

---

<https://info.nodo50.org/Politicasyesteticasacerca-de-la.html>



**Servando Rocha**

- Noticias - Noticias Destacadas -



Fecha de publicación en línea: Lunes 26 de enero de 2009

---

Copyright © Nodo50 - Todos derechos reservados

---

---

**El estilo punk retrocedió sobre los pasos del beatnik y no buscó huir, consciente de que esta huida era ya imposible. Ni tan siquiera la carretera (la libertad contemplada en la visión del horizonte y atrás, la ciudad), que sedujera a teds y beatniks, le interesó. Su retroceso fue hacia el infierno, hacia el *no-lugar* de la ciudad: *el basurero*.**

Y el basurero es un *no-lugar* porque se mantiene oculto, generalmente fuera de los confines del centro urbano, alejado de la vista, contemplado con rechazo aunque parte de nosotros yazca allí. En definitiva, el basurero está oculto deliberadamente porque puede desagradar. Sus gigantescas montañas artificiales generadas por lo sobrante, que no es otra cosa que el excedente del capitalismo o, mejor aún, la sobreproducción y el continuo stock de mercancías, todo esto, en fin, es nuestro.

**« Este es el mundo de los sin dios, una montaña informe de despojos y villanías, una pervertida pira satánica de objetos mutilados, de imágenes vejadas, de orfebrería religiosa empobrecida. Sobre fragmentos de Cristos, vírgenes y santos, sobre copones y crucifijos, sobre estandartes: suciedad, polvo, inmundicia, escombros, cascotes, desperdicios, defecación, orines, basura.**

Pedro G. Romero, En el ojo de la batalla »

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L275xH178/Crass2-c882d-5b003.jpg> **Crass en una presentación en Bristol de 1981.**

Dentro de la creación de una subcultura que galvanizó los últimos años setenta, es decir, el estilo punk, el desecho y lo que he llamado la política estética de la basura cobran una especial importancia. Es cierto que este tipo de ideas pueden ser una especie de existencialismo de corte urbano nacido al calor del derrumbe que experimentaba el ambiente social en el Reino Unido en esos años (paro, huelgas, conflictos raciales, ascenso de la ultraderecha...), pero no es menos cierto que dotó al estilo punk de una unidad, y ello aunque sólo el primer estallido punk fuera una suma de individualidades casi únicas que competían en lo estético, es decir, en el terreno de la creación e innovación. El estilo punk, en cuanto creó una estética excesivamente forzada y coherente (mohawks, pogo, escupitajos, etc.), dejó de interesar a muchos de sus iniciales héroes (*John Lydon*, *Mark Stewart*, *Crass*, etc.) y, en cambio, concentró los intentos por exportar y convertir en popular —con su posterior acceso a la moda— aquel nuevo fenómeno urbano de clase trabajadora. Esto se logró generando réplicas baratas y efímeras de lo que fueron obras maestras o propuestas irrepetibles en sí mismas (las primeras bandas mod y punk, o las numerosas bandas imitadoras del estilo y apariencia beatle) por parte de la industria.

Las tácticas por presentarse al gran público como protagonistas de ese sabor callejero y, por lo tanto, auténtico, han sido muchas. En torno a 1987, en el Reino Unido funcionó un amplio mercado de discos piratas y de remezclas pensados para ser pinchados en las discotecas. En esas fechas un vinilo llamado *Roadblock* había centrado los elogios de casi todos los disc-jockeys. Pero en el exitoso disco no existía ningún dato que pudiera apuntar a quiénes eran los autores de aquella música, sino tan sólo un teléfono de Nueva York. Rápidamente, varias grandes compañías llamaron a ese teléfono con el objetivo de hacerse con los derechos de la obra. Lo cierto es que detrás de todo aquello estaban *Stock*, *Aitken* y *Waterman*, afa--mados productores de artistas como *Rick Astley* o *Kylie Minogue*, y el trabajo había sido hecho muy cerca de las oficinas de las compañías, en pleno Londres. El disco fue directamente camuflado y presentado al público como un prensado ilegal de fábrica y proveniente del underground de los barrios más duros de Nueva York.

Una apreciación absolutamente pertinente: la llamada cultura de masas o popular, como fenómeno con connotaciones negativas (asimilación a la mediocridad y la decadencia cultural), nos puede llevar al engaño de

