
Música popular y medios masivos de comunicación: un análisis acerca de la irrupción de Charly García en la televisión argentina



Popular Music and Mass Media: An Analysis of Charly García's Emergence on Argentine Television

Francisco Gastaldi *

Universidad Nacional del Litoral, Argentina
franciscogastaldi6@gmail.com

Revista del Instituto Superior de Música

núm. 26, e0076, 2024

Universidad Nacional del Litoral, Argentina

ISSN: 1666-7603

ISSN-E: 2362-3322

extension@ism.unl.edu.ar

Recepción: 24 mayo 2024

Aprobación: 11 septiembre 2024

DOI: <https://doi.org/10.14409/rism.2024.26.e0076>

Resumen: En 1976, Charly García debutó en la televisión argentina a través de un reportaje en Canal 9. Esto sucedió tras los exitosos conciertos de despedida de Sui Generis en el estadio Luna Park el año anterior, que marcaron un hito en el rock argentino debido a su asistencia masiva. En el reportaje, Charly García, entonces con 24 años, se presentó ante el entrevistador y la audiencia como el creador de Sui Generis y aprovechó la ocasión para introducir su nuevo proyecto musical, La Máquina de Hacer Pájaros, compartiendo sus ideas y aspiraciones artísticas con el público televisivo, al tiempo que en la entrevista se anunciaban una serie de recitales que serían protagonizados por el nuevo grupo.

Este artículo estudia la forma en que Charly García se presentó en televisión y explora su propósito comunicativo. Se sugiere que, desde el inicio de su carrera, García buscó establecer una conexión con el público masivo a través de los medios de comunicación, reconociendo a la televisión como un dispositivo clave.

En el reportaje, García subrayó la naturaleza comunicativa de sus intenciones artísticas, describiendo a sus canciones como música popular y expresando el deseo de comunicarse con el público. En este artículo se demuestra que la irrupción de esta estrategia comunicativa a través de la televisión fue clave en la carrera de García y contribuyó a su reconocimiento masivo como uno de los músicos más influyentes de Argentina.

Palabras clave: Charly García, rock argentino, televisión.

Abstract: In 1976, Charly García debuted on Argentine television through a report on Channel 9. This happened after Sui Generis' successful farewell concerts at the Luna Park stadium the previous year, which marked a milestone in Argentine rock due to its massive attendance. In the report, Charly García, then 24 years old, introduced himself as the

Notas de autor

* Licenciado en Periodismo y Comunicación por la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Universidad Nacional del Litoral (FHUC-UNL).

creator of Sui Generis and took advantage of the occasion to introduce his new musical project, La Máquina de Hacer Pájaros, sharing his ideas and artistic aspirations with the television audience.

This article studies the way Charly García presented himself on television and explores his communicative purpose. It is suggested that, from the beginning of his career, García sought to establish a connection with the mass audience through the media, recognizing television as a key device.

In the report, García underlined the communicative nature of his artistic intentions, describing his songs as popular music and expressing his desire to communicate with the public. This article demonstrates that this communication strategy through television was essential in his career and contributed to his recognition as one of the most influential musicians in Argentina.

Keywords: Charly García, argentine rock, television.

El rock argentino de los setenta y su lugar en la televisión

Grandes valores del ayer

serán los jóvenes de siempre

los eternos, los que salen por TV

(Charly García Charly García, "A los jóvenes de ayer", 1980)

La intersección entre la cultura popular y los medios masivos de comunicación es un terreno fértil para comprender cómo se construyen y difunden las expresiones artísticas en la sociedad contemporánea. En este contexto, la mediación artística y cultural de figuras emblemáticas como Charly García en la televisión argentina adquiere un papel relevante evidenciando las complejas dinámicas entre lo masivo y lo popular. Este artículo se adentra en el análisis de cómo García, desde sus inicios como artista, ha desarrollado una estrategia comunicativa que trasciende las fronteras de los medios de comunicación tradicionales, especialmente a través de la televisión. Más allá del simple hecho de insertarse en las lógicas de la industria cultural, García ha desplegado una serie de ejes temáticos que amplían la audiencia del rock, contribuyendo así a los procesos de circulación y consumo de esta forma musical. Esta investigación examina cómo la mediación con los agentes televisivos no solo ha consolidado la presencia del rock en el ámbito mediático, sino que también ha enriquecido su significado y su impacto en la cultura argentina.

En tal sentido, el presente trabajo se enfoca especialmente en una entrevista televisiva que le realiza Canal 9 a Charly García en el año 1976. Esa intervención del joven García, quien por entonces tenía 24 años de edad, muestra uno de los primeros intentos en la búsqueda del músico por ser reconocido entre los distintos públicos posibles de la televisión. Es preciso destacar de entrada que el archivo audiovisual fue recuperado de *YouTube* para este artículo con el propósito de indagar en lo que es considerada una de las intervenciones inaugurales de Charly en televisión. El material filmico se encuentra bajo el título «AV-3878 [Entrevista a Charly García]»,^[1] perteneciente al *Archivo Histórico de los Servicios de Radiodifusión Sonora y Televisiva del Estado Nacional (RTA S.E.)*. El material aquí recuperado fue publicado en *YouTube* el 21 de octubre de 2016 y se trata, como revela Roque Di Pietro, de

una breve y extraordinaria entrevista realizada por Canal 9 en La Bola Loca. Son apenas 3:20 minutos, pero podemos ver el escenario de La Bola, la batería de Moro, unos amplificadores Fahey (construidos por el argentino Juan Manuel Fahey especialmente para el bajista de La Máquina), Héctor Dengis tocando una guitarra acústica, Moro y Fernández escuchando y a García fumando y explicando de qué se trata La Máquina. El periodista dice que la información sobre el grupo la sacó del programa que hicieron para los recitales en La Bola Loca y que en la calle había una profusión de afiches promocionando el ciclo. (Di Pietro, 2017, pp.127-128)

