

EFFECTOS DEL CORONAVIRUS EN EL CIRCUITO PUNK DE CHAPINERO A PARTIR DE LA CARTOGRAFÍA DE LA TERRITORIALIDAD NÓMADA: PRODUCCIÓN, CONSUMO Y PARTICIPACIÓN*

Minerva Campion Canelas, Doctora en Relaciones Internacionales, Departamento de Ciencias Políticas, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Correo electrónico: m.campionc@javeriana.edu.co

Javier A. Rodríguez-Camacho, Doctor en Economía, Departamento de Administración de Empresas, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Correo electrónico: rojavier@javeriana.edu.co

* Este trabajo se ha beneficiado de las contribuciones de los participantes en el proyecto "Lo que el COVID nos dejó: Impacto de una pandemia en la escena *underground* de Bogotá", una investigación realizada durante los meses de junio a octubre de 2020 con un grupo de estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, pertenecientes a los semilleros de investigación *Música y Resistencia* y *Desarrollo Empresarial Javeriano*. Paola Mateus, Andrés Martín, Manuel Leiva, Sebastián Ángel (Gnomo) y Alejandra Cañón brindaron su apoyo en el proceso de realización, transcripción y análisis de las entrevistas. La cartografía fue realizada junto con Diego Reyes. Agradecemos especialmente a las personas que participaron en las entrevistas, compartiendo sus experiencias y conocimientos. Esta investigación no habría sido posible sin el apoyo anónimo de todos los participantes del circuito punk de Chapinero, a quienes ofrecemos nuestra gratitud. Una versión preliminar de este trabajo se presentó en la conferencia *6th International Anarchist Studies Conference: Anarchy in Crisis*.

RESUMEN

Este trabajo aborda los efectos del Covid-19 en el circuito punk de Chapinero. Utilizamos el concepto de circuito para operacionalizar el análisis, caracterizando los espacios de la oferta cultural y los consumidores que participan en ellos, notables por su movilidad, que aproximamos desde la territorialidad nómada. Examinamos los efectos económicos y políticos mediante entrevistas a los gestores y encuestas a los consumidores. Los resultados presentan la cartografía del circuito punk de Chapinero, así como las transformaciones en las formas de producir y de consumir. Encontramos que tanto los productores como consumidores no han podido continuar con su participación en el circuito al existir elementos de socialización inherentes al encuentro en los espacios físicos. Los espacios han afrontado la reducción de sus ingresos recurriendo a la solidaridad y apoyo mutuo. En términos políticos, la falta de espacios de encuentro y deliberación parece limitar la naturaleza contracultural del circuito.

Palabras clave: punk; Covid-19; industrias creativas y culturales; circuito.

EFFECTS OF THE CORONAVIRUS ON CHAPINERO'S PUNK CIRCUIT FROM THE MAPPING OF NOMADIC TERRITORIALITY: PRODUCTION, CONSUMPTION AND PARTICIPATION

ABSTRACT

In this paper we analyze the effect of Covid-19 on the Chapinero punk circuit. Our analysis operationalizes the concept of circuit for it characterizes the fluidity observed in the spaces and participants. We approach this character from the perspective of nomad territoriality. We focus on the economic and political effects, analyzing them through interviews with the producers and a consumer survey. We present a cartography of the Chapinero punk circuit and describe the transformations that have taken place in the production and consumption. We find that both the producers and consumers have not been able to continue participating in the circuit, since there are elements inherent to the use of physical spaces and their socialization. The spaces

have faced lower revenues, which they have supplemented through solidarity and mutual aid. The lack of meeting and deliberation spaces seems to limit the countercultural nature of the circuit.

Keywords: punk; Covid-19; cultural and creative industries; circuit.

Fecha de recepción: 02/11/2020

Fecha de aprobación: 30/11/2020

INTRODUCCIÓN

Esta investigación parte de un trabajo exploratorio en torno a los efectos de la pandemia del Covid-19 en el circuito punk de Chapinero. Hasta la fecha, los esfuerzos de diagnóstico y análisis realizados desde la literatura académica han tenido foco en los aspectos económicos, sea a nivel de las cuentas nacionales (Barro et al, 2020; Fernandes 2020; Lezen et al, 2020; Nicola et. al, 2020) o del sector artístico y cultural en específico (Davies, 2020; Seetharaman, 2020; Sim et al, 2020). Sin embargo, ninguno se ha ocupado de los efectos complejos resultantes de la emergencia sanitaria, sus restricciones a la creación, producción, circulación y apropiación de obras y contenidos, más allá de los resultados de mercado. Esto es, indagando en las implicaciones estéticas, discursivas, políticas y simbólicas de la pandemia en los creadores, gestores, promotores, públicos y consumidores dentro de las industrias creativas y culturales.

[28]

Esta perspectiva analítica es aún más relevante en el caso del punk, al tratarse de una manifestación de arraigo y naturaleza contracultural; es decir, que ocurre más allá de los espacios de institucionalidad y mercado, quedando a menudo fuera del registro de los estudios económicos de la pandemia y sus impactos. Además, se trata de una forma cultural que adquiere sentido en espacios de socialización e interacción informal y proxémica; con unos códigos y signos que solo pueden apropiarse y manifestarse en la práctica de ciertas actividades, en espacios muy específicos. Por ejemplo, mucho de lo que sucede en el punk como subcultura gira en torno al concierto o el escenario, por el hecho de considerarse una escena musical. Así, los bares y discotecas son espacios importantes para hablar sobre esta escena, con unos alcances que superan su rol como espacios de circulación o consumo de contenidos. Es más, la construcción de una discursividad punk también puede implicar manifestaciones como los fanzines, la moda e indumentaria o el veganismo, en tanto que son los canales de información y construcción ideológica, de significación y práctica de unas formas de pensamiento identificables como punk (O'Connor, 2002; Gamboa, 2003; Hancock & Lorr, 2013; Guerra & Silva, 2015; Shuker, 2016; Bennett & Guerra, 2018). Entonces, la serie de prácticas culturales que se han visto imposibilitadas de realizar por las restricciones derivadas de la emergencia sanitaria sobrepasan la medición de las recaudaciones perdidas o de las actividades económicas que podrían haberse suplido por medio de canales digitales. Por último, en la construcción de esa identificación punk a partir de unos hábitos y formas de participación, la noción de un circuito permite ampliar las actividades más allá de la pertenencia explícita a una escena musical, incluyendo consumos relacionados con los estilos de vida que materializan esta identidad punk, admitiendo distintas intensidades de vinculación.

Por lo tanto, lo que planteamos es analizar los efectos de la pandemia a través de los testimonios de los diferentes agentes que son referentes espaciales del circuito punk de Chapinero, operacionando la conceptualización propuesta por Magnani (2014). De forma general, se puede clasificar a estos agentes en dos categorías: 1. Productores o creadores (oferta) y 2. Públicos o consumidores

(demanda). En consecuencia, la estrategia analítica que proponemos tiene dos acercamientos. Primero, enfocándose en los espacios, organizaciones y colectivos que llevan a cabo tareas de producción en el circuito. Segundo, estudiando a las personas que habitualmente asisten o asistían a estos espacios. En ambos casos examinamos las transformaciones de sus prácticas y hábitos de consumo, debido a la pandemia, por medio de entrevistas y una encuesta, respectivamente. Esto nos permite ampliar las variables de estudio, incluyendo factores no solo económicos, que aporten luces respecto a los alcances e implicaciones de la pandemia en el circuito, dando respuesta a la pregunta sobre ¿cómo han sido los efectos de la pandemia en el circuito punk de Chapinero?

Con este objetivo, en primer lugar, caracterizamos a los actores del circuito punk en Chapinero. Se ha elegido esta localidad por ser tradicionalmente la de mayor actividad artística, musical y contracultural de Bogotá¹. Alrededor del 67% de los músicos de la ciudad residen en Chapinero y la mayor concentración de escenarios para la música en vivo se encuentra en dicho barrio, con un 26.3% de los existentes en la ciudad (Censo de Música en Vivo Bogotá, 2019). Nuestra caracterización propone una clasificación de los actores del circuito según su rol en la cadena de valor de las industrias creativas y culturales. Es decir, si se enfocan en la creación, producción, distribución o consumo de obras y contenidos. Posteriormente, desarrollamos una cartografía que nos permite identificar y situar los espacios del circuito punk de Chapinero. Luego, por medio de entrevistas semiestructuradas realizadas a los gestores de estos espacios, que analizamos empleando técnicas cuantitativas de análisis cualitativo, se busca responder a la pregunta sobre cómo les ha afectado el Covid-19 tomando en cuenta criterios económicos, de creación, asociatividad y organización colectiva. Por el lado del consumo, se realizó una encuesta a las personas que solían asistir a estos espacios, participando en ellos en distintas modalidades, pidiéndoles reporten los cambios experimentados en esos patrones y hábitos. Esto nos permite completar la perspectiva de la producción y el consumo en el circuito punk, buscando indagar en la dimensión espacial del impacto del Covid-19 y su irradiación a otras prácticas y consumos culturales, más allá del propio circuito punk de Chapinero.

Este artículo se organiza de la siguiente forma: primero se presenta una contextualización en torno al impacto del Covid-19 en las industrias culturales y la música en particular, incluyendo una revisión de la literatura académica. Después introducimos el concepto de circuito desde la antropología urbana y argumentamos su aplicación en el caso de la producción y consumo cultural identificables como punk en Bogotá, la base teórica de nuestro trabajo de campo. Luego, se detallan los métodos y materiales empleados en la investigación. Seguidamente, se introducen los resultados de la investigación, separándolos según su foco, sea en el consumo o producción dentro del circuito punk de Chapinero. Estos resultados comprenden las entrevistas, encuestas y cartografías realizadas. Después, se analizan y discuten estos resultados a la luz de los distintos impactos que ha tenido la pandemia en el circuito (económicos, creativos, políticos y discursivos). Cerramos el estudio presentando conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones enfocadas en el tema.

1 Un número importante de estudios se han dedicado a este tema, si bien fuera de los espacios de circulación de la producción académica, usualmente al nivel de trabajos finales de grado. Podemos resaltar a Correa Montoya (2007), Hortua (2013), Mendoza Cárdenas (2019) y Pico Rodríguez (2019), que remarcan en sus trabajos la gravitación de Chapinero en la música popular, y los circuitos que se articulan en torno a ella en Bogotá, desde mediados del siglo XX.

COVID-19, INDUSTRIA MUSICAL Y CIRCUITOS *UNDERGROUND* EN COLOMBIA Y EL MUNDO: CON- TEXTO Y AVANCES TEÓRICOS

La industria de la música y el Covid-19

El año 2020 había sido proyectado como uno de resultados históricos para la industria de la música, manteniendo una tendencia de crecimiento observada durante la última década. En 2019 la recaudación global de la industria fonográfica fue de 20.2 billones de dólares, con un crecimiento del 8.2% (IFPI, 2020). En el caso de la música en vivo, la proyección para la recaudación de 2020 era la más alta en la historia, alcanzando los 12.2 billones de dólares a nivel global, con un crecimiento cercano al 10%, que permitía a los grandes actores de la industria hablar de una “edad de oro de la música en vivo” (Pollstar, 2020). La pandemia del Covid-19 y sus restricciones a las actividades de circulación y presentación de música en vivo impactaron a nivel global hacia el cierre del Q1 de la gestión 2020, lo que permite estimar unas pérdidas de 8.9 billones de dólares con respecto a las metas esperadas para el periodo (Pollstar, 2020). Estos indicadores, si bien tienen un alcance mundial e incluyen a Colombia, no necesariamente consideran actividades artísticas y musicales que ocurren en circuitos *underground* o alejados de la oficialidad y los mercados, por lo que la extrapolación al caso del circuito punk de Chapinero no es inmediata.