---

considerar que todo lo que es creado desde la masa se pervierte y es un producto devaluado. Difícilmente podemos considerar como propio de una cultura mediocre y de masa el folklore o el uso masivo del blues en determinadas zonas del sur de Estados Unidos. Ambos conllevan formas de creaciones horizontales y de expresión directa de aquello que tanto soñó el arte, como era vehiculizar las ansias y vivencias de una comunidad. En efecto, existe una cultura masiva, actualmente popularizada, cuyo control es ejercido por los aparatos ideológicos predominantes, pero que en sus orígenes tuvo una connotación claramente popular o de clase (ciertas formas musicales derivadas del hip hop y el reggae, como el llamado reggaeton...), similar al arte chicano o el blues. Siglos atrás, los objetos y las mercancías se valoraban por su belleza o su funcionalidad. Nada había en ellos de deliberada rareza que fuera puesta en manos del consumidor. Con la producción industrial y en serie de los objetos por medio del arte pop, la cultura se masificó —algo que ciertos defensores del arte pop han considerado una democratización de la cultura— por medio de la copia barata. A este respecto, *Andy Warhol* hizo uso de todos aquellos referentes, muchos de los cuales eran imágenes históricas de desviados sociales como el asesino de *J. F. Kennedy*, los alborotadores negros o *Mao*, para masificar su uso y convertirlos en pop. La cultura hegemónica o masiva, como si de un paciente ladrón se tratase, espía las distintas subculturas, aprende de su simbología y su emocionalidad y, en última instancia, toma decisiones. Con este acceso del desviado a la cultura pop, éste se pervirtió a sí mismo y desapareció como ser humano. Ahora pasaba a ser lo que llaman símbolo o icono.

Precisamente, esa desaparición de lo funcional para la pervivencia del símbolo es uno de los rasgos de la posmodernidad. En cierto sentido, es lo que *Roland Barthes* indicó respecto al automóvil, pero relativo a la vestimenta o al estilo mismo. En efecto, Barthes consideraba que la lógica de conducir ha dado paso a una lógica de la posesión y a la proyección, según la cual ya no hay «más fantasías de poder, velocidad y apropiación vinculadas al objeto en sí, sino más bien una táctica de potencialidades vinculada al uso: dominio, control y mando» <sup>1</sup>. En el terreno de la ropa, sobre todo desde los años cincuenta, se dio paso al poder de lo simbólico, es decir, a su carácter seductor y a cómo proyectamos éste hacia el exterior.

El punkrock, en cuanto a su capacidad a la hora de emplear un lenguaje agresivo, directo y soez, reutilizó objetos propios de la vida cotidiana para definir su estilo y su indumentaria, actualizando a otro nivel la idea de Duchamp acerca de tomar un objeto ordinario y «presentarlo de manera que su significado utilitario desaparezca mediante una nueva designación y un nuevo punto de vista». Como si se tratase de un poema o collage dadaísta, construyó su estética por medio de su completo exceso. De este modo, el objeto —devaluado por su uso y deterioro— adquiría la característica de desecho.

En sí mismo, el estilo punk presentaba los mismos elementos de codificación del lenguaje que un poema visual. El propio cuerpo, último y más íntimo objeto de propiedad o reapropiación, se mostraba como una escultura viva y el punk, en su proclama a favor de la individualidad, fue «la afirmación de un ser particular, cuerpo y alma, razón e historia, memoria y proyecto» (*Touraine*, 1978).

Cabaret Voltaire De alguna manera, la higiene como política y estética inglesas planificaba la vida en torno al decoro y la intachable educación. No se admitían errores. El punk fue justo lo contrario, reafirmando la idea de que «ser torpe es ser libre» (Cortázar). Por este motivo, el abrelatas, las camisas rotas, los imperdibles, la suciedad (aparente o real) del punk y del show punk nos llevan al lugar común del basurero, y sobre sus habitantes, aquellos que viven en la superficie, se podría entonces proclamar aquello de «somos ratas contaminadas» («Ratas en Bizkaia», *Eskorbuto*) o, de la misma forma, somos «ratas de ciudad» («Ratas de ciudad», *Vómito*), pero siempre en el escenario de la ciudad. No existió, por lo tanto, un intento de ascensión, de nomadismo, al estilo beatnik. Quizás no haya nada más alejado del discurso punk que la tendencia beat a la búsqueda de la «beatificación» y el zen. Por el contrario, el estilo punk retrocedió sobre los pasos del beatnik y no buscó huir, consciente de que esta huida era ya imposible. Ni tan siquiera la carretera (la libertad contemplada en la visión del horizonte y atrás, la ciudad), que sedujera a teds y beatniks, le interesó. Su retroceso fue hacia el infierno, hacia el no-lugar de la ciudad: el basurero. <https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L275xH273/eskiorbuto-9c529-53c0b.jpg> **Eskorbuto**

Y el basurero es un *no-lugar* porque se mantiene oculto, generalmente fuera de los confines del centro urbano,

---

alejado de la vista, contemplado con rechazo aunque parte de nosotros yacía allí. En definitiva, el basurero está oculto deliberadamente porque puede desagradar. Sus gigantescas montañas artificiales generadas por lo sobrante, que no es otra cosa que el excedente del capitalismo o, mejor aún, la sobreproducción y el continuo stock de mercancías, todo esto, en fin, es nuestro. Nuestro lujo es observado en la decrepitud y la fealdad del basurero, lugar ideal para la contemplación de la ruina. Nadie sabe, nadie ve y todos ignoran o no ven el lugar exacto al que va a parar nuestra metódica repetición de consumo. En el basurero reposa una parte de aquello que fuera nuestro, y que fue usado y desechado algún día.