En efecto, el video resulta imprescindible para comprender la importancia y el impacto del trabajo de Charly en relación con su participación en los medios masivos de comunicación. Por otro lado, vinculado al hallazgo audiovisual, un elemento clave a considerar para la lectura del mismo es que se trata de una entrevista promocional que tiene como finalidad difundir los shows de La Máquina de Hacer Pájaros en La Bola Loca. En esta coyuntura, el sello discográfico *Microfón*, a través de su departamento de prensa, era el encargado de promover y socializar con los medios de comunicación la actividad musical de Charly García (Archivo de redacción *Crónica*, 1976). Lo que se puede observar aquí es un proceso de mediación entre distintos agentes de la industria cultural y la irrupción de García en televisión como un acontecimiento novedoso, tanto para el

artista como para el medio de comunicación. Propiciada por la articulación entre música popular y medios masivos en Argentina, la entrevista a Charly contribuye a profundizar el análisis en el campo de producción del conocimiento y la economía simbólica, invitando a repensar la jerarquía y legitimidad que tiene García en la música popular y la televisión, ya que quizá «es uno de los pocos músicos protagonistas de la construcción del rock en la Argentina cuya obra se ha mantenido vigente ininterrumpidamente desde 1972» (Madoery, 2017, p.7). De igual pertinencia es el hecho de que Charly está concebido como una estrella de rock en la Argentina, siendo tal vez el personaje de este género musical que mayor visibilidad pública ha tenido gracias a su participación y trascendencia a través de los medios masivos de comunicación.

Por lo expuesto, el presente artículo esbozará algunas reflexiones referidas a las estrategias comunicativas y la *performance* del artista Charly García en un medio masivo como la televisión. Al mismo tiempo se intentará dar cuenta de la instancia primigenia de lo que años más tarde será la consagración de este artista en el lugar de ídolo de rock y su consolidación como una de las estrellas mediáticas de mayor influencia en la cultura del espectáculo argentina. El objetivo principal es investigar acerca de la capacidad de agencia de García en su diálogo con la televisión y analizar el intento del músico por masificar el rock argentino. El interés de Charly radicaría entonces en socializar comunicativamente su música y dialogar con los agentes de la televisión para que de esa manera se amplíe la audiencia del rock. La denominada por García como su «nueva música» estaba dirigida a un público masivo que quizá desconocía lo que el joven compositor proponía; por lo cual e identificando a la televisión como un medio fundamental para la ampliación de los públicos y «la masificación de los modos de circulación de la cultura» (Fischerman, 2011, p.124), García habría elaborado un programa comunicativo sostenido para expandir la llegada de su imagen y hacer que su música trascienda, se popularice y masifique.

En ese sentido, el acontecimiento televisivo protagonizado por Charly en la pantalla de Canal 9 podría ser pensado como una suerte de pedagogía del rock desempeñada por el músico, la cual consistiría en dar a conocer y explicitar los elementos de su nueva música. Hay que tener en cuenta que la entrevista tuvo lugar en mayo de 1976 y que en cierta forma fue posible gracias a la repercusión masiva que había obtenido García con Sui Generis un año atrás en el estadio Luna Park, en lo que fue la despedida de aquella banda. Dicho evento cultural masivo generó una importante repercusión mediática que Charly parecería haber sabido utilizar a su favor. Principalmente, esto podría observarse en la perspicacia que tuvo García para introducir y presentar en televisión su nuevo proyecto musical. Conviene aquí recordar que la aparición de Charly en televisión responde a una campaña de promoción en el marco del lanzamiento y difusión de su nuevo grupo, y que el carácter promocional de la entrevista que le realiza Canal 9 le permitió al músico socializar comunicativamente algunas de sus intenciones artísticas. Para el historiador Sergio Pujol no caben dudas de que la nueva banda no contaba con la popularidad que había tenido Sui Generis en 1975, «pero cada concierto y cada disco que trajera prendido el nombre de Charly aseguraban repercusión, recaudación y un arte musical por lo menos interesante» (Pujol, 2013, p.65). Quizá esto justifique o permita entender la búsqueda de nuevas vías de comunicación para pluralizar la llegada y el alcance de La Máquina de Hacer Pájaros.

En relación con el contexto sociopolítico que se vivía en la Argentina a mediados de los setenta y para profundizar en una mirada histórica que permita comprender la relación conflictiva entre el rock argentino y la dictadura militar, los aportes de Pujol (2013) resultan pertinentes gracias a su claridad expositiva y agudeza analítica a la hora de problematizar el ominoso clima de época experimentado por la sociedad argentina durante el golpe de estado impuesto por la dictadura cívico-militar desde 1976 a 1983. El gobierno de facto tenía una impronta represiva y de fuerte hostigamiento hacia las formas de expresión cultural de los jóvenes, por lo cual resulta insoslayable el acontecimiento musical juvenil que fue la despedida del grupo Sui Generis. Pablo Alabarces (1993) considera que este evento musical constituye la primera experiencia musical masiva

protagonizada por Charly García, que consistió en la realización de dos funciones de Sui Generis el 5 de septiembre de 1975 en el estadio Luna Park. Desde este mismo paradigma analítico, el sociólogo Pablo Vila (1995) afirma que gracias al movimiento sociocultural del rock comienza a construirse un sentido de la identidad joven, en el cual distintos grupos juveniles tenderán puentes comunicativos a través de la reunión musical, fortaleciendo así un posicionamiento identitario colectivo que les permitiese hacer frente a la represión y la censura impartida por el aparato represivo del Estado.