En el caso colombiano, la pandemia del Covid-19 llegó en un momento particular para las industrias creativas y culturales, pues se interseca con el segundo año de implementación de las políticas de “economía naranja”. Bajo este marco se ha propuesto una serie de medidas, entroncadas en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, que buscan lograr un 5,1% de aporte al PIB correspondiente al sector de las industrias creativas y culturales². En el año 2019 el aporte al valor agregado del sector fue de 3.2% (DANE, 2020b). De ese total, el 25,2% corresponde a las industrias culturales, dentro de las cuales se podría considerar, en sentido amplio, el circuito punk.

[30]

Una caracterización más detallada de este ámbito nos la ofrecen los datos del Censo de Música en Vivo. Este sondeo, realizado en Bogotá en 2019 con el objetivo de conocer y medir las actividades de la música en vivo en la ciudad, comprende 996 encuestas realizadas con músicos, 96 con escenarios de música en vivo y 1550 con público en general, y presenta un mapeo del sector y sus características inmediatamente anteriores a la pandemia. En cuanto a la pregunta sobre el género musical que se interpreta, la encuesta no incluye una categoría específica para el punk, pero sí otras que podrían permitir aproximar el tamaño del circuito. Según la encuesta, el principal género es el rock, con un 39% de músicos afirmando interpretarlo tanto en español como en inglés, mientras la música “Alternativa e indie” llega al 20%, quedando en segundo lugar, con “Otros” en noveno lugar con un 11% (Censo de Música en Vivo Bogotá 2019). Con esta información podemos suponer que entre el 10 y el 15% de la música en vivo que se interpreta en Bogotá corresponde al punk y sus hibridaciones (hardcore, noise, crossover, post-punk). Con un criterio similar podemos estimar el tamaño del público para esa oferta, pues la encuesta en su faceta de consumidores registra que

2 Para fines de las políticas de “economía naranja”, las industrias creativas y culturales son todas las actividades que generan riqueza basadas en el talento, creatividad y habilidades humanas, por medio de la generación y explotación de propiedad intelectual. De forma general, engloban a las industrias culturales, el patrimonio, las artes y las creaciones funcionales. En el caso de las industrias culturales se incluye al sector editorial, fonográfico y audiovisual (Ministerio de Cultura de Colombia, 2019).

un 88% de los entrevistados escuchan rock en inglés o español y/o “Alternativa/Indie”, tanto de en vivo como en música grabada, sea de artistas locales o internacionales.

Los efectos económicos del Covid-19 en las industrias culturales aún no han sido contabilizados de forma sistemática y desagregada. La cifra oficial más cercana es el Indicador de Seguimiento a la Economía, que señala un -6.4% de variación con respecto al mes de julio de 2019 para el sector terciario (DANE, 2020a). El mismo reporte señala un -7.3% como tasa de crecimiento del PIB para el primer semestre de 2020. El indicador de variabilidad del sector terciario fluctuó entre -15% y -10% durante los meses de abril a junio, meses que coinciden con las medidas más estrictas de restricción a la operación de espacios de circulación y consumo de contenidos culturales. Sin embargo, cabe resaltar que estas son mediciones que agregan en el sector terciario actividades artísticas y de entretenimiento con la educación, comercio, medios, restauración, transporte y hotelería, por lo que los valores desagregados del sector cultural podrían ser muy distintos.

A falta de cifras definitivas sobre los efectos económicos del Covid-19 en el sector cultural, la magnitud del impacto se puede deducir de las medidas de reactivación y rescate del sector, que ha propuesto el gobierno de Colombia, destinando una inversión de 300,000 millones de pesos al sector artístico y cultural, buscando fomentar la oferta mediante incentivos tributarios³. Otros países de la región han actuado de forma similar, ofreciendo subsidios temporales de desempleo a los artistas, facilitando préstamos blandos para cubrir la nómina, adquiriendo contenidos para su circulación en plataformas estatales y estimulando la producción por medio de inyecciones de capital que potencian al cliente público. Estos programas y medidas han sido criticados por los agentes del sector cultural al no considerar las asimetrías e informalidad existentes en la producción y circulación de contenidos artísticos, pues algunos de los requisitos mínimos para acceder a los recursos ofrecidos por el gobierno colombiano fueron considerados desmedidos para las realidades de los espacios y agentes independientes (solicitando un número mínimo de empleados o ingresos) o requerían una formalización ante entes impositivos, distritales y gremiales que no todos los espacios independientes, particularmente en el circuito punk, poseen. La dimensión de esta amenaza es mayúscula, pues la asociación de espacios de música en vivo independientes de Estados Unidos (NIVA, National Independent Venue Association) ha estimado que hasta el 90% de sus 2000 afiliados podría cerrar de manera permanente en los próximos meses (NIVA, 2020). En fuentes periodísticas diversas, los agentes del sector cultural colombiano han expresado similares preocupaciones, por lo que el panorama económico del sector es indudablemente crítico, aun consideradas las medidas gubernamentales.

Estudios académicos sobre el Covid-19, las artes y las industrias creativas y culturales

Desde la academia, algunos estudios han comenzado a abordar el tema de la pandemia y sus consecuencias para el sector artístico. Entre los primeros encontramos a Davies (2020), que explora los escenarios futuros que podría afrontar la industria de la música en vivo. En su artículo ella plantea los siguientes cuatro escenarios: 1. Dentro de un contexto de mercado capitalista el Estado interviene con programas de bienestar social que apoyen y protejan por medio de alivios fiscales,

3 Dos decretos fueron promulgados con foco exclusivo en el sector creativo y cultural, el 474 y el 697. Estos se suman a medidas de data anterior, promulgadas durante la pandemia (decreto 475) o de alcance más general en su intención de reactivar la economía (decreto 561).

créditos blandos y financiamiento parcial de los gastos por nómina, a los agentes del sector cultural. 2. El Estado desempeña un rol de protección social más activo, promoviendo la provisión pública y universal de servicios básicos. Si bien los productos culturales no siempre caen dentro de esa clasificación, sería razonable pensar que programas como el de renta universal básica podrían beneficiar a numerosos agentes del sector creativo. 3. Un extremo en el que el colapso generalizado de la economía genera vacíos legales y políticos imposibles de salvar para los agentes del sector creativo. 4. La organización de redes de apoyo mutuo entre colectivos y personas, donde las comunidades locales y los intercambios juegan un papel preponderante. Este marco nos provee un dispositivo analítico para interpretar las acciones y conductas de los agentes del circuito.

Examinando las respuestas desde el ámbito empresarial, Seetharaman (2020) propone un modelo para las transformaciones de los modelos de negocio a causa del covid-19. El autor plantea tres ejes para ese modelo, correspondientes a la esencialidad del producto, la intensidad informacional en el producto y la intensidad informacional del procesamiento. Aunque se trata de una contribución conceptual, el artículo sitúa a la industria del entretenimiento en el espacio determinado por una intensidad informativa alta en el producto, una esencialidad baja y una intensidad informacional del procesamiento alta. Si bien la posición en el eje de esencialidad es evidente, en el caso de los otros dos ejes se debe a que hay formas artísticas que requieren un espacio físico para circularse y producirse. Esto implica una alta coordinación en el procesamiento, además con una parte significativa del valor generado por el producto circunscrita al intercambio del espacio físico. Por esto es que, según Seetharaman (2020), el impacto del Covid-19 en este sector ha sido pronunciado y su transformación digital más lenta que en los casos de la educación o restauración, por citar dos ejemplos.

[32]

En lo que hace a los circuitos y escenas punk, el trabajo de Letson (2020) puede ser el primero que analiza las implicaciones y efectos del Covid-19 en este contexto, particularmente en el caso japonés. Letson desarrolla un estudio etnográfico de la comunidad punk y hardcore en Sapporo, un barrio de Tokyo de arraigo punk y encaje en los ámbitos contraculturales globales, lo que nos permite una conexión con el rol de Chapinero en el caso colombiano. En esta etnografía el autor examina las prácticas de resistencia de la comunidad y cómo estas sirven para generar y mantener un sentido de colectividad y pertenencia. Con respecto al covid-19, sin enfocarse realmente en el tema, al haberse producido la pandemia durante el periodo de trabajo de campo, el estudio ofrece algunos insumos para entender las respuestas y acciones que adoptó la comunidad durante las primeras etapas de la emergencia sanitaria.

Por su parte, Brunt y Nelligan (2020) son autoras de uno de los aún escasos trabajos que se ocupan de examinar los efectos de la crisis sobre el sector, yendo más allá de lo puramente económico. Poniendo foco en los artistas, las autoras indagan en la salud mental de los agentes que integran la industria musical australiana, analizando las narrativas que se formaron en torno a la pandemia en los medios y redes sociales de ese circuito entre abril y julio de 2020. Brunt y Nelligan identifican cuatro narrativas predominantes: 1. Reconocer el duelo y la pérdida, 2. Apoyar la creatividad y el bienestar, 3. Adaptarse a la nueva normalidad, 4. Contemplar un futuro post-pandemia. Junto a las desarrolladas por Davies (2020), estas son algunas de las categorías discursivas que utilizaremos para analizar los datos recolectados por medio de entrevistas con agentes del circuito punk en Chapinero.

Por último, es de destacar que hasta el momento los diversos trabajos sobre circuitos en torno a escenas musicales o subterráneas no definen el significado de circuito de forma precisa. Es el caso del trabajo de López (2015) sobre el *underground* porteño, el metal *underground* de Bogotá (Arbeláez, 2010) o el punk en Chile (Canales, 2017). Es por ello que en el próximo apartado daremos una delimitación conceptual para comprender los alcances del circuito y abordaremos una concepción más amplia que aquella de la subterránea para comprenderlo.

EL CIRCUITO DEL PUNK EN CHAPINERO Y LA TERRITORIALIDAD NÓMADA

En este trabajo comprendemos lo que ocurre en los espacios donde se mueve la escena punk de Chapinero a partir del concepto de circuito que funciona desde la lógica de la territorialidad nómada. Vale la pena, entonces, definir en este apartado “escena” y “circuito”. Si bien el primero se utiliza para hablar de los contextos en los que los clústeres de productores, músicos y fans comparten sus gustos musicales, donde colectivamente se distinguen entre ellos de otros grupos (Bennet y Anderson, 2004, p. 8) y se encuentran delimitados en términos espaciales (Straw, 2014), no se centra en la circulación de las personas y da la sensación de que la escena es estática y homogénea; tal y como se ha abordado entre los debates sobre la subcultura (Hunt, Moloney y Evans, 2010). El circuito, por el contrario, es un concepto que hace énfasis en la circulación y el movimiento, que en el caso del punk se basa en la idea de la territorialidad nómada definida en términos de movilidad y fluidez (Gagnol, 2011).

El circuito punk se aborda en la mayoría de las investigaciones a partir del concepto *underground* o subterráneo, pudiendo definirse de la siguiente manera: una cultura juvenil con rituales de vestir, de asociarse, de consumo grupal de bienes culturales y de uso de drogas y alcohol. Pero también, asociado a un proyecto contracultural compuesto por músicos y artistas amateurs y agentes que pueden tener cierta estabilidad en el campo cultural (Rodríguez Ulloa, 2015, p. 10), o incluso en el campo subcultural, como señala Thornton (1996). En este sentido, los agentes con cierta estabilidad en el campo pueden encontrarse registrados ante ciertos ámbitos de la oficialidad (la Cámara de Comercio de Bogotá o la Cámara del Libro, por ejemplo), pero siguen estando ubicados en un circuito que “genera un sistema de producción y distribución artesanal, independiente y autogestionado. De ahí que el adjetivo de subterráneo (*underground*) sirva para referirse ante todo a una circulación no visible de sujetos y bienes culturales” (Rodríguez Ulloa, 2015, p. 10). Es decir, estamos hablando de espacios que se mueven sobre una lógica mixta entre lo subterráneo y lo oficial, pero enmarcados en la idea de que el punk es un circuito contracultural (Kropff, 2011). Entonces, aunque estos espacios pertenecen al circuito punk, no todos operan bajo la lógica de la economía informal subterránea como es definida por Feige (1990). Pueden cobijar espacios de trueque o relaciones de producción alternativas a las encontradas en el sistema capitalista, al mismo tiempo que tributan y tienen reguladas sus otras actividades. Es de este modo, también, que conviven entre la perspectiva de industrias culturales y la de actividades ajenas a la lógica de mercados, lo que hace necesario, para comprender los efectos de la pandemia, ampliar el enfoque más allá de lo que registran los recuentos surgidos desde la oficialidad y/o el Estado.