*Busco en la basura algo mejor.*

*Busco en la basura algo nuevo.*

*Busco en la basura solución*

*Eskorbuto, «Busco en la basura». Eskorbuto, "Busco en la Basura"*

La reapropiación de objetos propios de la vida cotidiana y su uso como integradores de la cultura popular no surge, obviamente, del estilo punk 2. Al mismo tiempo que los brutalistas británicos de los cincuenta exhibían sus desechos elevados a la categoría de estética, *Richard Hamilton* exponía su célebre obra ¿Qué es, de hecho, lo que hace que nuestro hogar de hoy en día sea tan diferente, tan atractivo?.

Era el año 1956 y la basura convivía en el mismo lugar que la propuesta brutalista. En esta obra, se puede ver a un musculoso varón portando un gran chupa-chups en donde se lee la palabra «pop». Junto a él, se mostraban numerosos objetos cotidianos a los que se les dotó de una especie de antiestética que, paradójicamente, será la estética del arte moderno. El pop art nació, precisamente, de esta obsesión por lo trivial, mostrando un gran número de desechos propios de una gran ciudad, algo que fuera definido como «sensibilidad bru-ta-lis-ta» 3. En la misma línea que otro artista pop, *Peter Blake*, la banda postpunk *Cabaret Voltaire*, interesada por el ruidismo y la electrónica radical, recurrió a un arte visual en sus cubiertas propio de las vanguardias históricas, como el collage dadaísta. En ambos, separados por más de veinte años, existía nostalgia. En unos, hacia la propuesta dadaísta y futurista, y en el artista pop, hacia la vida concebida en el periodo de entreguerras.

De hecho, numerosas cubiertas de los trabajos de bandas punks o new wave fueron collages seductoramente realizados. En *The voice of America (Rough Trade, 1980)*, de los ruidistas y experimentales *Cabaret Voltaire*, se combinan fotografías del asesino de Kennedy con electrónica, ejércitos populares asiáticos o *acciones fluxus*. En todo ello existía el deseo por ilustrar aquello menos evidente: su tradición estética, que empieza con la deliberada elección dadaísta de su nombre, y la pretensión de crear una unidad de propuesta y reformulación estética de referentes como Brian Eno o Can.

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L214xH275/cabaretvoltaire-dcc14-8e1e0.png> **Cabaret Voltaire**

No obstante, si debemos partir de un contexto determinado y una experiencia concreta para entender la estetización que el punk hizo del desecho, debemos mencionar los ready-mades de los dadaístas *Duchamp* o *Man Ray*, o los menos conocidos «cuadros-trampa» de *Daniel Spoerri*. Este último proyectó imágenes de platos sucios, latas de conservas rotas y usadas o ceniceros rebosantes. Es decir, lo sobrante, el exceso. En general, el arte de Spoerri está gobernado por su fascinación dadaísta y, por esta razón, por el azar y lo aleatorio, así como por la estetización de la suciedad y el desperdicio.

Uno de los principales responsables de los rasgos que el punk tuvo en Inglaterra, el empresario prositu y mánager de los *Sex Pistols*, *Malcom McLaren*, fue un visionario en cuanto al significado de la estética trash (basura) en el estilo punk 4. Previamente a su encuentro con los que iban a ser los miembros de *Sex Pistols*, McLaren tomó como referente al músico Richard Hell al que conoció en uno de sus viajes a la ciudad de Nueva York. Hell, heroinómano entonces, era alguien que vivía y se expresaba «como derrumbado, roto, como si acabase de salir de una alcantarilla, como si estuviese cubierto de lodo, como si llevara años sin dormir y sin lavarse». Rápidamente, McLaren supo que aquello podía funcionar y que se trataba de «algo que tenía que transportar a Londres», y que

---

«tomándolo como inspiración, iba a imitarlo y a transformarlo en algo más inglés» 5. En este tránsito hacia la realidad inglesa, a comienzos de los ochenta el punk escribió su propia actitud frente a lo que habían sido los grandes demonios de la sociedad desde la última gran guerra.