En tal sentido, fue Charly García en Sui Generis quien contribuyó de manera considerable a un proceso de ampliación del público en el movimiento rock. Para Vila (1995) la creatividad y pregnancia juvenil de Sui Generis da inicio a un período de representación del rock que interpela a la juventud proveniente de sectores trabajadores urbanos. Esto se puede constatar observando las cifras que convocó el evento promocionado con el nombre de *Adiós Sui Generis*: alrededor de 25.000 personas estuvieron presentes en el Luna Park, definiendo la masividad con la que empezaba a contar la cultura rock en Argentina. A raíz de este suceso multitudinario no son pocos los estudiosos del objeto que coinciden en afirmar que el *Adiós Sui Generis* fue una de las primeras grandes síntesis de público y un cierre de ciclo, tanto para la banda en cuestión como para el movimiento del rock vernáculo. A su vez, esto generó un hecho significativo para la cultura argentina, como fue la irrupción de Charly García en la escena mediática, siendo uno de los protagonistas más sobresalientes del movimiento juvenil argentino (Alabarces, 1993; Delgado, 2016; Conde, 2020).

Un dato relevante a contemplar en este contexto es que el evento masivo mencionado anteriormente contó con la intervención y producción de otro eslabón fundamental de la industria cultural y la cultura de masa: el cine. En efecto, durante los conciertos se filmó una película bajo la dirección de cámaras de Bebe Kamín, estrenada en 1976 y que al momento de su lanzamiento al público fue prohibida para todas aquellas personas menores de 18 años, dando cuenta del clima de censura impuesto por las autoridades militares que condicionaban la producción de bienes culturales vinculados al rock. A pesar de esta imposición restrictiva para cierta parte del público joven enmarcado en ese rango etario, es importante consignar también que el film estuvo consagrado a ocupar un lugar hegemónico en la escena audiovisual porteña, convirtiéndose en un clásico dentro de las funciones de trasnoche de los cines de la ciudad de Buenos Aires (Di Pietro, 2017, p.118). Como se sostuvo anteriormente, el punto de inflexión efectuado por García reclama la atención de la prensa debido al poder de convocatoria que el músico había despertado en distintos grupos de jóvenes urbanos. Tan solo un año después del *Adiós Sui Generis*, Charly ingresa en la agenda de los medios masivos hegemónicos, más precisamente en la televisión, con el desafío de ampliar las fronteras del género y hacer circular mediáticamente su nueva propuesta musical.

Rock y pop argentino: breve historia de su relación con los medios masivos de comunicación

Antes de cerrar esta introducción y profundizar en el análisis de la entrevista que Canal 9 le realiza a Charly en 1976, conviene historizar acerca de algunos ejemplos mediáticos previos al acontecimiento televisivo protagonizado por García en los que los músicos del rock y el pop ocuparon un rol relevante. La primera referencia en la que se podría pensar es el ejemplo paradigmático de *El club del Clan*, que fue un programa musical transmitido por televisión en varios países de América Latina durante la década del sesenta. En Argentina, especialmente, ocupó un lugar hegemónico en las mediciones de audiencia televisiva y alcanzó un

público masivo a través del formato de programa especial, convirtiéndose en un fenómeno para el medio audiovisual. El programa en cuestión reunió durante aquella época un importante número de cantantes e intérpretes pop en castellano, generando influencias en materia de gustos musicales y consumos culturales en buena parte de la juventud de habla hispana del Cono Sur. Algunos de sus miembros y participantes más sobresalientes fueron Palito Ortega, Violeta Rivas, Johnny Tedesco, Raúl Lavié, Lalo Fransen y Chico Novarro.^[2]

En relación con los medios masivos de soporte gráfico, se destaca la intervención de Miguel Grinberg en el equipo redactor del diario *La Opinión*, donde una de sus principales funciones fue la de escribir artículos relacionados con las temáticas ofrecidas por la escena cultural porteña así como también realizar coberturas periodísticas referidas al espectáculo y «la nueva música urbana». *La Opinión* fue fundado por Jacobo Timerman a finales de 1970 y en 1975 Grinberg se incorpora al medio para llevar adelante sus «crónicas de la resistencia musical en tiempos totalitarios» (Grinberg, 2015). Este escritor estuvo caracterizado por un importante compromiso generacional para con el movimiento sociocultural del rock y buscó denodadamente a través de sus artículos otorgarle una mayor legitimidad y presencia en la agenda de los medios gráficos a lo que él llamaba la «nueva música urbana». El trabajo comunicacional de Grinberg también se expresaba por medio de su programa *El son progresivo*, que se emitía durante aquellos años por LS1 Radio Municipal porteña. Además, estuvo al frente de una producción gráfica artesanal que derivó en la publicación en formato tabloide de *Rolanroc*, una revista en la que se incorporó el manifiesto *Rock, música dura, la suicidada por la sociedad*, escrito por Luis Alberto Spinetta, en 1973. Conviene hacer la salvedad en esta breve revisión de la historia de los medios gráficos y mencionar que desde febrero de 1970 se venía publicando la revista *Pelo*, considerada una importante fuente periodística que sentó las bases como medio de comunicación especializado en la cultura rock. Por último, en agosto de 1976 comienza a circular *Expreso Imaginario*, revista alternativa de impronta contracultural que se incorpora al ecosistema de la prensa argentina y que luego de unos años pasó a convertirse en uno de los principales medios gráficos especializados alcanzando la masividad en términos de circulación y consumo por parte del público juvenil (Graziano y Benedetti, 2016).