Para delimitar el significado de circuito, tomamos los elementos para su clasificación que nos propone Magnani (2014) y los aplicamos a nuestra investigación. El autor propone que, para que el circuito exista debe haber:

- a. *Una práctica o actividad.* En nuestra investigación la producción, circulación y consumo del punk de Chapinero
- b. *Unas unidades que componen el circuito sean individuales o colectivas.* Para nosotros, los espacios que congregan a las personas de la escena punk de Chapinero; es decir, los productores y creadores, y los consumidores o público, junto con sus transformaciones.
- c. *Una delimitación espacial y temporal cubierta por el circuito,* es decir, los cambios en la producción, creación, circulación y consumo en la escena punk de Chapinero debido al covid-19.

Además, los circuitos se conforman por espacios que frecuentan las personas que no necesariamente deben conocerse entre sí; es decir, no tiene por qué haber lazos de parentesco, trabajo o vecindad. Sin embargo, aunque las personas no se conozcan, sí deben reconocerse, “sea por la exhibición de marcas estampadas en las camisetas, los cortes de cabello o por la postura corporal, haciendo evidentes sus gustos musicales, su pertenencia a determinados grupos o la preferencia por esta o aquella banda, etc.” (Magnani, 2014). De cualquier modo, a pesar de que deba existir este reconocimiento en términos de subcultura o escena, por su estética y consumo de bienes culturales, no todas las personas que frecuentan el circuito deben hacer parte de él.

Así, mientras que circuito y escena son palabras relacionadas, consideramos que la primera tiene implicaciones con lo dinámico y la segunda con lo estático. Tal carácter se ajusta de mejor forma a las prácticas y lógicas de participación de nuestro objeto de estudio. Ese dinamismo se plasma a partir de la territorialidad nómada, donde se descubre el reconocimiento de los espacios y lugares representativos de la escena punk de Chapinero; así, “aunque cada punto es un relevo, también hay una intensidad que surge de cada sitio como si fuese la vida del relevo, porque la gente sabe que va a volver, pero el relevo va a ser diferente cada vez, con gente distinta que comparte experiencias disímiles” (Salcedo, 2012, p. 159).

Retomando la idea de la territorialidad nómada, podríamos decir que ese concepto se ha utilizado principalmente para las investigaciones sobre poblaciones indígenas, y en pocas ocasiones, en entornos urbanos. Un estudio con esta última aproximación nos lo propone Salcedo (2012) al hablar de los habitantes de calle. Asimismo, Deleuze y Guattari (1987) distinguen el espacio nómada del espacio sedentario de la siguiente manera: mientras que este último es estriado, con muros, carreteras; el primero se caracteriza por ser liso, marcado por los atributos o cualidades que son borradas o desplazadas con la trayectoria (p. 420). Es esa lisura la que permite la construcción de un circuito con territorialidad nómada en Chapinero, moviéndose de un espacio a otro, sin establecerse sedentariamente en uno de estos lugares. El grupo por excelencia que se mueve en ese territorio nómada es el parche, unidad emblemática de la participación, consumo y socialización punk, que se puede definir de la siguiente forma:

[D]ebido a su carácter móvil e invasor y porque configuran la mancha y la mugre que llevan consigo, los parches se han vuelto el tipo de asentamiento urbano nómada cuya presencia y reconocimiento visual controvierten todas las concepciones burguesas de un espacio urbano armónico -de la manera como es concebido por planificadores urbanos y arquitectos- (Salcedo 2012, p. 161)

[34]

Esta forma de subvertir el espacio urbano de las concepciones burguesas de delimitación territorial también puede ser observado en nuestro caso de estudio. Es decir, si bien hemos considerado Chapinero como localidad de análisis, hay que tener en cuenta que, siendo un circuito con una territorialidad nómada, las fronteras de la localidad son difusas y en ocasiones se desborda el circuito a localidades adyacentes (entre las que destacan Teusaquillo, el Centro y Barrios Unidos). Es así que se logra trascender la idea oficial de las fronteras marcadas por el Estado, para subvertir su lógica y crear una nueva espacialidad subterránea. De hecho, es la lisura de la territorialidad nómada la que permite “tejer una malla urbana diferente que se ha puesto sobre la malla oficial —igual que los mapas oficiales de planeación urbana— como si el nómada estuviera halando hacia él y hacia los otros aquellas fibras que sujetan los caminos a la tierra” (Salcedo, 2012, p. 159).

Podría decirse, entonces, que los espacios que conforman el circuito punk, entendidos desde la territorialidad nómada, existen por “el movimiento de los actores, que puede ser apreciado, por ejemplo, en los eventos, las celebraciones o los rituales colectivos, etc.” (Magnani 2014); donde los espacios entre los que se mueven estas personas funcionan como una suerte de enclaves en la malla oficial del ordenamiento territorial de Bogotá.

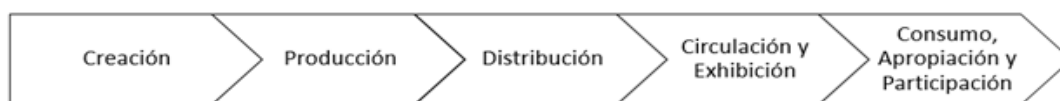
Por último, si lo que le da vida al circuito es el movimiento, se generan unas preguntas adicionales a aquella de los efectos del Covid-19 que proponíamos al inicio, ¿qué ocurre con el circuito una vez que el movimiento y la circulación se paraliza debido a las restricciones sanitarias? ¿Estamos ante la desaparición de la territorialidad nómada del circuito punk? ¿En qué medida se puede sustituir o complementar esa movilidad usando plataformas de presencia remota? Son algunas de las cuestiones que abordamos en las secciones correspondientes a los resultados y su discusión.

METODOLOGÍA Y MATERIALES

La investigación se ha llevado a cabo en dos etapas sucesivas, siguiendo una metodología predominantemente cualitativa. La primera etapa corresponde a la identificación, caracterización y mapeo del circuito punk de Chapinero. Esto se realizó listando todos los agentes activos en el barrio a finales de 2019, con identificación con la subcultura punk y sus manifestaciones amplias. Específicamente, que participen en la creación o circulación de música punk, material audiovisual e impreso punk, moda e indumentaria punk o sean frecuentados por personas que se identifiquen como punk y manifiesten sus estilos de vida en estos espacios (restaurantes vegetarianos y veganos, bares y talleres, etc.).

Este proceso derivó en una clasificación de los espacios, colectivos y organizaciones según su rol en la cadena de valor de las industrias creativas y culturales. Esta describe y agrupa las actividades necesarias para la creación de valor en el sector cultural, desde la concepción de una idea por un creativo hasta el acceso a la obra, servicio, producto o contenido por un público o audiencia (Bilton, 2017). Dado que es el más ampliamente aplicado, nosotros usamos para nuestra caracterización el marco que propone la UNESCO (2009) para este análisis sectorial, que es el siguiente:

Figura N°1. Cadena de valor en las industrias creativas y culturales



Fuente: Elaboración propia basado en UNESCO (2009).

Partiendo del listado de los agentes activos en Chapinero, pasamos a clasificarlos según las tareas que cumplen en la cadena, como se pueden ver en la Figura N°1. Por ejemplo, un ensayadero corresponde a la categoría de Creación, mientras una galería estaría en la de Circulación y Exhibición. Naturalmente, existen espacios y organizaciones como una editorial que podrían estar en varias de las categorías (Producción, Distribución), por lo que en la categorización se permite repeticiones. En el Anexo N° 1 presentamos los resultados de esta clasificación. Seguidamente, se construyó la cartografía en la que se situó a estos agentes, ubicándolos en el barrio de Chapinero.

En la segunda etapa se ha desarrollado un trabajo basado en una metodología cualitativa, cuyas técnicas principales han sido la revisión de bibliografía, la realización de entrevistas estructuradas con los agentes involucrados en tareas de producción en el circuito punk de Chapinero y la recopilación de datos sobre participación en este circuito de consumidores y públicos. De manera puntual, se han llevado a cabo diez entrevistas con personas pertenecientes al grupo de agentes que hemos identificado en la etapa previa como involucradas en la faceta de oferta, producción y gestión del circuito punk de Chapinero. Estas pueden ser catalogadas de la siguiente manera: bar/pub (*Jolly Roger*), librería (*La Valija de Fuego*), restaurante (*Mandrágora*), servicios a domicilio de comida (*La Calderita Vegana*, *Bici Vurger*), discotecas (*Asilo bar*, *Antípoda*)⁴, casa ocupada (*Casa Bunker*), taller (*Mala Influencia*) y ensayaderos (*Alterna*, *4 Cuartos*). Estos son los agentes que respondieron a la solicitud de entrevista, a partir del listado y cartografías elaborados en la etapa precedente. La tasa de respuesta fue superior al 73% de todos los agentes del circuito. Las preguntas guía para las entrevistas se encuentran en el Anexo N° 2.

[36]

En cuanto a la dimensión de consumo, se aplicó una encuesta anónima a 167 personas adultas residentes en Bogotá, siguiendo un muestreo no probabilístico por conveniencia. La encuesta se circuló en redes sociales del circuito punk durante 15 días, en el mes de octubre de 2020. Al tratarse de un sondeo exploratorio y descriptivo se considera la técnica y tamaño muestral adecuados. El instrumento fue diseñado buscando capturar las formas y frecuencias de participación de los públicos y consumidores en estos espacios. También se preguntó por las formas en que continuaron ejerciendo esas prácticas o cómo las suplieron durante la cuarentena por la emergencia sanitaria, que en la ciudad de Bogotá abarcó en su periodo más estricto los meses de abril a junio de 2020. Por último, se hicieron preguntas de consumo cultural y estilo de vida, que permitieran determinar la intensidad de la vinculación de la persona con el circuito punk. Por ejemplo, el género musical que mejor representa la mayoría de los conciertos a los que asisten, las actividades que realizaron en el último año además de las involucradas en el circuito punk (ir al teatro, visitar un museo, asistir a un festival de cine, participar en alguna actividad política, etc.) Consideramos que el perfil

4 Ambas discotecas son de los mismos propietarios, por lo que solo se realizó una entrevista con su representante, a pesar de tratarse de dos espacios distintos.

que permite elaborar esta información es un buen proxy para la identificación de los sujetos como parte del circuito. La encuesta se encuentra en el Anexo N°3.

Los datos obtenidos de las entrevistas con los agentes de producción y gestión se analizaron siguiendo un método cualitativo-hermenéutico. Las entrevistas que realizamos giraron en torno a dos temas principales: los efectos económicos y políticos. Entre los primeros destacamos las transformaciones en el consumo, producción y distribución de los bienes o servicios que ofrecen u ofrecían estos espacios. En el caso político las preguntas estuvieron dirigidas a comprender los efectos que produce el cierre temporal o definitivo de espacios de un circuito que hemos considerado contracultural. Estas entrevistas fueron transcritas y procesadas siguiendo una metodología de análisis cuantitativo de contenido cualitativo, consistente en el conteo de frecuencia de palabras, que presentamos a partir de las nubes de palabras obtenidas mediante el *software* Nvivo 12.

A continuación, presentamos los resultados obtenidos en las entrevistas estructuradas con los productores y gestores, de la encuesta a los públicos y consumidores, y la cartografía del circuito.

