia de los Medios”, *X Jornadas de Historia, Memoria y Comunicación*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal (Provincia de Buenos Aires).
- Rosales, Mariana (2019). “*La Voz* de los jóvenes en un *Tiempo* de transición. Los modos de ser joven representados en la prensa”. Ponencia presentada en las *X Jornadas de Jóvenes Investigadores* del Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Sánchez Trolliet, Ana (2016). *Las ciudades del rock. Itinerarios urbanos y figuraciones espaciales en Buenos Aires, 1965-2004*. Tesis para optar al título de Doctora en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Ulanovsky, Carlos (2005). *Paren las Rotativas II 1970 - 2000*. Emecé.
- Vila, Pablo (1985). “Rock nacional: crónicas de la resistencia juvenil”, en: Jelin, Elizabeth (ed.), *Los nuevos movimientos sociales/1*. Centro Editor de América Latina, 1985, pp. 83-148.