En el disco *Zen Arcade* (SST Records, 1984), de *Husker Du*, los miembros de la banda pasean en medio de un basurero de coches viejos y destruidos, que se apilan formando grandes y complicadas montañas metálicas. El único rasgo de vitalidad son los colores rojos, azules o amarillos con los que son coloreados los vehículos. Éste es un ejemplo más de pertenencia y desecho, de contemplación y exhibición del despojo, comparable a la suciedad que reflejan las botas de *Ian Mackaye* en la cubierta del clásico *Out of step* de *Minor Threat* (Dischord Records, 1981). No sólo son las botas, sino el preciso lugar en el que está el sujeto de la portada: unas descuidadas escaleras, portando un oscuro abrigo que también está roto y que se asemeja al propio de cualquier vagabundo. Esa suciedad convive con un claro mensaje de autocontrol, toda vez que, abajo a la derecha, aparece un paquete de tabaco junto a una jeringuilla usada. En este caso, el de la brillante banda nacida en Washington D.C., se evoca la idea de *Oscar Wilde*, según la cual «las cosas son porque las vemos, y lo que vemos y cómo lo vemos depende de las artes que han influido en nosotros», una deliberada asociación de ideas que lanza *Minor Threat* con su famosa portada.

Precisamente, en *Minor Threat* y otras bandas de la incipiente escena hardcore, como *State of Alert* o *Government Issue*, entre otras, vemos esa mutación de la estética punk hacia el hardcore. La imagen de *Teen Idles*, la banda de la que surge parte de *Minor Threat*, en torno a 1981, resumía los nuevos fenómenos que se habían incorporado al punk: la música oi! skinhead y el stage diving 6. Ante ello, la filosofía positivista y creativa de la escena hardcore norteamericana optó por una imagen dejada y trash, el uso de botas militares casi sin acordonar y con la lengüeta del calzado colgando, pantalones anchos y camisetas sin lemas o vueltas al revés. Del punk que había surgido inmediatamente después de la primera hornada de punks tan sólo tomaron la chaqueta de cuero con inscripciones de sus bandas favoritas y remaches de metal. Estábamos ante un estilo en formación.

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L275xH275/ManRayGlassTears-57677-ad067.jpg> **Glass Tears - Man Ray**

La utilización y abuso de palabras groseras o hirientes en torno a ideas como el caos, la anarquía o la violencia invocaba una estética trash que era complementada con una indumentaria sucia y grotesca, aunque metódicamente expuesta, y que sería recuperada por la alta moda. Una moda que, lejos de lo que a priori pudiera parecer (o aparecérsenos), no puede ser considerada nunca como un fenómeno de carácter artístico o estético, sino económico, aunque ciertas implicaciones puedan superar esta consideración. El punk se paseó como si se tratase de un fantasma y al hacerlo resucitó ciertos miedos aún no normalizados en las sociedades en las que emergió 7. Las camisas rasgadas como vestuario, los alfileres y la suciedad representaron una desviación de los usos normales; es más, eran un sinsentido cuya clave la ha sabido expresar el mecenas y diseñador de moda Gaultier al afirmar: «sé libre con tu ropa, tú puedes hacer lo que quieras con ella».

Yvone Deslandres ha definido este tipo de moda espectacular y provocativa de una forma acertada. En este sentido, afirma que las mujeres que se destacan usando esta ropa «son las únicas que tratan de superar la gris cotidianeidad», definiéndolas como «contestatarias de la moda». Por el contrario, las defensoras de la moda retro, continuando con la tesis de Deslandres, «exhiben de manera palpable su nostalgia de un pasado tranquilizador y su miedo al futuro, incluso aunque de buena fe crean expresar su rechazo a la sociedad de consumo» 8.

La moda, a diferencia de los parámetros en los que se mueve la subcultura, es dependiente de los datos, de lo cuantitativo. Su fuerza se basa en la cantidad de personas que hagan uso y exhiban la nueva moda, y ello porque se trata de un fenómeno económico. Un ejemplo claro fue la implementación durante los últimos años setenta en los barrios negros de Nueva York de una moda basada en la estética rap y que, en el fondo, buscaba comercializar una moda urbana entre los pobres haciendo uso de ídolos televisivos o deportivos. Monod ha calificado los accesorios en la indumentaria como elementos que median entre los jóvenes y sus héroes culturales, y tal significado subyace en el estilo sub-cultural. Por otro lado, también sirven para identificar a «los suyos» frente a «los otros» en una dialéctica propia de toda subcultura.

---

Es por esto por lo que la moda funciona según estrictas reglas. Éstas pasan por los llamados «cinco pasos» (Davis, 1997). Estos pasos son invención, introducción, liderazgo de la moda, visibilidad social e imitación, y disminución de esa visibilidad. La creación de estilos por parte de las subculturas tiene que ver con la materia prima del primer paso, ya que previo a la invención en muchos casos se plagia o desvía el estilo que pudiera ser el de la próxima generación, según la moda. Esto constituye un robo intelectual cuya autoría generalmente está en los slums (suburbios) de las grandes ciudades.

El derrumbe y la decadencia de una moda puede venir dado por distintas razones, como la saturación social o el deseo de novedad. Pero también, y aquí nos interesa resaltarlo, por la pérdida de prestigio. En este caso, la pervivencia del estilo punk, más o menos distorsionado, más o menos civilizado, reside en que continúa conservando su prestigio a causa de la difuminación ideológica del término «punk». Entonces, por «punk» hoy podemos entender lo alternativo y rebelde, es decir, el estilo de vida propuesto por la moda: irreverencia en vez de disidencia **9**.