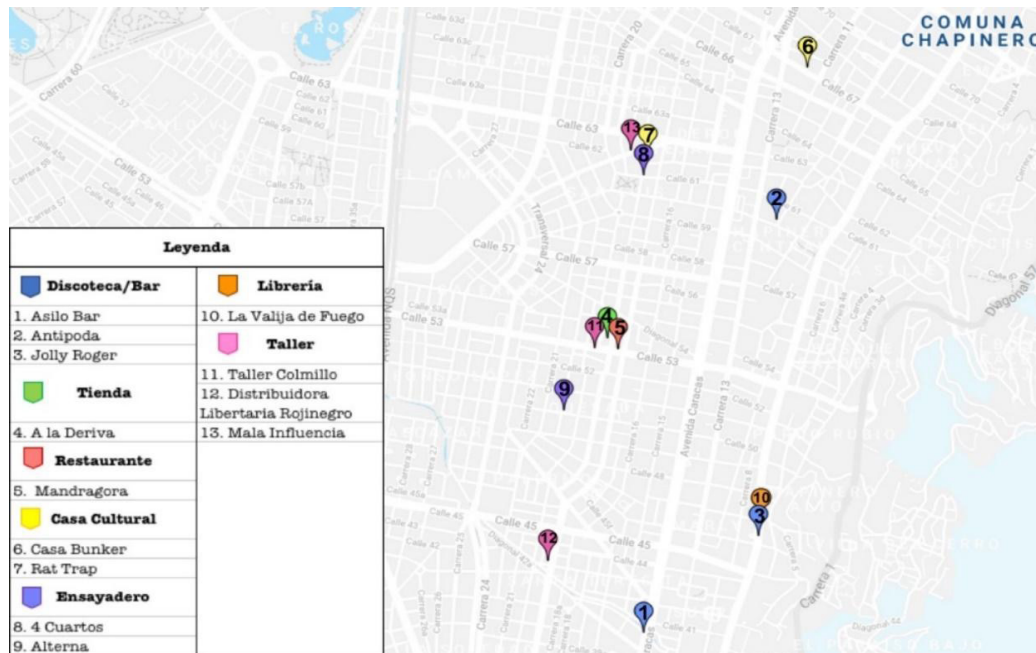
RESULTADOS: EFECTOS ECONÓMICOS Y POLÍTICOS EN EL CIRCUITO PUNK DE CHAPINERO

En esta sección presentamos los resultados del trabajo de campo realizado con el objetivo de comprender los efectos del Covid-19 en el circuito punk de Chapinero. En primer lugar, presentamos la cartografía del circuito punk elaborada a partir del mapeo de actores. Seguidamente, los resultados corresponden a las entrevistas realizadas con algunos gestores y representantes de la oferta cultural en la localidad de Chapinero, con gravitación en el circuito punk, así como a una encuesta orientada a los participantes de estos espacios como consumidores. Cada uno se desarrolla en la sección correspondiente.

Cartografía del circuito punk de Chapinero

Esta cartografía fue elaborada a partir del mapeo de actores del circuito punk de Chapinero. El circuito se compone de aquellos espacios que son considerados parte de la escena punk de Chapinero, entre los que se destacan bares y discotecas, tiendas, restaurantes, casas culturales, ensayaderos, librerías y talleres. Su construcción se realizó basada en la observación participante, no sistematizada y anterior a la pandemia, completada con referencias de los actores participantes en este estudio. A continuación, presentamos el resultado, sobre un mapa de la localidad tomado de la web.

Figura N° 2. Cartografía nómada del circuito punk de Chapinero



Fuente: Elaboración propia.

[38]

Esta cartografía fue elaborada para dar cuenta del circuito punk de Chapinero a partir de la idea de la territorialidad nómada, donde las fronteras con las localidades adyacentes se desdibujan. En ella hemos ubicado diferentes actores de acuerdo con su forma de denominarse: bar, discoteca, tienda, casa cultural, etc. De entre los agentes del circuito que participaron en las entrevistas, ni Bici Vurger ni La Calderita Vegana aparecen en nuestro mapa puesto que no tienen espacio físico. La encuesta a los consumidores reveló algunos otros espacios, pero sin la recurrencia suficiente para aparecer la cartografía, lo que a su vez validó la exhaustividad y representatividad de la misma. La cartografía refleja el estado y espacialidad del circuito a finales de 2019. Los efectos del Covid-19 sobre la cartografía se plasman principalmente en el cierre de algunos de los espacios presentes en el circuito, que discutiremos más adelante.

La oferta en el circuito punk de Chapinero: Gestores y creadores

En esta etapa se procedió a contactar a los agentes identificados en la cartografía, de manera directa por el equipo investigador, entre junio y octubre de 2020⁵. Se realizaron diez entrevistas con los representantes de los espacios del circuito. Estas fueron desarrolladas por vía telefónica o presencial, siguiendo el cuestionario que se incluye en el Anexo N° 2 como guía metodológica. Algunos agentes contactados decidieron declinar al no sentirse parte del circuito punk, no estar activos en el periodo, considerar sus actividades informales o preferir mantenerse al margen del estudio. Participaron 11 de los 15 espacios identificados en el circuito. En el Anexo N° 1 se incluye

5 Espacios como La Claqueta (tienda de ropa y espacio para conciertos) y Cacrehouse (casa cultural) no fueron considerados en esta investigación al haber cerrado antes del final de 2019. BBar (bar y espacio para conciertos) no fue incluido porque a pesar de albergar conciertos de punk, pertenece a la escena metal. Sin embargo, como se verá en la sección correspondiente a los resultados, estos aparecen con alguna frecuencia entre las respuestas de los públicos cuando se les consulta por sus actividades y consumos culturales en el circuito punk durante 2019.

Entonces, que no se puedan reunir personas (..) impide que haya conciertos y que haya actividades que mantienen, por decirlo así, el punk vivo. De hecho, también teniendo en cuenta que el punk es una cuestión musical y artística, que no se puedan reunir personas, por ejemplo, para ensayar es también un problema para la escena punk (...). Y pues creo que ese es el principal impedimento, digamos por las particularidades puntuales culturales y artísticas de lo que es el punk, si no existen conciertos pues no existe punk (Mandrágora Veg, 2020).

Este hallazgo coincide con lo propuesto por Seetharaman (2020) en su estudio de las posibilidades de transformación digital en distintas industrias, considerando que la del entretenimiento en general, y de la música en vivo en particular, resulta compleja. Del mismo modo, reitera la importancia del circuito punk y su articulación en torno al consumo de música en directo, incluso por encima de la música grabada, algo que también observamos en la encuesta a los consumidores

En el caso de la palabra “espacio”, su recurrencia señala la preocupación en torno al acceso y uso de los espacios físicos en los que se realizaban los conciertos (69 repeticiones) y eventos (43 repeticiones). En numerosas oportunidades durante las entrevistas se hizo referencia al cierre de los espacios o las dificultades afrontadas para su continuidad. Los conciertos, de artistas locales, nacionales e internacionales son uno de los tipos de eventos que más a menudo se relacionan con estos espacios, así como ferias, talleres y cineforos; todas actividades restringidas por la pandemia. La relevancia de estos espacios como canales de comercialización y difusión para distintos colectivos y creadores, no solo de las industrias creativas (música y fanzines, pero también moda y alimentación), puede observarse en las respuestas. Particularmente en el caso de la circulación y promoción de nuevos artistas. Así lo describe Henry Muñoz de Antípoda y Asilo, diciendo que la pandemia “ha afectado un montón (...) en conciertos para hacer visibles las bandas emergentes, para que la gente con el cover que pague las bandas puedan sacar discos, puedan hacer giras locales, ir a Manizales, Armenia, Medellín.” (Asilo, 2020).

[40]

Asimismo, el cierre de los espacios físicos que hacen parte del circuito punk ha implicado una deriva del circuito hacia lo virtual. Según las personas entrevistadas esta deriva no es positiva ni puede adecuarse al punk. Alterna (2020) menciona que géneros como el punk “no están para estar haciendo cosas online porque son géneros donde convergen más la unión, donde la gente quiere ir a tomarse una pola a disfrutar de las bandas: cantas, pogueas, saltas, la pasas bien en el concierto”. A su vez, La Valija de Fuego añade el componente territorial, que termina diluyéndose debido a la falta de interacción: “se pierde en cierta medida esa territorialidad nómada (...) como que varios puntos de referencia donde había punks, la falta de interacción y la falta de espacios de diálogo, de escuchar música, de ver bandas, también empieza a permear la escena” (La Valija de Fuego, 2020).

De todas maneras, esta deriva hacia lo virtual también ha potenciado otro tipo de actividades, “como la venta de merch, como la bici mensajería se disparó un montón, los domicilios; pero siento que eso no es, eso no debería ser el punto a donde se deberían direccionar los movimientos auto gestionados porque la presencia física me parece que es vital” (Asilo, 2020). Sin embargo, no todas esas iniciativas se desvinculan de la orientación contracultural. Por ejemplo, Mala Influencia (2020) destaca el proyecto de bicimensajería “Mensajeras Ruidosas” que surgió en la pandemia y se conforma en torno a la representación feminista.

En todas las entrevistas se hizo referencia a la importancia del contacto cara a cara y de la reunión presencial. Esto nos lleva a comprender que, además de los espacios, es necesaria la participación de la “gente” (90 repeticiones), de las “personas” (70 repeticiones), del parche (36 repeticiones), de las “redes” (19 repeticiones) y de los “amigos” (18 repeticiones), que frecuentaban estos lugares, y que posteriormente han apoyado a los proyectos para su subsistencia durante la pandemia. Más allá del consumo, en las entrevistas se habla sobre las posibilidades que ofrece el espacio físico como lugar para generar pensamiento contracultural entre las personas que asisten, en comparación a lo virtual. La Valija de Fuego, menciona que el punk se basa en “la construcción colectiva del uno con el otro, entonces en la medida en que la pandemia ha virtualizado todo eso, pues yo veo que afecta a la generación de un espacio contrahegemónico desde el punk para generar alternativas” (La Valija de Fuego, 2020). Desde el colectivo Casa Bunker (2020) se hace referencia a las ferias, los toques, los cinesclubs y “todo lo que se movía en torno a eso: a los amigos, al parche, articularnos todos en torno a una idea y ver cómo la sacamos adelante”.

En términos políticos se puede señalar que la mayoría de las personas entrevistadas consideran que hay afectación al pensamiento contracultural debido al cierre de espacios. Bici Vurger (2020) menciona que “hace que sea menos eficiente compartir esta ideología o esta forma de ver el mundo, la contracultura”, y que esta última se limita durante la pandemia a las personas “que ven más allá de la fiesta y que están dedicando mucho tiempo de su vida por esas preocupaciones”. Esta idea viene a cuestionar de cierta manera la centralidad del concierto, o más bien, la fiesta en torno al punk. La Calderita Vegana (2020) abordó de manera crítica lo que ocurría en la escena: “lo primero que hizo evidente esta pandemia es que dicha escena solo existe como un escenario de confluencia para la fiesta/música, más allá de eso no hay intenciones de construcción de nada, ni siquiera en beneficio de la misma escena”.

Como las actividades que usualmente se realizaban en el circuito punk cesaron durante varios meses, se tuvieron que llevar a cabo diferentes campañas para que los colectivos y actores culturales pudieran generar ingresos y mantener sus espacios. Asilo señala que este apoyo fue gracias a la solidaridad de las personas. Cabe mencionar que la palabra “apoyo” apareció 43 veces y “solidaridad” 15 veces en las entrevistas. Entre las actividades que se han realizado durante los meses de pandemia destacan el crowdfunding, a través de plataformas como Vaki; eventos para solicitar donaciones (lives, DJ sets, charlas, etc.), los domicilios (en caso de ser posibles); la venta de merchandise (tapabocas, camisetas, buzos, gorras o pines), el *streaming* con bandas y otras actividades que guardan relación con la solidaridad y el apoyo mutuo⁶. La mayoría de estos ingresos se destinó a cubrir arriendos y otros gastos operativos como el pago de la nómina y los servicios.