Otra importante referencia es la revista *Gente* editada por el Grupo Atlántida, empresa de medios que ocupa un lugar hegemónico dentro del periodismo gráfico argentino y la industria cultural. *Gente* fue creada por la Editorial Atlántida S. A., el 29 de julio de 1965 y es publicada en Buenos Aires por la misma editorial desde entonces, contando a su vez con publicaciones de contenido digital en las redes de comunicación social. A mediados de la década del setenta se caracterizaba por ser un semanario impreso con una significativa capacidad de producción y distribución de sus ejemplares, lo que llevó a la revista a alcanzar la masividad. De manera alusiva el nombre del medio apelaba a audiencias y públicos dentro de determinados parámetros de consumo cultural. Es decir, la revista *Gente* buscaba, a través de sus notas y artículos de tinte social, proveer a los lectores la posibilidad de incorporar un supuesto conocimiento de *la actualidad*, como bien expresa — pero en menor tipografía de letra bajo la palabra *Gente*— el nombre del medio. En ese sentido, la revista brindaba al público un modelo cultural desde una perspectiva y una impronta masiva, haciendo converger en sus publicaciones varios ejes temáticos relacionados con la cultura del espectáculo. Allí aparecían algunos protagonistas del deporte nacional, personajes relevantes del campo político y artistas de diversos géneros y estilos. En ese contexto mediático, el rock argentino emergía en la revista con el protagonismo de Charly García, quien supo brindar entrevistas al medio y vincularse temáticamente a través de las páginas de *Gente* con expresiones provenientes del deporte, el turismo y las distintas modas impuestas por las lógicas publicitarias de Editorial Atlántida (Blaustein y Zubietta, 2006).

Charly García y la televisión argentina

La figura de Charly García es abordada en este análisis partiendo de la definición que el propio músico hace de sus canciones en el reportaje brindado a Canal 9, es decir retomando la perspectiva de que su música es popular. En ese sentido y pensando en el rock como resultante de la cultura de masas, resulta pertinente observar cuáles fueron los actores de dicho género musical que supieron leer con agudeza la importancia de aparecer en televisión y con qué objetivos lo hicieron. Desde este enfoque analítico el caso de Charly representa un inmejorable ejemplo, sobre todo si se problematiza la manera en que el músico supo comprender la dinámica de la televisión y, sosteniendo una estrategia dialógica con este medio, lograr la ampliación de la base social del rock a través de la popularización de su imagen y la circulación mediática de su palabra.

Realizando un abordaje crítico sobre las lógicas de la televisión en dicho contexto, se puede observar que la estructura productiva del medio y sus dinámicas favorece la creación de un personaje público, un *performer* en el marco más amplio de la cultura del espectáculo (Williams, 2011). Es probable que García haya comprendido con astucia que el componente audiovisual resultaba insoslayable para la construcción efectiva de su personaje como estrella de rock, debido a que la puesta en escena de la imagen constituye uno de los pilares de la cultura de masas. Diferenciándose de otros medios masivos de comunicación, como pueden ser la radio o la prensa, el diferencial audiovisual de la televisión parecería venirle muy bien a Charly al momento de seducir y empatizar con nuevos y variados públicos. Por esta razón y como se afirmó anteriormente, cobra capital importancia el final de Sui Generis: «la despedida de Sui, planteada como un tango lacrimógeno, hará posible que García sea visto y reconocido como tal por los demás» (Conde, 2020, p.46). Este parangón proyectaba al músico hacia nuevos horizontes en el escenario cultural argentino con una primera síntesis de público que empatizaba con su propuesta artística.

A lo largo de su carrera, las presentaciones televisivas de Charly García en su papel de ídolo de rock y personaje mediático han sido innumerables. Es en este sentido que resulta valioso explorar las estrategias comunicativas y los tópicos contenidos en la entrevista que en el año 1976 le realizó Canal 9 al músico, es decir, en una de sus primeras apariciones en televisión. Conviene recordar que el reportaje promocional se lleva adelante en las instalaciones del café-concert *La Bola Loca*, que es lugar elegido por Charly para la presentación de un ciclo de recitales junto al nuevo grupo que había creado y al que eligió llamar La Máquina de Hacer Pájaros.^[3]

Lo significativo de este ciclo brindado por La Máquina de Hacer Pájaros es la numerosa cantidad de recitales que lo conformaron. Los mismos comenzaron en mayo de 1976 y se extendieron hasta los primeros días de julio del mismo año. Los conciertos de promoción ofrecidos por Charly García y La Máquina de Hacer Pájaros fueron de jueves a domingos, con dobles funciones viernes y sábados, llegando así a un total de 48 presentaciones en vivo en *La Bola Loca* (Di Pietro, 2017, p.127). Por aquel entonces un objetivo preciso atravesaba a Charly, el cual sería sostenido como un programa comunicativo compuesto por una serie de ejes temáticos que el músico desarrollaría en el terreno de los medios masivos de comunicación. En efecto, Charly expresará en sus declaraciones testimoniales su deseo de comunicarse «con la gente» por medio de «una música con proyección al futuro». Este propósito, junto con la idea de expandir su lenguaje musical es el que Charly comunicará a través de la televisión y con la ayuda de este medio intentará llegar al «gran público» (palabras que utiliza el periodista de Canal 9 para definir al público de masas de la televisión). Usando este canal comunicativo, García explicará de qué se trata su «nueva música» a la que define como «música popular».

Para Diego Fischerman, los cruces que se dan entre la música y los medios masivos de comunicación establecen nuevos paradigmas para pensar *lo popular*, a la vez que producen alteraciones «en la manera de hacer y de escuchar música» (2011, p.120), alcanzando incluso a modificar el concepto que define la música e incluso la noción misma de música popular. En tal sentido, los medios masivos de comunicación le proporcionaron a algunas expresiones de la música popular —en este caso el rock— la posibilidad de establecer modificaciones cualitativas «en cuanto al modo de circulación y recepción» (Fischerman, 2011, p.121). Es decir que serán los medios masivos de comunicación los encargados de «la ampliación del universo de receptores posibles hasta abarcar, en la actualidad —por lo menos idealmente—, a la casi totalidad de los habitantes del planeta», concibiendo así a la música popular como

un objeto predominantemente «de escucha». Una persona, sentada en su casa frente al transmisor de radio o el fonógrafo (que después se transformaría en el receptor de FM, el tocadiscos, la bandeja láser o las emisiones musicales de la televisión, hasta llegar a la especialización actual, Internet incluida), *escuchaba* la música que hasta poco tiempo antes solo podía disfrutar participando *in situ* del hecho social del que formaba parte. De esta manera, la música popular, al mismo tiempo que comenzaba a tener entidad propia como categoría de mercado, dejaba de ser popular en un sentido estricto y de poseer algunas de las condiciones que le habían sido esenciales hasta el momento. (Fischerman, 2011, pp.121–122)