En el caso de subculturas como el punk, hippie o pop, su desarrollo siguió el trayecto propio de una simple y llana operación de carácter productivo. En un segundo momento, cada vez más inminente y temprano, cuanto más han desarrollado los instrumentos de creación y educación de mercado, como la publicidad, la disidencia cultural se escribió como campaña cultural. En última instancia, se consideró, acertadamente, que la rentabilidad y la fuerza de estas subculturas era la de generar símbolos. Como tales, los símbolos culturales cumplieron y cumplen la actividad de productores de cultura desde arriba hacia abajo como referentes o aspiraciones para el receptor, transformado en mero consumidor. En términos generales se trata de convertir una parte de la subcultura en símbolo dentro del mercado (una imagen, un eslogan, una actitud), esto es, en mercancía. Posteriormente, se pretende crear o elevar su demanda haciendo uso del aparato propagandístico (la publicidad).

Hay que observar el papel destacado que la imagen y, en concreto, la indumentaria han tenido a lo largo de la historia. En efecto, incluso para los condenados a muerte era un signo revelador. Éstos eran conducidos a la muerte con una vestimenta elegida previamente por sus verdugos. En el caso de aquellos que morían en la hoguera, previamente se les vestía con tejidos fácilmente inflamables y, en el caso de los parricidas, se les ataviaba con una llamativa capa roja. El vestido era el reflejo de su crimen para que a los ojos de todos sirviera de elemento didáctico. Además, el vestido graduaba los delitos y extendía la creencia de que quien la hace la paga.

Igual que el vestido o la imagen han sido utilizados de forma descendente o como asimilación a una conducta desviada, también lo ha sido y, por supuesto, son utilizados hoy para falsear la realidad y asumir el papel, como si de un simulacro se tratase, de las clases más privilegiadas o de aquellos sectores más poderosos. Tal intento de imitación del estilo en el terreno de la ropa comenzó en Francia durante el reinado de *Luis XIV*. Francia debía situarse a la cabeza de las naciones vendedoras del estilo para, al mismo tiempo que hacían eficazmente la guerra, «a través de la moda conquistar el mundo» **10**. La ocupación física del territorio por parte de los franceses implicaba también la difusión de un estilo igualmente francés. En poco tiempo, en lugares de encuentro entre nuevos ricos, burgueses y aristocracia se adoptaban y mezclaban los gustos y el refinamiento típicamente destinados a una élite. Como si fuera una foto desenfocada, nada se podía distinguir en aquel cuadro si era observado desde lejos y sin la información suficiente. Bajo el reino de las apariencias, el entretenimiento de la élite empezó a ser compartido por una nueva casta de ricos que, en realidad, no lo eran aún, pero con este acto respondían a la pregunta, la eterna pregunta formulada por Roland Barthes: ¿quién soy? **11**

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L275xH274/john-lydon-bbf98-163b7.jpg> **John Lydon - Sex Pistols**

Tal y como ya hemos adelantado, la basura como estilo había tenido ya un cierto eco por medio del nuevo brutalismo. Este movimiento había surgido en Inglaterra a comienzos de los años cincuenta y sus características respondían al ambiente de derrumbe ideológico y físico de la posguerra. En 1953 se presentó en el *Instituto de Arte Contemporáneo de Londres* (ICA) una exposición llamada Paralelo de la Vida y el Arte que recogía fotografías de artistas como *Paolozzi*. En ellas, un sinfín de rostros deformes y cuerpos antiestéticos tomados de la prensa eran mostrados de una manera casi pornográfica. Las imágenes transmitían la decadencia del mundo tras la guerra y la

---

falta de belleza. Se trató, en este caso, de una ferviente exaltación de la fealdad. Aquellos brutalistas afirmaban sentirse más que satisfechos entre cosas abandonadas y fragmentos vituperantes, que hubieran sido arrojados casualmente desde la vida y todavía con el burbujeo de la vitalidad en ellos. Los brutalistas realizarían distintas exposiciones en donde se mostraban crudamente objetos de la vida cotidiana convertidos en chatarra y basura, como expresión de la devaluación de la vida y, por supuesto, de su vulnerabilidad ante el peligro de una gran y dramática destrucción. La fealdad brutalista expuesta pornográficamente fue acentuada décadas después por el gesto de *John Lydon*, de los *Sex Pistols*, al convertirse en una especie de monstruo al estilo Quasimodo o ser cuya fealdad hay que ocultar al resto de las personas, de la civilización. Como si se tratara del *Fantasma de la Ópera* —el gran proscrito de la historia del cine—, su cuerpo se estrechaba y retorció ante una muralla de guitarras entonces inaudita. Bastaba eso, simplemente, para entender que estábamos ante un nuevo y actualizado cabaret dadaísta o una performance fluxus.