Varios de los entrevistados afirman haber participado en campañas solidarias creadas por ellos mismos o por otros actores del circuito punk o de otros espacios. Como ejemplos citan donaciones, ollas comunitarias o la asociación de grupos para lograr intereses comunes. Dicho esto, sobre el tema de la solidaridad y el apoyo mutuo surgido durante la pandemia La Valija de Fuego muestra una aproximación crítica:

Lo que pasa es que sí ha aumentado, pero hay una cosa que es complicada y es que aumenta desde la comodidad: yo doy porque me sobra o también como para mostrarse. es como un autoeslogan, como una

6 En el Anexo N° 6 se incluye un muestrario de algunas de estas iniciativas.

autoproclamación de que es una persona solidaria. Entonces pienso que la solidaridad también se vuelve como un espectáculo dentro de la pandemia (...) pero como que la gente no tiene una implicación real en los proyectos, muchas veces no, como que cree que lo único que sirve es ser donante (...) que la gente da de lo que sobra y no se involucran en los procesos, porque es que, o sea, nosotros no queremos que nos regalen la plata, nosotros pensamos el espacio como un espacio con una personalidad y que ese espacio genere una comunidad, que es lo vital para que esa comunidad venga a ese espacio físico, para nosotros es lo vital. Entonces nosotros no, digámoslo que la palabra apoyo mutuo se está utilizando sin primero, saber qué es el término y segundo, desde una concepción mercantilista (La Valija de Fuego, 2020).

En términos de ingresos y gastos de los colectivos con los que hemos hablado se ha manifestado una tendencia general a la reducción de los primeros y aumento de los segundos. De hecho, en las entrevistas hay una preocupación por los efectos que ha producido el Covid-19 y las transformaciones a las que se han enfrentado los actores de Chapinero, por ello, palabras como “ahora” y “antes” se repiten un total de 38 y 35 veces, respectivamente. De los espacios que hemos analizado, dos cerraron completamente (Antípoda y Mandrágora), cuatro cerraron durante el periodo de cuarentena estricta y retomaron actividades con restricciones (Asilo, 4 Cuartos, La Valija de Fuego y Jolly Roger), suplementando sus ingresos con ventas a domicilio o por canales digitales, otras dos mantienen la marca activa en redes sociales solamente (Antípoda y Mandrágora); Alterna cerró el espacio pero retomó operaciones unos meses después en otro espacio fuera de Chapinero, mientras que dos tuvieron que transformar su modelo de negocio (Asilo reabrió con servicios de restauración y no como discoteca, Bici Vurger se enfocó en abarcar más barrios con sus domicilios en lugar de asistir a eventos).

[42]

En cuanto a los gastos y los ingresos, el cambio mayor aparte del cierre de los espacios y la estrategia de llegar a otros lugares, ha sido que como nos dedicamos a vender comida (...) tuvimos que cambiar a buscar estrategias de combos, de promociones para hacernos atractivos porque ahora es más difícil llegar a la gente, antes era solo llegar a los lugares, ahora toca convencer a la gente que pida, convencer a la gente de que se programe en las rutas y redes que manejamos y llegarles con la comida. Ha habido muchos menos ingresos que antes y mucho más trabajo que antes (Bici Vurger, 2020).

Otros colectivos señalaron que al inicio de la pandemia sus ingresos se redujeron drásticamente, pero con el tiempo pudieron mantenerse a flote, como es el caso de La Valija de Fuego, Jolly Roger, 4 Cuartos, Mala Influencia y La Calderita Vegana.

En lo relativo a las ayudas estatales, solo uno de los entrevistados manifestó haber recibido apoyo desde la Cámara del Libro (un ente gremial). Tres de los espacios los solicitaron o se informaron al respecto, sin obtenerlos por razones sin especificar. El resto de los entrevistados afirma abiertamente no haberlos buscado. En cambio, los apoyos colectivos son prevalentes, tanto en lo relativo a campañas de crowdfunding como recibiendo donaciones de clientes y públicos, así como participando en actividades de apoyo colectivo, cediendo e intercambiando materiales o equipos, y tratando de cuidar el bienestar de trabajadores, aliados y personas afectadas por la pandemia. La importancia económica de estas redes podría ser menos relevante que los lazos de confianza y reciprocidad que fortalecen, según sugieren las entrevistas.

A la luz de estos hallazgos podemos comentar que los actores involucrados en la oferta del circuito punk de Chapinero han encontrado las dificultades en la transición a la virtualidad que

sostiene la literatura (Seetharaman, 2020), viéndose estas amplificadas por la naturaleza del circuito y su centralidad en la música en vivo, además de la dimensión política y de socialización informal que parecen ser parte de la identificación punk, si bien los gestores entrevistados se muestran ambivalentes ante lo positivo de tales prácticas. Se evidencia también que la solidaridad y apoyo mutuo se manifiestan de forma intensa en el circuito, corroborando el escenario que planteaba Davies (2020), en el que la organización de redes de apoyo entre colectivos y personas surgía como una reacción a la pandemia y sus efectos, además de para compensar las carencias o limitaciones de la acción estatal. Una proporción significativa de los espacios entrevistados han recurrido a sus clientes y públicos para sostenerse económicamente durante la pandemia, siguiendo distintos mecanismos, pero siempre apuntando a la reciprocidad y a un sentido de colectividad que sobrepasa la idea empresa-cliente.

Por último, aunque los entrevistados son ambiguos al responder sobre los efectos de la pandemia en la organización colectiva y mantenimiento de un discurso contestatario, como mínimo se puede afirmar que las prácticas económico-productivas ajenas al mercado que ocurrían en estos espacios se han visto suspendidas o limitadas. Ciertamente, ni toda la escena contracultural es punk ni toda la escena punk es contracultural, ni los espacios ni las personas que conforman el circuito pueden asumirse como parte de un mismo discurso o militancia ideológica; resultando en una situación paradójica en la que es necesario profundizar más antes de proponer conclusiones.

La demanda en el circuito punk de Chapinero: Encuesta a los públicos y participantes

En esta sección presentamos los resultados de la encuesta a los participantes en el consumo cultural del circuito punk de Chapinero. Para esto se desarrolló un instrumento en el que se les consultaba por su participación en espacios del circuito punk de Chapinero durante 2019, la frecuencia de su asistencia, el tipo de actividades desarrolladas en estos espacios y otras formas de consumo anteriores a la pandemia. También se incluyeron preguntas sobre los cambios en su participación cultural durante el periodo de restricciones estrictas debidas a la cuarentena por la emergencia sanitaria del covid-19, un periodo correspondiente a abril y julio de 2019. Finalmente, se indagó por sus preferencias musicales y participación cultural amplia (asistencia a conciertos, galerías y museos, lecturas, etc.) usando un cuestionario basado en Sullivan (2001) y Zimdars et al (2009). La encuesta fue respondida por 167 personas, con un 2% de formularios incompletos, entre el 8 y el 20 de octubre de 2020. La encuesta se difundió en las redes sociales de los semilleros de investigación participantes en esta investigación e informalmente entre los contactos de los investigadores, atendiendo al diseño muestral no probabilístico.

Los participantes de la encuesta pueden considerarse jóvenes adultos, pues el 62.6% de ellos se encuentran entre los 18 y 32 años. Un 32.82% tiene de 16 a 22 años, 15.27% de 23 a 27, 15.27% de 28 a 32, 9.16% de 33 a 35, 16.79% de 36 a 40, 6.87% de 41 a 45 y 3.81% de 46 en adelante. Se trata de una distribución heterogénea, con picos predecibles en torno a las edades de estudio universitario, lo que podría corresponder al sesgo muestral debido a que la encuesta se circuló en las redes de estudiantes y profesores universitarios. Sin embargo, la distribución no deja de ser consistente con los datos que se tiene para la participación de los consumidores de música en vivo. Según el Censo de la Música en Vivo, el 41% de las personas que asisten a conciertos tienen entre 20 y 30 años, el 31% entre 30 y 40 y el 21% tiene 40 o más años (Censo de Música en Vivo Bogotá, 2019).

La distribución de género es análoga a la de otros circuitos y de la oferta de música en vivo en Bogotá. En el censo de la música en vivo de Bogotá estos porcentajes fueron de 55,8% hombres, 44% mujeres y 0,2% intersexuales (Censo de Música en Vivo Bogotá, 2009). Estos resultados contrastan con lo observado en la oferta de música en vivo. El 70% de las personas entrevistadas para esta investigación como gestores o representantes de los espacios del circuito punk de Chapinero se identifican como hombres. Los datos del censo de música en vivo también identifican esta subrepresentación, con un 81,6% de hombres y un 18,1% de mujeres entre los agentes que participan en la oferta de música en vivo en Bogotá.

En cuanto a la residencia, solo el 24.43% de la muestra vive en Chapinero, mientras el 61.07% lo hace en otro barrio de la ciudad y el 14.5% vive fuera de Bogotá. La mayoría de las personas que participan en el circuito punk de Chapinero se desplazan al mismo desde otros barrios, pues solo el 27% de las personas que participó en uno o más de los espacios del circuito punk en Chapinero durante el año 2019 residen en el mismo barrio. Esto confirma la gravitación de Chapinero como articulador espacial de la escena punk en Bogotá, por lo que el circuito se nuclea en torno a este. De hecho, en las entrevistas que realizamos a dos de los actores de Chapinero (Mandrágora y La Calderita Vegana), se manifiesta la centralidad del punk en esta localidad obedeciendo a la lógica de ser un sector privilegiado, de clase media, masculino y blanco/mestizo.

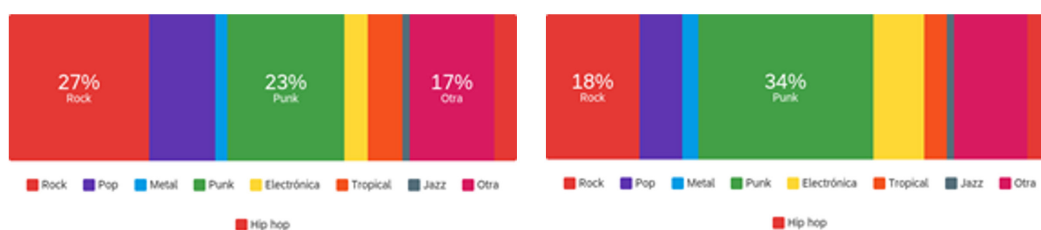
Para conocer las preferencias musicales de los participantes, se les preguntó por el género musical que mejor represente la música que escuchan en un día normal y por el género musical que mejor represente a la mayoría de conciertos y shows en vivo a los que asistieron en 2019. A continuación, presentamos estos resultados.

[44]

Figura N° 4. Preferencias musicales manifestadas a partir del consumo habitual de música grabada y asistencia a shows en vivo

3a. Género musical escuchado en un día normal

3b. Género musical de los conciertos a los que asistió en 2019



Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar que tanto en el consumo de música grabada como en el de música en vivo, los géneros predilectos para la muestra son el punk y el rock, sumando el 50% y 52% respectivamente. En el caso de la música grabada, el punk es el segundo género predilecto por detrás del rock, con una diferencia de apenas cuatro puntos, mientras que en el caso de la música en vivo es el primero con casi quince puntos de distancia respecto al segundo. Estos resultados son consistentes con los del Censo de la Música en Vivo, en los que el 56% de los censados manifiestan preferencia por el rock, con el 32% indicando que prefieren la música alternativa e indie (Censo de la Música en Vivo

Bogotá, 2019). El censo no incluye una categoría específica para el punk, pero es concebible que este sería un subconjunto de estas dos categorías.