Regresando al registro audiovisual que contiene el reportaje televisivo de Canal 9 a Charly quizá se pueda interpretar mejor lo explicitado más arriba. En función de ello, es necesario hacer foco sobre algunos códigos del montaje y la retórica que se presentan al comienzo de la entrevista. El video abre con la cámara recorriendo brevemente el escenario de *La Bola Loca* y mostrando a los integrantes de La Máquina de Hacer Pájaros, para luego enfocar en primer plano la figura del periodista sentado al lado del creador del grupo. El reportero, en su alocución introductoria, le cuenta a la audiencia lo siguiente:

cuando el año pasado un conjunto muy importante de la nueva música argentina que era Sui Generis se despidió del Luna Park, fue realmente una noche de apoteosis, una noche muy importante para el grupo, para los jóvenes que conformaban el grupo de Sui Generis. Esta es una noche también muy importante para uno de los integrantes de Sui Generis, su creador, que ahora nos presenta un espectáculo nuevo. El señor se llama Charly, Charly García, probablemente su imagen no sea demasiado conocida por los medios de comunicación y la intención es presentarlo [...]

Es evidente la relevancia que tiene para el periodista de Canal 9 la disolución de Sui Generis en 1975 y la manera en que este se la hace saber al público. Siendo Sui Generis considerado por el presentador como «un conjunto muy importante de la nueva música argentina», esta referencia inicial con características nostálgicas da cuenta del lugar preponderante que le otorga la televisión al ya citado evento masivo y a la figura de Charly García. En primera instancia se podría argüir que existe una apelación a la memoria reciente de quienes hacía poco tiempo atrás se habían sentido identificados con la propuesta musical de Nito Mestre y Charly García en Sui Generis. En tal sentido, la jerarquización que realiza el reportero acerca de los datos anecdóticos analizados previamente y emparentados con el fenómeno masivo protagonizado por Sui Generis, intentan convocar la atención y la empatía de los públicos televisivos por medio de la seducción y la influencia que ejercen los distintos dispositivos propios de la industria cultural y el espectáculo artístico (Martín Barbero, 2010, p.227).

Las primeras interrogaciones que le realiza el reportero a Charly consisten en «preguntarle por ejemplo qué es La Máquina de Hacer Pájaros», a lo que García responde «es el nuevo grupo que formé. Es un grupo de seis personas, donde cuatro tocan y dos cantan». Inmediatamente el periodista le consulta:

- Charly ¿qué edad tenés?

- 24 años.

- *Tocas teclados, como dice el programa.*

- Teclados sí, instrumento de teclas.

- *Vos y otros más, como dice el programa.*

- Ah sí, sí, sí, sí. Toca Moro, lo ves ahí, la batería. José Luis el bajo. Bueno, está Gustavo Bazterrica en guitarra, Héctor Dengis y Ana Quatraro.

- *Yo decía en la presentación y creo que no me equivoco, que el gran público, es decir, los medios de comunicación masivos como la televisión, de pronto no, no frecuentan tu imagen demasiado y tal vez, justamente el gran público, no conozca mucho de lo que hace Charly García. A mí me gustaría que lo expliques: ¿es una búsqueda, es una nueva música, es un nuevo sonido, qué es?*

Es de destacar la pertinencia y la agudeza del periodista al momento de realizarle estas preguntas a Charly, ya que muestra el intento por parte de los agentes de la televisión de definir y caracterizar, como se puntualizó más arriba, esa «nueva música», la cual estaba comenzando a ser tenida en cuenta dentro de las agendas y los segmentos culturales de los medios masivos de comunicación como la televisión. De esa manera y ofreciendo minutos de pantalla a las incipientes, juveniles y prometedoras figuras del rock y

al enchufar el espectáculo en la cotidianidad el modelo hegemónico de televisión imbrica en su modo mismo de operación un paradójico dispositivo de control de las diferencias: de acercamiento o *familiarización* que, explotando los parecidos superficiales, acaba convenciéndonos de que si nos acercamos lo suficiente hasta los más «lejanos», los más distanciados en el espacio o en el tiempo, se nos parecen mucho. (Martin Barbero, 2010, p.210)

En tal sentido, la música juvenil cristalizada en el rock y constituyendo una importante expresión de «lo popular urbano», es exhibida al público de masas como algo novedoso. Al interior del campo artístico-musical, la dinámica cultural que propone la televisión la convierte en un interlocutor preponderante. Esta coyuntura trasluce quizá algunos de los acuerdos entre el rock entendido como «proceso de reelaboraciones y montajes» (Martin Barbero, 2010, p.235) y las lógicas de producción televisivas. De esta forma y retomando la simultaneidad de las preguntas realizadas a García por parte del entrevistador, el músico no duda en afirmar que su propuesta «es una nueva música, porque todavía las canciones que estamos haciendo nosotros no se han inventado ninguna, o sea, las creamos todas. Y creo que es una música muy de acá, o sea, muy de este lugar, que no sé, que tiene una proyección al futuro». Aquí aparecen ciertas coordenadas dentro de lo que se podría llegar a considerar como la estrategia comunicativa de Charly, a saber: el intento por socializar comunicativamente algunas de sus ambiciones o búsquedas artísticas, estéticas y comerciales a través de la televisión. Esta compleja trama comunicativo-cultural pone de manifiesto que «en ningún otro lugar quizá como en la televisión el contradictorio significado de *lo masivo* se hace tan explícito y desafiante: la juntura quizás inextricable de lo que en ello es desactivación de las diferencias y, por tanto, integración ideológica» (Martin Barbero, 2010, p.256).