El estilo punk consideró la basura del uno como la decoración del otro, y explotó el uso de un maquillaje violento, siendo sus precursores *Siouxsie Sioux* o *David Vanian* de *The Damned* (inspirado en el cine de terror de Serie B o la estética propia del sadomasoquismo) que, sorprendentemente, no buscaba agradar, sino justo lo contrario.

En este sentido, el amor por lo sucio encuentra su infinito en el basurero como lugar común. La asociación de ideas que generaba el punk, cuya razón residía en el uso de elementos de desecho, reciclaje de ropa usada comprada en tiendas de caridad, aspecto desaliñado al estilo de *Richard Hell* o el uso de objetos adquiridos en ferreterías, conducía a reforzar la idea del *no-lugar*.

Cualquier subcultura mira hacia uno o varios lugares, pe-ro la subversión del significante y del significado en el estilo punk condujo hacia lo oscuro y lo sucio. Si el teddy boy y su uniforme eduardiano evocaban una determinada época de esplendor, la de *Eduardo VII* (durante los años 1901-1910), transgredida por medio de un bricolaje extremo, el punk se deleitó en la suciedad y lo grotesco. El adjetivo grotesque, en el uso que deseo otorgarle, se enmarca dentro del significado que le ha otorgado la tradición francesa. Grotesco es aquello que por su aspecto externo es visto como raro, extravagante o ridículo. El efectivo bricolaje del estilo punk al traer a escena objetos de la vida cotidiana, como cadenas o ropas rasgadas tan sólo sujetas por imperdibles, generaba una sensación de extrañez e incomodidad. Era grotesco. Y lo grotesco entra dentro del campo de lo siniestro, justo lo que podríamos decir ante la imagen de *The Damned* o *Siouxie*. Los punks parecían pertenecer a la fantasía. Eran seres casi irreales, y la fantasía, al fin y al cabo, tiene algo de sobrenatural que, en última instancia, se revela como diabólico.

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L223xH275/Sioux-edinburgh80-46b3a-80fbc.jpg> **Siouxsie Sioux**

En el caso de la entonces joven *Siouxie* debemos realizar una pertinente precisión. El estilo punk exaltó el simulacro al preferir lo sintético sobre lo auténtico y la pedrería barata sobre la alta joyería. No obstante, cuando el punk hizo uso de este tipo de propuestas, su uso estaba reservado a aquellos que carecían de una manera elegante de vestirse, es decir, era la ropa de la clase trabajadora. Con la irrupción de lo kitsch, todo este tipo de falsedades se integraron en la moda de una manera pacífica. En *Siouxie* hay una mirada de desprecio hacia la sociedad que repudia a aquellas mujeres calificadas de excesivamente «libres», es decir, las defensoras de la liberación sexual y la estética propia de las prostitutas de las grandes ciudades. Pero tal apreciación no es gratuita. En la Edad Media a las prostitutas se les prohibía terminantemente hacer uso de joyas y abalorios. El efecto de la represión fue justamente el contrario, al provocar que las prostitutas las lucieran aún más. Se provocó su exceso al pretender impedirles que pudieran hacer uso de elementos propios de la vida normalizada y de la distinción. Su gesto fue una primitiva manera de rebelión que el punk, sin ser consciente de ello, continuó. Este cambio, apoyado y promovido espectacularmente por la moda, supuso una democratización del lujo. De alguna manera se vivió el mismo efecto que el producido cuando, a mediados del siglo XIX, se proclamó que la lana había bajado al nivel del pueblo «y lo abriga» <sup>12</sup>, puesto que el hecho de que el algodón bajara de precio hizo que no sólo las clases económicamente más ricas pudieran vestirse con abrigos hechos de lana. Tal desvío del significado fue explotado también por parte de la moda a partir de los años setenta con los pantalones vaqueros, los cuales eran reflejo de una persona con escasos recursos económicos, de clase trabajadora. El vaquero se adquiría para hacer uso de una ropa barata y resistente por parte del trabajador. Con el acceso del vaquero a la «alta cultura» y a los usos que le dio la clase media y alta, su significado cambió de tal modo que llegó a reflejar anticonvencionalismo y actitud liberal. En el fondo, se trataba de un atuendo que implicaba otra cosa: despreocupación y ociosidad para los nuevos ricos y

---

yuppies de la metrópoli, en contraposición con la laboriosidad de tal atuendo en su uso original. Es más: simbolizaba estar libre, fuera del agobio laboral y ser dueño de sí mismo.