Es interesante notar que en ambos casos el punk no supera el 35% de las preferencias entre la muestra. Esto puede indicar la fluidez del circuito, en tanto a la diversidad de los participantes del circuito y la música de su preferencia; además reforzando la hipótesis respecto a que la construcción de la identidad punk se complementa con otras formas de participación cultural (lecturas, charlas, moda, alimentación). Esto es particularmente relevante para el caso de un circuito, que tiene unas fronteras y códigos más laxos que en el caso de la militancia en una escena. Por otro lado, la sobrerrepresentación del punk podría ser un efecto de la demanda experimental, al haberse circulado la encuesta anunciando que es parte de una investigación sobre este circuito. También se podría estar produciendo un sesgo muestral, por los canales elegidos y porque de algún modo, al haber participado en la organización de conciertos, charlas, debates y conversatorios sobre punk, el semillero de investigación que participa en este proyecto podría considerarse parte del circuito. Es más, al haberse preguntado en la encuesta por espacios de participación en el circuito punk de Chapinero, algunas personas indicaron que habían asistido a eventos de la universidad donde se encuentra vinculado el semillero.

En cuanto a los consumos culturales que van más allá de lo musical, se incluyó en la encuesta una pregunta de participación cultural basada en escalas habitualmente usadas para medir el capital cultural. Los resultados se presentan en el Anexo N° 5, y en estos se observa una alta dispersión en la participación cultural de la muestra, lo que nos permite remarcar la diversidad de prácticas y actividades que hacen a la identidad punk. Es más, las actividades con mayor porcentaje de respuestas no son artísticas (participar en una protesta, realizar actividades al aire libre o pasar un fin de semana fuera de la ciudad), exceptuando la lectura como actividad de esparcimiento. En este caso, el 13.93% de los participantes afirma haber leído por placer al menos tres veces durante 2019. Es un porcentaje que podría estar reflejando algún sesgo muestral, ya que la encuesta se difundió desde y en las redes del equipo de investigación. En el caso de la participación en protestas, el 13.99% afirma haberlo hecho el año pasado. Esto puede obedecer a tres razones: 1. El componente contracultural y contestatario que hace parte del punk como identidad, 2. Lo saliente que fueron en el discurso público los paros y protestas estudiantiles en 2018 y 2019 en Colombia, 3. Un sesgo de demanda experimental, al tratarse de una investigación promovida desde el semillero Música y Resistencia. De todas maneras, sobre la participación en la protesta social, la entrevista realizada a Mala Influencia (2020) manifestaba la cercanía del punk con los procesos de acción colectiva. Sin duda estos resultados son indicios que abren preguntas de investigación que profundicen en las características de esa participación política. En este artículo nosotros contamos con argumentos para sostener que las restricciones a la circulación y reunión debidas a la cuarentena limitan las posibilidades de organizarse, deliberar y protestar en el espacio público. Es evidente que esta parte de la participación de los consumidores y agentes en el circuito punk de Chapinero no ha podido ser reemplazada durante la pandemia, con los efectos políticos subsecuentes. Es algo que podemos confirmar también desde la perspectiva de la oferta, pues los representantes y gestores de los espacios que hemos entrevistado señalan similares efectos.

La escala que utilizamos para medir la participación cultural se deriva de mediciones del capital cultural introducidas por Sullivan (2001). Haber elegido ese instrumento nos permite notar en los resultados que algunos de los porcentajes de respuesta más altos están relacionados con recursos de

capital cultural de la clase dominante (Bourdieu, 1986), como es el caso de visitar galerías de arte, asistir a obras de teatro o leer por placer. En la muestra vemos que el 8.72% dice haber asistido al menos tres veces a una galería de arte en 2019, un 5.03% vio una obra de teatro en el mismo año, 3.69% tomó clases en alguna disciplina artística, el 4.03% asistió a un festival de cine y el 13.93% leyó por placer. Si bien es cierto que no se ha incluido ítems para actividades culturales consideradas de menor jerarquía, consideramos que si el 10.91% de la muestra, uno de los mayores porcentajes en la pregunta de participación cultural, indica que pasó algunos días fuera de Bogotá en una finca, podemos inferir un sesgo muestral hacia una población con recursos de capital económico afines a estratos altos; quizás análogo a la distribución de estratos socioeconómicos que se observa en una universidad privada de Bogotá como a la que está afiliado el semillero de investigación. De todos modos, si bien su nivel socioeconómico se podría vincular a los estratos acomodados, las prácticas políticas y estéticas de la muestra corresponden a un campo contracultural politizado (participación en protestas, voluntariados), con características afines a la distribución de edad (actividades físicas, moda, tatuajes) y del circuito punk (asistencia a conciertos, cineforos).

La saliencia de actividades como visitas a galerías y museos, asistencia a conciertos, festivales y teatros incide en la importancia del espacio físico para la articulación de la identidad punk a partir de la participación en el circuito. Es también interesante notar que un 9.9% dice haber asistido a conciertos de artistas que no conocían, lo que muestra la importancia del espacio como ámbito de difusión y descubrimiento de artistas que podrían no poseer acceso a otros canales para difundir su obra; algo que también mencionaba en su entrevista Asilo (2020). Esto es consistente con los resultados del Censo de Música en Vivo de Bogotá, pues un 55.7% de los participantes dicen descubrir nuevos artistas y nueva música en eventos y conciertos (Censo de la Música en Vivo Bogotá, 2019).

[46]

Volviendo al análisis de los espacios y su centralidad en el circuito punk de Chapinero, se incluyó en la encuesta preguntas sobre los sitios a los que se asistió y la frecuencia de esas visitas. Estos resultados se presentan con detalle en el Anexo N° 5, y en ellos se puede observar que el 85% de la muestra ha participado en al menos uno de los espacios incluidos en la investigación. El 15% restante comprende: a las personas que no han participado en estos espacios al no identificarse como parte del circuito o no estar interesadas en el punk, además de aquellas personas que viven fuera de Bogotá. Esto nos permite validar la importancia del circuito punk de Chapinero en la articulación amplia de la escena, resaltando además el rol de los múltiples espacios que lo conforman, ya que los quince incluidos en la cartografía y en la encuesta han sido visitados en 2019 por las personas encuestadas.

Con un 14.09% y un 13.39% de las respuestas respectivamente, Asilo Bar y La Valija de Fuego son los espacios más visitados. Se trata también de los más antiguos, consolidados y visibles de estos, gestionados por personajes reconocidos y con trayectoria en el circuito. Ambos son espacios de circulación, consumo y socialización, pues organizan eventos y comercializan productos, además de ser lugares donde las personas a menudo acuden para encontrarse y socializar informalmente. Son además dos casos distintos en cuanto a la afectación que sufrieron por la pandemia, pues Asilo es una discoteca que ni puede ofrecer sus servicios a domicilio ni reiniciar sus actividades (a pesar de que lo hayan hecho como restauración, mas no como discoteca), mientras que La Valija de Fuego ofreció ventas a domicilio desde muy temprano en la pandemia, amplió su oferta a alimentos (en alianzas con otros espacios) y finalmente retomó sus operaciones en su espacio físico. Esto nos ayuda a comprender el alcance y heterogeneidad de los efectos del Covid-19 en el circuito, pues el espacio

más visitado en 2019 ha cesado operaciones durante la cuarentena, sin opciones de digitalizar sus servicios. Es más, Antípoda y BBar, tercer y cuarto espacios más visitados con 8,08% y 8,55%, han cerrado al no poder seguir costeadando sus costos fijos durante el periodo de cuarentena. Los dos son espacios de circulación, consumo, apropiación y socialización.

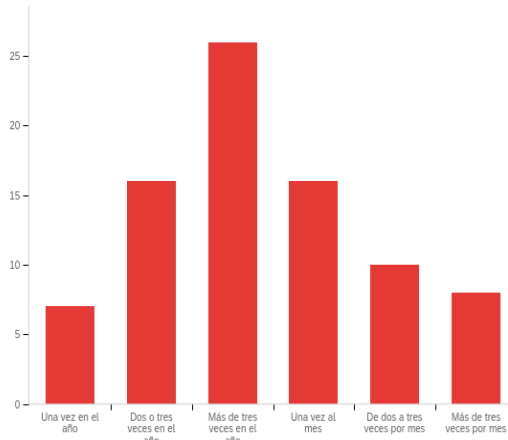
La encuesta incluyó una pregunta abierta sobre la participación en otros espacios del circuito punk de la ciudad, situados o no en Chapinero. Se decidió hacerlo considerando que los circuitos no siempre coinciden con las demarcaciones geográficas oficiales, por lo que el criterio de limitarse al distrito de Chapinero podría ser un tanto arbitrario. Sin embargo, la pregunta no generó resultados que nos llevaran a considerar la inclusión de otros espacios. Los criterios seguidos para esta decisión son: 1. Ninguna respuesta tuvo una frecuencia mayor a una mención, 2. Se trata de espacios que si bien se identifican con el punk cerraron en 2019 (Cacre House, Casa Zeb), 3. Solo ocasionalmente realizan eventos relacionados con el circuito punk (Latinopower, El Caney del Tamarindo, Púrpura)⁷. Algunos encuestados indicaron haber participado en otros espacios en barrios diferentes (“más al sur de la ciudad”, “al sur”), sin especificar el lugar o su nombre.

Se midió la frecuencia de participación de la muestra en estos espacios por medio de dos preguntas, pidiéndoles reportar el número de visitas realizadas en 2019 al espacio al que acudieron con mayor frecuencia, y el número de visitas que realizaron en ese mismo periodo al espacio que menos frecuentaron. Se puede observar que la frecuencia de asistencia a los sitios menos visitados fue de una vez en 2019 (67.47% de la muestra), mientras que en el caso de los más visitados el 19.28% reporta haber asistido al menos dos o tres veces en el año, 31.33% más de tres veces en el año y 19.28% una vez al mes. Si bien el instrumento tiene una sensibilidad limitada, es posible afirmar que la participación en los espacios del circuito punk es intensa. De hecho, la distribución de las respuestas parece tener un ligero sesgo hacia las opciones de mayor frecuencia (varias veces al mes). Esto podría tratarse de un efecto muestral, habiendo circulado la encuesta entre personas que participan de manera más habitual en el circuito. Presentamos estos resultados a continuación.

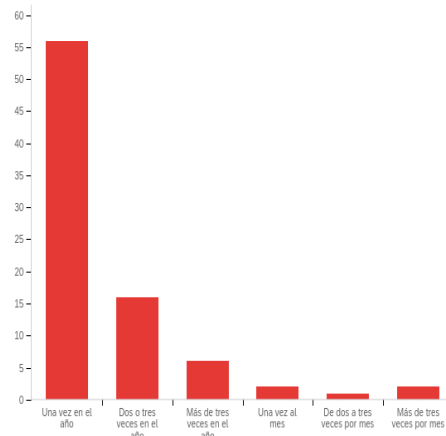
7 La lista completa de los otros espacios mencionados es: Púrpura, Cacre House, Casa Bukowski, El Caney del Tamarindo, La Hoguera, Visaje Graffiti, Radio Transistor, Elektra Food, Grange Bar, La Bogarage, Chronicle, Das Haus, Evento realizado en la Javeriana, Concierto móvil de punk durante las movilizaciones, Eskuater, Latinopower, Casa Zeb.