Como se conceptualizó al comienzo de este trabajo, la intencionalidad de la práctica comunicativa de Charly es pasible de ser pensada como una pedagogía del rock y la música popular. Es en ese sentido que su estrategia consistiría en dar a conocer y explicitar los componentes del género musical en cuestión con el propósito de convertir al rock argentino en una música con *proyección al futuro*, denotando que el horizonte artístico trazado sería el de la perduración a través del tiempo. «Grandes valores del ayer / serán los jóvenes de siempre los eternos / los que salen por TV» cantará en 1980 Charly García en su composición titulada «A los jóvenes de ayer», otorgándole una relevancia decisiva a la televisión. Como se subrayó anteriormente, la aparición de García en la escena de la televisión produjo una instancia de mediación por parte del músico

que buscaba legitimarse en un terreno de disputa simbólica como es el de los medios de comunicación. En esta escena y debido a que «la interpretación es una cuestión de debate, de comprensión forjada en la actividad social» (Frith, 2014, p.43), la manera de narrar y explicitar las ideas que elabora Charly estaría relacionada con su capacidad para comprender la importancia que tiene un medio masivo como la televisión, así como con aspectos vinculados con la autoridad y la legitimidad expresados al momento de producir determinados discursos, interpretaciones o juicios de valor en el campo cultural popular.

Otro momento clave del reportaje se da cuando el periodista le pregunta a Charly: «¿si la tuvieras que encuadrar en un género musical de pronto conocido, o un género con qué denominar tu música cuál sería?». García no vacila y afirma: «*música popular*». Se podría interpretar en las palabras de Charly una cualidad característica del músico para disputar el sentido de lo popular en un medio masivo como la televisión, exhibiendo una especie de «capital cultural popular» (Frith, 2014, p.37). Lo que se intenta dejar en claro aquí es que «la esencia de la práctica de la cultura popular es producir juicios y diferencias de valor» (Frith, 2014, p.48) y esto se relaciona íntimamente con el hecho de que «las reglas de conducta también incluyen la performance afuera del escenario, el modo de comportarse en entrevistas, presentaciones envasadas, videos y fotografías de prensa» (Frith, 2014, p.173). En efecto y como se ha intentado sostener hasta acá, es en la *performance* mediática de Charly donde radica la pertinencia de este análisis, que trata de abordar la forma en que el músico se presenta en televisión. Este abordaje crítico también pretende hacer la salvedad y dejar en claro que «los géneros musicales populares se forman —y deben ser entendidos— *en el interior* de un proceso comercial/cultural; no son el resultado de análisis académicos distanciados o de historias musicológicas formalistas» (Frith, 2014, p.167).

Siguiendo con los aspectos musicales que hacen a la obra de García, el reportero le pregunta al artista: «¿tu fuente de inspiración de dónde se nutre?» y Charly responde «la música clásica, el rock, un poco el jazz y bastante el tango». Lo interesante de esta respuesta es ver cómo García intenta enriquecer su lenguaje musical y ampliar las fronteras de la música popular, yendo más allá de las estructuras y las determinaciones genéricas, apelando a un diálogo con influencias musicales previas y estableciendo préstamos con otras músicas ubicadas por fuera de la órbita del género rock. En relación con las influencias musicales, Charly también es consultado por Canal 9 a propósito de su «criterio» respecto de «los revolucionarios de la nueva música pero en el mundo entero». En este sentido, García da su punto de vista y sostiene que «a partir de *The Beatles* o de [Bob] Dylan» se comenzaron a profundizar los aportes, entre los que destaca contribuciones en el plano «musical, ideológico y a nivel imagen», entre otros. Incluso, dice Charly, «muchos conjuntos que mucho acá no se conocen y que hicieron cada uno su aporte». Estas valoraciones por parte de García también buscarán ser expresadas por el músico en su obra y con la performance del ídolo de rock que encarnará años más tarde. Asimismo y de forma explícita, hablará de una identificación profunda con el citado grupo británico (*The Beatles*) desde el primer momento de su carrera artística. Esto indicaría que «la mayoría de los géneros del rock y del pop llevan las huellas de su construcción (es decir, de su construcción ideal, imaginada)» (Frith, 2014, p.34), a la vez que retorna al debate el sentido implícito que contiene la noción de autoridad en un contexto social y comunicativo determinado y que, como afirma Frith valiéndose de los aportes del sociólogo Pierre Bourdieu, «lo que resulta interesante es cómo relacionar los juicios culturales con condiciones materiales (en referencia a experiencias específicas, discursos, capacidades y saberes)» (2014, p.52).

La última pregunta en agenda que le efectúa el reportero de Canal 9 a García es la siguiente: «¿la pretensión cuál es, definitivamente, con este nuevo espectáculo, de llegar a la mayor cantidad de público posible, de transmitirle qué?», a lo que Charly contesta «de transmitirle una *nueva música diferente a la que hacía con Sui Generis*, mostrar el trabajo de un grupo muy ensamblado y *comunicarme con la gente*».^[4] Como se sostuvo desde el principio de este artículo, el intento de García por desmarcarse y cerrar el ciclo de su pasado musical reciente (Sui Generis) queda revelado en el final de la entrevista y sugiere una imagen de cambio y movilidad a tono con el ideario de la cultura rock sobre «el movimiento y el desplazamiento como un ideal, y la transgresión como una modalidad de la emancipación» (Chastagner, 2012, p.147). Al mismo tiempo y reflexionando sobre la premisa del músico de entablar comunicación con el público, se podría identificar en ella la puesta en juego de un mecanismo de interpelación a través del mensaje y la intención del músico de que la audiencia asista a los conciertos de La Máquina de Hacer Pájaros en *La Bola Loca*. Posiblemente la tentativa de Charly sería la de empatizar y comunicarse con los distintos públicos posibles que convoca la televisión en tanto medio masivo.