Esta utilización del desvío de ornamentos propios de otras clases sociales, como las pieles y joyas, comportaba una provocación derivada de la invasión de un terreno hasta entonces excluido para muchos. En la obra *En el ojo de la batalla* se nos describe la actitud que los anarquistas habían tenido durante la revolución española hacia la religión: «Con los ornamentos sagrados se revestían los mismos sacrílegos o revestían a otros, hombres y mujeres, y aún a veces, también animales, y desfilaban por calles, plazas, parodiando entierros, procesiones y otras funciones litúrgicas». Esta parodia, salvado el abismo contextual entre una escena y otra, fue reproducida por el punk haciendo uso de una simbología ajena.

Otro caso de robo del estilo de las clases altas para ser utilizado por las subculturas puede verse claramente en la subcultura pop, como en el uso por parte de los *Beatles* **13** o *Jimi Hendrix* de abrigos y uniformes de opereta que, en no pocos casos, supusieron el inicio de la emulación de éstos por parte de sus fans, o los trajes eduardianos genuinamente teddy boy.

En otras ocasiones, el estilo punk se ubicó fuera de los márgenes de lo social y dentro del campo de lo marginal. En este sentido, se hizo uso de lugares oscuros o potencialmente peligrosos, como pasadizos o pasillos de metro. La banda *Attak* en su disco, editado en 1982, *Murder in the subway* (su título ya lo dice todo) exhibía a un joven punk asesinado en un sucio pasillo del metro. De su cuerpo, en un mediocre arte, salía un hilo de sangre que parecía decir que aquel era el peor lugar para morir. Solo y abandonado, el punk hizo uso de este tipo de imágenes situadas entre la vida peligrosa y marginal capaz de evocar la posibilidad de una muerte violenta y la pequeña delincuencia, lo cual no era otra cosa que la visibilización de esa advertencia contenida en la canción «London calling», de *The Clash*: Londres estaba «llamando a los bajos fondos».

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L275xH268/chaosUk-32f2c-eee5d.jpg> **Chaos UK**

En otro disco, esta vez el *Tell us the truth* de *Sham 69*, se parodia un interrogatorio en una claustrofóbica sala policial. Sobre la portada emerge un amenazador dedo que señala a la banda, a la cual se le exige «contar la verdad» sobre algún suceso merecedor de reproche penal. En otro disco, esta vez el single de la banda para el sello *Step Forward* (1977), se ve como una decena de policías detienen violentamente a un joven, mientras junto a éstos un viandante parece reponerse tras lo que parece haber sido una agresión.

La idea que juega con «lo sucio» y «lo enfermo» también puede verse en los nombres de bandas como *Sic Boy Federation* (con miembros de bandas como *Chaos UK*), *Mere Dead Men* (MDM) o *Vicious White Kids*, entre tantas otras.

Este tipo de imagen visual punk se contrapuso a otra muy distinta, como la de *Red Alert* y su trabajo *In Britain*. Los miembros de esta banda skinhead aparecían perfectamente limpios y ordenados, la fotografía era buena y tras ellos emergía el Big Ben como símbolo nacional inglés. En este último caso, es necesario hacer además otra apreciación. La fotografía de *Red Alert* se presenta como un gesto de reapropiación del territorio nacional para subvertir su historia como si fuera un asalto o invasión por parte del «pensamiento salvaje», que diría *Levi-Strauss*. El símbolo del patriotismo, al ser usado para fotografiarse junto a «la enfermedad» expresa que, a pesar de la mala prensa que difundía la violencia skinhead —como paso previo a su estudio desde la criminalidad juvenil—, la subcultura existe, en este caso la skinhead. Es decir, el skinhead era ya una realidad nacional imposible de omitir. En el skinhead, como en el resto de subculturas analizadas en el presente ensayo, existe ese nuevo significado subvertido del original en aquellos elementos integradores de su estilo, como las botas. El aspecto eminentemente funcional de la ropa del obrero, como las botas, fue usado por el skinhead desviándolo, hasta convertirlo en un símbolo de autenticidad de clase, al menos en su aspecto visual. De un objeto propio del ámbito del trabajo, como las botas *Doc Martens*, se pasó al objeto propio de una subcultura que busca diferenciarse, en este caso, de los hippies.