Figura N° 5. Frecuencia de participación (asistencia, consumo) en los espacios del circuito punk de Chapinero en el año 2019

5a. Frecuencia de participación más alta reportada



5b. Frecuencia de participación más baja reportada



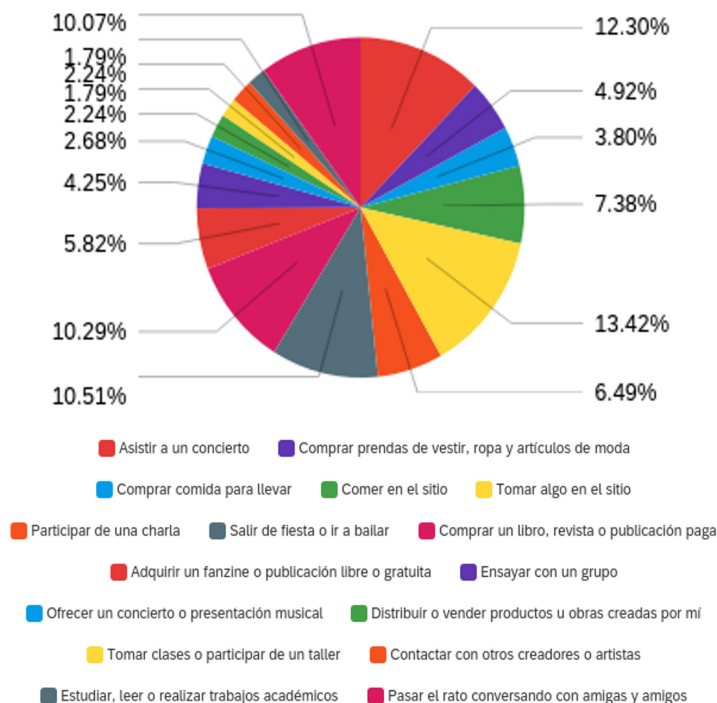
Fuente: Elaboración propia.

[48]

Cabe recalcar que el 80% de los espacios incluidos en el cuestionario son físicos y de estos casi la mitad han cerrado de forma temporal o definitiva, alcanzando con su cierre al menos al 35% de la participación reportada por la muestra. Estas cifras se corresponden con evidencia de otros contextos. Por ejemplo, un 34% de los artistas encuestados en Inglaterra afirmaron que están considerando abandonar definitivamente el sector cultural hasta finales del año y un 41% ya no tendrá ingresos relacionados con las artes en esta gestión (Musicians' Union, 2020). Esto nos indica que, en términos de volumen e intensidad de participación, si no necesariamente económicos, el efecto del Covid-19 en el circuito punk de Chapinero es al menos comparable con el de otros circuitos y/o el sector artístico en general.

Con respecto al tipo de actividades realizadas en los espacios, se incluyó una pregunta para explorar los distintos tipos de participación cultural en el circuito, detallando 16 actividades. Las respuestas de la muestra nos permiten notar una importante dispersión entre las actividades realizadas en estos espacios. Cada persona podía elegir todas las actividades necesarias de la lista presentada en la encuesta, enfocándose en el año 2019 y en los espacios que había mencionado haber visitado en la pregunta anterior. Las actividades con mayor frecuencia de respuesta fueron: Tomar algo en el sitio (13.42%), Asistir a un concierto (12.30%), Salir de fiesta o ir a bailar (10.51%), Comprar un libro, revista o publicación paga (10.29%), Pasar el rato con amigas y amigos (10.07%), mientras el resto de las opciones tienen menos del 6% de frecuencia. En la figura de abajo se incluyen las respuestas de la muestra.

Figura N° 6. Tipos de actividades realizadas en los espacios del circuito punk de Chapinero visitados en el año 2019



Fuente: Elaboración propia.

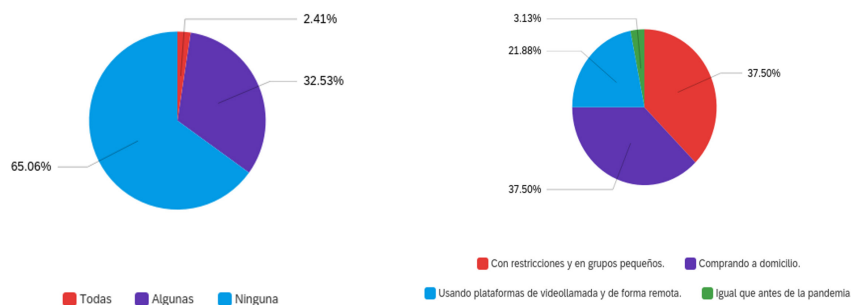
Se observa que tres de las cinco actividades corresponden a la socialización informal y no pueden realizarse aún o de forma virtual (Tomar algo en el sitio, Salir de fiesta o ir a bailar, Pasar el rato con amigas y amigos), sumando un 34%, al que se podría adicionar la asistencia a conciertos (12.3%), dado que solo puede realizarse de forma remota y usualmente en solitario. La evidencia existente muestra que en Bogotá al menos un 82% de las personas sondeadas asisten a conciertos acompañadas (Censo de la Música en Vivo Bogotá, 2019), por lo que la cifra de actividades que no han podido reiniciarse o reemplazarse en los espacios del circuito punk de Chapinero, a causa de la emergencia sanitaria del covid-19, podría ser bastante más alta. Es más, la cifra supera el 52% si se toma en cuenta actividades que dependen del espacio físico por instalaciones y equipos (Ensayar con un grupo musical, Contactar con otros creadores) o que solo se han podido reemplazar parcialmente (Asistir a charlas, Tomar clases, Vender obras de creación propias).

Buscando profundizar sobre los efectos específicos de la pandemia en los patrones de comportamiento y actividades de consumo y producción cultural, en la encuesta se incluyó una pregunta sobre la continuidad de las actividades reportadas en 2019, cómo se prosiguió con estas y cuáles fueron las limitaciones encontradas en este proceso. Las gráficas de abajo recopilan esta información.

Figura N° 7. Continuidad de las actividades de participación en el circuito punk de Chapinero durante las restricciones debidas a la emergencia sanitaria

7a. ¿Has seguido realizando las actividades mencionadas anteriormente entre los meses de abril y julio de 2020, correspondientes a las restricciones de la cuarentena por la pandemia del covid-19?

7b. ¿Cómo has continuado realizando las actividades que mencionaste en la pregunta anterior?



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de estas preguntas confirman los hallazgos de ítems precedentes, pues el 65.06% de la muestra afirma no haber continuado con ninguna de las actividades de participación en el circuito punk de Chapinero, mientras el 32.53% pudo continuar con algunas y apenas el 2.41% reporta haber continuado con todas sus actividades sin cambios debido a la pandemia. Entonces, si comparamos ese 97% de interrupción total o parcial con los tipos de actividades reportados en la Figura N° 6, se puede inferir que incluso aquellas actividades que han podido trasladarse a canales remotos (virtuales o domicilios) o reactivado con restricciones (aforos reducidos, medidas de bioseguridad), no parecen representar una equivalencia en la percepción de los participantes encuestados. Esto es, que existen factores relacionados con el espacio o el encuentro con otros sujetos en estos sitios, que están ausentes en las condiciones de participación debidas a la pandemia, por lo que no pueden ser reemplazados incluso si es que las actividades económicas se reinician.

[50]

En lo relativo a las condiciones bajo las que se ha dado continuidad a estas actividades, entre aquellas personas de la muestra que afirman haber proseguido con ellas, vemos en la Figura N° 7b, que un 96% lo ha hecho siguiendo las medidas de seguridad sanitaria recomendadas. Esto es, con restricciones relativas al tamaño de los grupos y distancia social (37.5%) o desde casa, sea comprando a domicilio (37.5%) o por medio de plataformas de videollamada (21.88%). No tenemos el detalle del tipo de actividades que se realizaron por estas plataformas digitales, por lo que podrían incluir algunas de producción, otras de consumo, laborales, de esparcimiento, etc. De todos modos, es posible sostener que como mucho un 21.88% de las actividades de participación del tipo conciertos, charlas, talleres y otras similares de socialización y consumo cultural, se han podido retomar o sustituir durante la pandemia. Esta es una cifra consistente con el 32% que en la Figura N° 7a indica haber podido continuar con algunas actividades de participación. Además, las principales limitaciones percibidas al intentar continuar o retomar actividades que la muestra señala como las más importantes son: 1. las restricciones de movilidad y de operación de los establecimientos, 2. los protocolos de bioseguridad (aforos reducidos, distanciamiento social), 3. el autocuidado y cuidado de los otros, 4. temor al contagio y 5. factores económicos.

Estas respuestas vuelven a incidir en la importancia del encuentro con los otros y la pérdida de algunos elementos, incluso si se puede acceder a los espacios bajo condiciones restringidas. Por ejemplo, una de las personas encuestadas respondió: “se perdió mucho el sentido de lo que se hacía.

Principalmente porque siempre iba con al menos un amigx. El tema del distanciamiento, no poder parchar como antes ha hecho que nos relacionemos distinto y pues encontrarnos en estos lugares como antes ya no supone lo mismo”. Un mensaje que encuentra resonancia en las limitaciones para reunir personas y la recurrencia en torno a que los espacios “estuvieron cerrados”, que menciona un 43% de la muestra, remarcando lo que inferimos en torno a la percepción de que la ausencia del espacio físico no ha podido ser suplida mediante canales remotos. Más aún, las respuestas obtenidas de los agentes involucrados en la producción y oferta cultural del circuito también reconocen que la sustitución de las actividades y formas de participación han sido imperfectas, ya sea por las limitaciones en los aforos o por la imposibilidad de trasladar elementos intangibles de la socialización informal a plataformas electrónicas.

CONCLUSIONES

En este trabajo hemos analizado los efectos de la pandemia del Covid-19 en el circuito punk de Chapinero. En primer lugar, hemos abordado el circuito punk a partir de la territorialidad nómada, donde las personas circulan por diversos espacios generando un sentido que caracteriza al circuito. Hemos identificado y descrito a los agentes que componen la oferta, situándolos en una cartografía, así como a los públicos y consumidores que participan en estos espacios. En el proceso de operacionalización de este concepto hemos seguido a Magnani (2014), quien en su delimitación del circuito sostiene que las personas deben reconocerse; en nuestro caso, reconocerse punk. Los resultados de nuestro trabajo de campo sugieren que la idea de circuito punk de Chapinero se puede problematizar, en tanto no todas las personas que participan en el mismo se consideran punk, y porque algunos gestores o propietarios de espacios muestran reparos ante la etiqueta o cuestionan la idea de una escena.

También se ha podido ver que la delimitación territorial de Chapinero podría ser necesaria pero no suficiente para comprender al circuito, pues varios de los agentes de la oferta carecen de un espacio físico o se han mudado fuera del barrio. Igualmente, algunos consumidores que se identifican como punk indican haber asistido a espacios fuera de la localidad. La idea de una territorialidad nómada se potencia en esta intuición, ya que el 61% de los consumidores encuestados no reside en Chapinero, por lo que la participación en el circuito implicaría a personas que viven en otras localidades. Más aún, ese nomadismo se plasma en una participación fluida y diversa en el circuito, ya que solo el 35% de los participantes encuestados reporta que el punk es la música que escucha más a menudo. Esto soporta nuestra hipótesis respecto a que la construcción de la identidad punk se complementa con otras formas de participación cultural además de la musical. Cuando Magnani (2014) desarrolla el concepto de circuito también apunta a esto, ya que un circuito implica la participación de sujetos cuyo reconocimiento es tan solo parcial. En suma, por un lado, esta evidencia ratifica la idoneidad del abordaje conceptual usado, mientras por el otro, invita a profundizar en la elaboración de categorías de identificación que capturen ese reconocimiento como punk.