El periodista cierra la nota diciendo a cámara lo siguiente —mientras García fumando un cigarrillo lo observa atentamente—:

tal vez esta sea la forma de develar una incógnita por una gran cantidad de afiches, una profusión de afiches que salieron en Buenos Aires hace cosa de 20 días, que se presentaba algo denominado La Máquina de Hacer Pájaros. Ahora lo sabemos, es el nuevo grupo de Charly García, un joven de 24 años, que intenta hacer una música nueva que él denomina como popular. Gracias y suerte.

En esta alocución final, parecería que para el entrevistador terminan de cobrar sentido algunas de las necesidades artísticas, comerciales y publicitarias elaboradas por Charly. Dichas necesidades podrían estar vinculadas con las estrategias de reproducción esbozadas por García en el campo de la prensa y la comunicación. Como se postuló a lo largo de este texto, el análisis de las estrategias de socialización comunicativa que aparecen en la entrevista promocional permite pensar un determinado proceso de comunicación, como también conocer las sugestivas lógicas concernientes al campo de la producción en el marco de una campaña de prensa relacionada con un particular músico de rock. A propósito de esto y antes de pasar a las conclusiones, es pertinente retomar los datos mencionados por el reportero acerca de los numerosos afiches publicitarios y observar la confluencia que se establece, por un lado, entre la difusión y promoción televisiva del ciclo de recitales de García y su nuevo grupo en *La Bola Loca* como, por otra parte, con el intento de seducir, generar impacto visual y convocar a los públicos mediante la implementación de anuncios callejeros, dando cuenta de algunos aspectos relativos a la voluntad artística, comercial y de prensa que por aquel entonces comunicaba Charly García.

Conclusiones

En «Boletos, pases y abonos», una de las canciones compuestas por Charly García para el primer LP de La Máquina de Hacer Pájaros, el autor narraba su pasado reciente y reflexionaba acerca de las peripecias signadas por el final de una etapa artística y el comienzo de otra: «Madres, hijas, hermanas van a escuchar / el tango del adiós, del adiós. / Pronto en esta ciudad me van a nombrar / ciudadano legal, como vos». Este fragmento de una estrofa de la canción citada cuenta poéticamente la manera en que Charly elabora en sus nuevas músicas «alusiones al final de Sui Generis y una primera toma de conciencia del lugar que [...] empieza a ocupar dentro del panorama musical argentino [...] una incipiente fama y los primeros indicios de un reconocimiento público» (Conde, 2020, pp.45–46). En efecto, con el final de Sui Generis, Charly buscó «formar un nuevo grupo que se adecuara a sus expectativas» (Conde, 2020, p.44), asumiendo su lugar como creador e intentando superar la experiencia Sui Generis, cerrando de esa forma una de sus primeras etapas como músico profesional de rock.

El caso de Charly García es examinado en este trabajo como el protagonista de un importante acontecimiento en el campo de la cultura y la comunicación de masas de la historia Argentina reciente. Desde esta perspectiva, la contribución de García en relación con la especificidad cultural del rock argentino consistió en el desarrollo de una estrategia comunicacional con el afán de masificar un género hasta ese momento marginal en la escena musical argentina. La estrategia en cuestión consistió en establecer un diálogo con los medios masivos de comunicación e identificar a la televisión como un medio fundamental para la ampliación de los públicos y «la masificación de los modos de circulación de la cultura» (Fischerman, 2011, p.124). En esta coyuntura, Charly habría elaborado un programa comunicativo sostenido para expandir la llegada de su imagen y hacer que su música trascienda, se popularice y masifique.

En tal sentido el análisis crítico de la entrevista que le realiza Canal 9 a Charly García en 1976 permite pensar algunas de las intersecciones que se dan en el campo de estudio concerniente a la comunicación y la cultura. La mediación artística y cultural de García en la televisión argentina ejemplifica algunas de «las operaciones mediante las cuales lo masivo recupera y se apoya sobre lo popular [...] la presencia en la cultura masiva de códigos populares de percepción y reconocimiento, de elementos de su memoria narrativa e iconográfica» (Martin Barbero, 1987, p.61). Teniendo presente esta premisa se puede argüir que el análisis del rock, concebido como una importante expresión de la cultura de masas, debería incluir lo que sucede dentro de las lógicas de los medios masivos de comunicación y la dinámica de la industria cultural. Esta propuesta analítica radica en que

La cultura de masas [...] no es solo un conjunto de objetos sino un «principio de comprensión» de unos nuevos modelos de comportamiento, es decir, un modelo cultural. Lo cual implica que lo que pasa en los medios no puede ser comprendido por fuera de su relación con las mediaciones sociales. (Martin Barbero, 1987, p.59)

Además de las herramientas que provee este enfoque culturalista, hay que apuntar también que el análisis crítico del reportaje escogido como objeto de estudio exhibe una serie de aspectos relacionados con la conflictividad y tensión que se produce a la hora de caracterizar el género en la música popular de Argentina. Esto amplía el horizonte de interpretación al tiempo que genera nuevos interrogantes debido a que «los estudios en música popular tienden a evitar el uso de criterios esencialistas para definir género musical, pues finalmente género puede ser más una categoría del discurso que un rasgo intrínseco a la propia música» (González, 2021, p.88). Como se trató de sostener hasta aquí, la aparición de Charly García en la

escena musical juvenil de la década de 1970 tuvo como intención ampliar las fronteras del género rock en Argentina, y esta ampliación se sucede en gran medida gracias a la televisión, entendida como el medio a través del cual se construye e instituye la cultura de masas. Es en ese sentido que a través del análisis de la entrevista a Charly en 1976, se puede reflexionar acerca de la imbricación de lo popular en lo masivo y sus tensiones, así como indagar el lugar que ocuparon los medios de comunicación en el proceso de construcción de la cultura rock.