---

# Notas

1. Jean Baudrillard, *El éxtasis de la comunicación*, Kairós.
2. «La industria cultural no tanto se adapta a las reacciones de los clientes como las inventa [...] La industria cultural está moldeada por la regresión mimética, por la manipulación de impulsos reprimidos de imitación. A tal fin se sirve del método consistente en anticipar la imitación que de ella hacen los espectadores creando la impresión de que el acuerdo que desea lograr es algo ya existente. Por eso es tanto más efectivo cuando en un sistema estable puede de hecho contar con dicho acuerdo y reiterarlo de modo ritual antes que producirlo» (Th. W. Adorno, *Minima Moralia*, Akal, 1951).
3. Kenneth Frampton y su texto *La vida empieza mañana*.
4. «El término trash suele ser empleado como arma arrojadiza por parte de quienes, alarmados ante una devaluación de los parámetros culturales, reivindican una nueva jerarquización del gusto. En suma, habla de cultura basura quien se sirve de ella como concepto discriminador, delimitando un territorio del buen gusto desde cuyo interior formula su propuesta de segmentación estética. [...] Es cierto que lo basura hace tiempo que ha trascendido lo estético para invadir lo social e incluso lo existencial [...], pero condenar toda instrumentalización del mal gusto supone desechar un fenómeno estético tan heterodoxo como cargado de potencial liberador» (J. Costa, «Notas sobre lo Trash. Apuntes para la redención de una contracultura mutante», en *Cultura porquería. Una espeleología del gusto*, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, 2003, pp. 144-153).
5. Malcom McLaren en *Por favor, mátame*, Discos Crudos.
6. El stage diving fue una práctica habitual a comienzos de los años ochenta en la escena punk y hardcore, sobre todo en la escena norteamericana. Se trataba de subir al escenario invadiendo el espacio hasta entonces reservado al músico y lanzarse al público. Tal actitud puede entenderse como una deliberada destrucción de las tradicionales separaciones físicas entre músico y audiencia, una ampliación de la idea de «ninguna norma» en el punk, al desafiar a los guardias de seguridad, y una reafirmación del cuerpo propio al exhibirse unos segundos en el escenario antes de dejarse caer o lanzarse al público. «El stage diving en las actuaciones de Minor Threat alcanza cotas muchas veces insostenibles, con el escenario invadido por fans enloquecidos, heridos de diversa consideración y Prestar y Baker viéndose obligados a parar continuamente la actuación para afinar los instrumentos, que sufren golpes y empujones continuos» (Oriol Rosell, *Ruta 66*, n.º 219).
7. «Por ejemplo, CEDADE acusaba a todo el movimiento punk de maniobra sionista para entontecer a la juventud, los grupos de ultraizquierda o de la izquierda establecida los calificaban de fascistas capitalistas. La prensa clamaba contra el mal gusto y la conducta obscena» (Fernando Márquez «El Zurdo», Música moderna, Nuevas Ediciones/La Banda de Moebius, 1981).
8. El traje, imagen del hombre, Tusquets editores.
9. Humphrey Bogart en la clásica película *Casablanca* parece adelantar la actitud vital del punk, su indiferencia al rechazo social: «Me tiene sin cuidado que no le gusten mis modales, ni siquiera me gustan a mí. Me hacen llorar en las noches de invierno y me importa tanto que se meta conmigo como que se tome la sopa con tenedor».
10. Recogido por Ingrid Brenninkmeyer en *The sociology of fashion*, University of Fribourg, 1962.
11. Roland Barthes en *Sistema de la moda*, Editorial Gustavo Gili, 1978.
12. Periódico **Le Peuple**, 1842.
13. En las portadas de sus discos **Sargent Pepper** y **Yellow Submarine**.

## Agotados de esperar el fin

Delincuentes juveniles ayer,  
hoy hombres peligrosos.  
Viejas caras, nuevas caras,  
pero las mismas cabezas.  
¿Qué les empujará?  
No viven solo esperan.  
Están agotados de esperar.

Agotados de esperar el fin.  
Agotados de esperar el fin.

Niños sin escuela de ayer,  
jugadores de billar.  
No les mires en los ojos,  
porque van desesperados.  
¿Qué les empujará?  
No viven solo esperan.  
Están agotados de esperar.

Agotados de esperar el fin.  
Agotados de esperar el fin.

Esa chica pálida y triste vende anfetaminas.  
Mis amigos hombre del norte luchan en las calles.  
¿Qué les empujará?  
No viven solo esperan.  
Están agotados de esperar.

Agotados de esperar el fin.

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L52xH52/mp3-77a42.png> Agotados de esperar el fin - Ilegales

***Ilegales***

## Busco en la basura

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L400xH279/basura-3fbb1.jpg>

Creen que nos pueden engañar  
Nos creen demasiado jovenes para reaccionar  
Busco en la basura algo mejor  
Busco en la basura algo nuevo

---

Busco en la basura solución  
Paso totalmente de la constitución  
yo me inclino a la revolución  
Revolución, revolución, revolución  
Busco en la basura algo mejor  
Busco en la basura algo nuevo  
Busco en la basura solución  
No esperando que lo entendais  
no son bobadas, no os pido nada  
Quizá no os interese saber  
estamos siendo manipulados  
Busco en la basura algo mejor  
Busco en la basura algo nuevo  
Busco en la basura solución  
Si dormir es morir  
¿qué se lo que sueña un muerto?  
Si la muerte es el fin  
o quizá han desvariado  
Busco en la basura solución.

<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L52xH52/mp3-77a42.png> **Ratas en Vizcaya - Eskorbuto**

***Eskorbuto***

::[Virus Editorial](#)