Respecto a la pregunta que moviliza esta investigación, con información obtenida a partir de una serie de entrevistas con gestores de los espacios culturales y los consumidores que componen el circuito, hemos explorado los efectos de la pandemia, desde dos perspectivas: la económica y la política. En cuanto a lo económico, aunque las entrevistas incluyeron preguntas sobre los cambios en sus modelos de negocio, costos e ingresos, las actividades con las que generaron ingresos durante la pandemia, su acceso a apoyos estatales y participación en iniciativas de apoyo mutuo,

las respuestas fueron a menudo anecdóticas, por lo que no podemos plantear un análisis más profundo a partir de ellas, que sin embargo incluimos con detalle en el Anexo N° 4. De todas formas, es evidente que el circuito ha visto limitadas sus actividades económicas, con consecuencias como cierres, reducciones de tamaño y transformaciones conducentes a la subsistencia. Las entrevistas también resaltan la participación menos frecuente de los públicos (por reducción de ingresos o autocuidado), reflejando esa contracción. La encuesta a los consumidores reporta que hasta un 65% no ha continuado participando en el circuito debido a la pandemia, con un 34% que no ha podido sustituir esas actividades al depender del espacio físico y del encuentro con otras personas para la socialización informal. Tanto en la oferta como en la demanda encontramos que factores relacionados con el espacio y las interacciones de los sujetos se perciben ausentes en sus sucedáneos remotos o de operación presencial bajo las restricciones sanitarias, por lo que no pueden ser reemplazados.

En términos políticos, las entrevistas abordan la preocupación por los temas espaciales, identificando los aportes de la gente, personas, amigos, redes y parche, lo que se conecta con nuestra caracterización del circuito y la participación en el mismo. Desde la oferta cultural se evidencia un cuestionamiento a la utilización de lo virtual, señalando que no es el lugar desde donde debería operar la contracultura. Esta dimensión crítica no se presenta de forma explícita en los resultados de la encuesta a los consumidores. Sin embargo, todos los gestores entrevistados decidieron proponer alternativas de participación digital durante la pandemia, usualmente en busca de recursos (campañas de *crowdfunding*, venta de *merchandise*, conciertos en *streaming*).

[52]

Algunos de los gestores entrevistados se muestran críticos con la posible correspondencia entre el circuito y la escena punk, dada la centralidad de los conciertos y las interacciones grupales en espacios de socialización informal (los parches). Las principales críticas apuntan a la falta de construcción de otras propuestas y formas de expresión, a las cargas patriarcales y la perpetuación de estereotipos (relación del punk con la calle, la violencia, bebida, delincuencia). Un aspecto saliente y común a todos los gestores entrevistados ha sido el de la formación de redes de apoyo mutuo y solidaridad con otros colectivos. No solo en lo que corresponde a la subsistencia de sus espacios, recurriendo a donaciones y contribuciones de sus consumidores, sino articulándose con iniciativas como ollas comunitarias, acopio de material de bioseguridad, etc. No contamos con evidencia en torno a estas actividades desde los consumidores.

Las recomendaciones para próximos esfuerzos de investigación en esta línea se enfocan en aspectos relacionados con el muestreo y el estudio de públicos y consumidores. Para entender las particularidades de los participantes del circuito punk de Chapinero sería valioso robustecer la estrategia muestral, contemplando temas de edad, estrato y género, para evitar los sesgos que potencialmente pueden estar manifestándose en nuestros resultados. También se recomienda ampliar el horizonte temporal, incluyendo preguntas sobre la participación en el circuito en 2017 y 2018, de modo que la cartografía englobe aquellos espacios que han desaparecido en el último par de años, quizás capturando de mejor manera la naturaleza volátil y nómada del circuito. De igual modo, se pueden incorporar variables más diversas y detalladas en cuanto a las lecturas, alimentación, preferencias de moda y participación política en el instrumento. Preguntas sobre la participación en otras escenas permitirían comprender potenciales de polinización cruzada, además de iluminar las características de consumo cultural transversales a estas. Por ejemplo, permitiéndonos comparar los circuitos punk y hip hop, con el detalle de las actividades que se realizan,

sus frecuencias e intersecciones; llevándonos a profundizar en la caracterización de cada circuito. Finalmente, es necesario cuestionar la delimitación oficial del circuito y su correspondencia con las fronteras distritales del barrio de Chapinero, incluyendo en el análisis, de forma sistemática, ámbitos y espacios de irradiación del circuito punk hacia el Centro, Teusaquillo o Barrios Unidos, de modo que podamos ahondar en las características de territorialidad nómada específicas al punk.

ANEXOS

Los anexos mencionados en este trabajo están disponibles en línea en la siguiente dirección:

<https://drive.google.com/file/d/1V27apC5f2hxfEyiI7-3H2EvE0Jc98RfL/view?usp=sharing>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arbeláez, S. (2010). *Guitarras, bares y melenas: el metal underground en Bogotá*. Tesis de pregrado. PUJ.
- Australian Bureau of Statistics (2009). *Music Attendance in Australia*. <https://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/featurearticlesbyCatalogue/FC492ED6D9225A39CA2577C00013BCB2?OpenDocument#PARALINK4>
- Barro, R. J., Ursúa, J. F., & Weng, J. (2020). *The coronavirus and the great influenza pandemic: Lessons from the "spanish flu" for the coronavirus's potential effects on mortality and economic activity* (No. w26866). National Bureau of Economic Research.
- Bennett, A., & Guerra, P. (2018). Rethinking DIY culture in a post-industrial and global context. *DIY cultures and underground music scenes*, 1-15.
- Bennett, A., & Peterson, R. A. (Eds.). (2004). *Music scenes: local, translocal and virtual*. Vanderbilt University Press
- Bilton, C. (2017). *The disappearing product: Marketing and markets in the creative industries*. Edward Elgar Publishing.
- Bourdieu, P. (2011). The forms of capital.(1986). *Cultural theory: An anthology, 1*, 81-93.
- Bovitz. (2014) *U.S. Live Attendance Study*. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/LiveAnalytics/us-live-event-attendance-study>
- Brunt, S., & Nelligan, K. (2020). The Australian music industry's mental health crisis: media narratives during the coronavirus pandemic. *Media International Australia*.
- Canales, Jorge (2017) *Diez años de punk en Chile. De los circuitos del underground artístico a la autogestión (1986-1996)*. Tesis de posgrado. Universidad Alberto Hurtado
- Censo de música en vivo de Bogotá (2019). *Principales hallazgos del censo de música en vivo de Bogotá*. Alcaldía de Bogotá.
- Correa Montoya, C. E. (2007). *Bogotá punk-una aproximación al movimiento punk y sus integrantes*. Tesis de pregrado. Uniandes.
- DANE (2020a). *Indicador de Seguimiento a la Economía. Cuentas nacionales: Principales resultados Julio 2020*. DANE. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/presentacion_ISE_julio2020.pdf
- DANE (2020b). *Tercer Reporte de Economía Naranja*. DANE. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/3er-reporte-economia-naranja-2014-2019.pdf
- Davies, K. (2020). Festivals Post Covid-19. *Leisure Sciences*, 1-6.
- Deleuze, G. & Guatari, F. (1987). *A thousand Plateaus*. Continuum.
- Departamento Nacional de Planeación DNP. (2019) *Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022: Pacto por Colombia, pacto por la equidad*. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>
- Feige, E. L. (1990). Defining and estimating underground and informal economies: The new institutional economics approach. *World development*, 18(7), 989-1002.
- Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. Available at SSRN 3557504.
- Gagnol, L. (2011). Le territoire peut-il être nomade? Espace et pouvoir au sein des sociétés fluides et mobiles, *L'Information géographique* 75(1), 86-97.
- Guerra, P., & Silva, A. S. (2015). Music and more than music: the approach to difference and identity in the Portuguese punk. *European Journal of Cultural Studies*, 18(2), 207-223.
- Hancock, B. H., & Lorr, M. J. (2013). More than just a soundtrack: Toward a technology of the collective in hardcore punk. *Journal of Contemporary Ethnography*, 42(3), 320-346.
- Hortua, G. (2013). *Bullets, Drugs, and Rock and Roll: Colombian Punk Rock, Heavy Metal Culture in a Time of Revolt and Terrorism, 1979-1995*. University of California, Irvine.
- Hunt, G., Moloney, M., & Evans, K. (2010). *Youth, drugs, and nightlife*. Routledge.

- IFPI. International Federation of the Phonographic Industry (2019). *IFPI Global Music Report 2019*. Recuperado de: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/07/Global_Music_Report-the_Industry_in_2019-en.pdf
- Kropff, L. (2011). Los jóvenes mapuche en Argentina: entre el circuito punk y las recuperaciones de tierras. *Alteridades*, 21(42), 77-89.
- Lenzen, M., Li, M., Malik, A., Pomponi, F., Sun, Y. Y., Wiedmann, T. Faturay, F, Fry, J., Gallego, B, Gerschke, A., Gómez-Paredes, J., Kanemoto, K, Kenway, S, Nansai, K, Propenko, M.m Wakimaya, T, Wang, Y & Yousefzadeh, M. (2020). Global socio-economic losses and environmental gains from the Coronavirus pandemic. *PLoS one*, 15(7), e0235654.
- Letson, J. D. (2020). Stay punk!! Stay free!! Subcultural identity, resistance and Covid-19 in northern Japan. *Punk & Post-Punk*.
- López, V.S. (2015) Del azar a la práctica: Una cartografía del underground porteño de los 80, *Afuera: Estudios de Crítica Cultural*, 1-13.
- Magnani, José Guilherme C. (2014) Circuito: propuesta de delimitación de la categoría, *Ponto Urbe* [Online], 15. <https://doi.org/10.4000/pontourbe.2047>
- Mendoza Cardenas, W. A. (2019). Más allá del ruido; Construcción identitaria y de subjetividad política en militantes de la Organización RASH Bogotá a partir del género musical Punk. Tesis de pregrado. USTA.
- Ministerio de Cultura de Colombia (2019). *ABC Economía Naranja*. MinCultura.
- Musicians' Union. (2020). *Coronavirus Presses Mute Button on Music Industry*. : <https://www.musiciansunion.org.uk/Home/News/2020/Sep/Coronavirus-Presses-Mute-Button-on-Music-Industry>
- National Independent Venue Association (2020). *Covid-19 Policy and Fact Sheet*. <https://static1.squarespace.com/static/5e91157c96fe495a4baf48f2/v/5edef4ab8d0d2c0d8e9fb8cb/1591669933173/NIVA+Policy+and+Fact+Sheet.pdf>
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M. & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus and COVID-19 pandemic: a review. *International Journal of Surgery* 78, 185-193.
- O'Connor, A. (2002). Local scenes and dangerous crossroads: punk and theories of cultural hybridity. *Popular Music*, 225-236.
- Pollstar. (2020) *Pollstar projects 2020 total box office would have hit \$12.2 billion*. Recuperado de: <https://www.pollstar.com/article/pollstar-projects-2020-total-box-office-would-have-hit-122-billion-144197>
- Rodríguez, J. P. (2019). "hoy me levanté, miré por la ventana y voy a vivir de esto": el rock y el pop independiente en Bogotá. Tesis doctoral. Universidad Externado de Colombia).
- Rodríguez-Ulloa, O. (2015) *Pertenencias pasajeras. La escena subterránea en Perú durante los años ochenta*. Tesis doctoral. Universidad de Columbia
- Salcedo, M.T. (2012). Escritura y territorialidad en la cultura de la calle. En Eduardo Restrepo y María Victoria Uribe (comps.) *Antropologías transeúntes*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia, pp. 157-194.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Sage publications.
- Seetharaman, P. (2020). Business models shifts: Impact of Covid-19. *International Journal of Information Management*, 54, 102173.
- Shuker, R. (2016). *Understanding popular music culture*. Routledge.
- Sim, J., Cho, D., Hwang, Y., & Telang, R. (2020). Virus shook the streaming star: Estimating the covid-19 impact on music consumption. *Available at SSRN 3649085*.
- Sullivan, A. (2001). Cultural capital and educational attainment. *Sociology*, 35(4), 893-912.
- Thornton, S. (1996). *Club cultures: Music, media, and subcultural capital*. Wesleyan University Press
- UNESCO (2009). *The 2009 UNESCO framework for cultural statistics (FCS)*.
- Zimdars, A., Sullivan, A., & Heath, A. (2009). Elite higher education admissions in the arts and sciences: Is cultural capital the key?, *Sociology*, 43(4), 648-666.

[54]