Bibliografía

- Alabarces, Pablo (1993). *Entre Gatos y Violadores. El rock nacional en la cultura argentina*. Buenos Aires: Colihue.
- Biblioteca Nacional Mariano Moreno (Argentina). Departamento de Archivos. Fondo Editorial Sarmiento. Archivo de redacción Crónica. AR00102164: Músico.
- Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín. (2006). *Decíamos ayer: la prensa argentina bajo el Proceso*. Buenos Aires: Colihue.
- Chastagner, Claude (2012). *De la cultura rock*. Argentina: Paidós.
- Conde, Oscar (2020). *Charly García, 1983. Acerca de Clics Modernos*. Buenos Aires: Unipe.
- Delgado, Julián (2016). El show de los muertos: música y política en el grupo de rock argentino Sui Generis. En *A Contracorriente: Una Revista De Estudios Latinoamericanos*, 13 (3), 18–49.
- Di Pietro, Roque (2017). *Esta noche toca Charly: un viaje por los recitales de Charly García (1956–1993)*. Buenos Aires: Gourmet Musical Ediciones.
- Fischerman, Diego (2011). *Después de la música. El siglo xx y más allá*. Buenos Aires: Eterna Cadencia Editora.
- Frith, Simon (2014). *Ritos de la interpretación: sobre el valor de la música popular*. Buenos Aires: Paidós.
- González, Juan Pablo (2021). *Pensar la música desde América Latina*. Buenos Aires: Gourmet Musical Ediciones.
- Graziano, Martín E. y Benedetti, Sebastián. (2016). *Estación imposible: Expreso Imaginario y el periodismo contracultural*. Buenos Aires: Gourmet Musical Ediciones.
- Grinberg, Miguel David (2015). *Un mar de metales hirvientes: crónicas de la resistencia musical en tiempos totalitarios (1975–1980)*. Buenos Aires: Gourmet Musical Ediciones.
- Madoery, Diego (2017). *Charly García y la máquina de hacer música. El estilo musical en las canciones del período 1972–1996*. (Tesis doctoral inédita). Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Martín Barbero, Jesús (1987). Memoria narrativa e industria cultural. En *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. Buenos Aires: FELAFACS, Ediciones G. Gili.
- Martín Barbero, Jesús (2010). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Anthropos.
- Pujol, Sergio (2013). *Rock y dictadura. Crónica de una generación (1976–1983)*. Buenos Aires: Booket.
- Vila, Pablo (1995). El rock nacional: género musical y construcción de la identidad juvenil en Argentina. En *Cultura y pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Ediciones Néstor García Canclini.
- Williams, Raymond. (2011). *Televisión: tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

FUENTE PRIMARIA AUDIOVISUAL

- Archivo Prisma. (2016). *AV-3878 [Entrevista a Charly García]* [YouTube]. De <https://www.youtube.com/watch?v=fp9ufWDePIQ>

NOTAS

- [1] El Archivo Prisma fue el encargado de subir a *YouTube* el contenido del reportaje que le hace el noticiero de Canal 9 a Charly García. Esta entrevista se encuentra disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=fp9ufWDePlQ>
- [2] Para conocer más detalles acerca del fenómeno masivo generado por *El club del Clan* se sugiere ver un fragmento de *Si te he visto, no me acuerdo*, programa conducido por el historiador Felipe Pigna y emitido por la Televisión Pública Argentina: <https://www.youtube.com/watch?v=UfdAT0UZrOA>
- [3] En 1976 Charly García forma la Máquina de Hacer Pájaros, grupo con el que grabará dos discos de estudio. El primero se tituló de manera homónima al nombre de la banda; el segundo grabado en 1977 se llamó *Películas*. Con una base rítmica integrada por Oscar Moro en batería y José Luis Fernández en bajo, sumado a los aportes en guitarra de Gustavo Bazterrica, García integraría posteriormente a La Máquina de Hacer Pájaros a Carlos Cutaia, quien se desempeñaría en el grupo como tecladista, compositor y arreglador orquestal, un indicio que sirve para pensar algunos de los préstamos que se establecían desde el rock con otros géneros musicales. En su nuevo grupo, García lograba conjugar de manera ecléctica y creativa su formación «en el piano clásico-romántico (rasgo inédito, al menos, en las primeras generaciones de músicos locales en el rock), y su oído absoluto, igualmente extraño en estos ámbitos» (Madoery, 2017 p. 11). Todo esto sumado al perfil musical clásico de Cutaia —quien había tenido su última experiencia grupal con Luis Alberto Spinetta en Pescado Rabioso—, el cual contribuyó a la elaboración de un lenguaje musical singular dentro de las composiciones de La Máquina de Hacer Pájaros.
- [4] Las cursivas son propias.

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/ameli/journal/645/6455109010/6455109010.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Francisco Gastaldi

Música popular y medios masivos de comunicación: un análisis
acerca de la irrupción de Charly García en la televisión argentina
***Popular Music and Mass Media: An Analysis of Charly
García's Emergence on Argentine Television***

Revista del Instituto Superior de Música

núm. 26, e0076, 2024

Universidad Nacional del Litoral, Argentina

extension@ism.unl.edu.ar

ISSN: 1666-7603

ISSN-E: 2362-3322

DOI: <https://doi.org/10.14409/rism.2024.26.e0076>



CC BY-NC-SA 4.0 LEGAL CODE

**Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-
CompartirIgual 4.0 Internacional.**