

Nº 0: AGOSTO DE 2024

ROCK & SHOWS

Denisse Malebrán

La voz de Saiko habla del rock en Chile, sus inspiraciones musicales y gustos *cheleros*.

+18

- Lenguaje ofensivo
- Alcohol
- Sustancias ilícitas



TAMANGO
BREBAJES 

SUNSET

AMERICAN AMBER ALE / 6% ABV



Índice

COLOFÓN.....	4
EDITORIAL.....	5
RESEÑAS.....	6
CULTURA POP.....	12
ENTREVISTA: DENISSE MALEBRÁN.....	18
HISTORIAS.....	26
ENTREVISTA: GABRIEL THOMAS.....	31
ANÉCDOTAS Y CURADERAS.....	34
R&S TOP 5.....	40
DESTACADO.....	44
PANORAMAS.....	47
DESPEDIDA.....	49

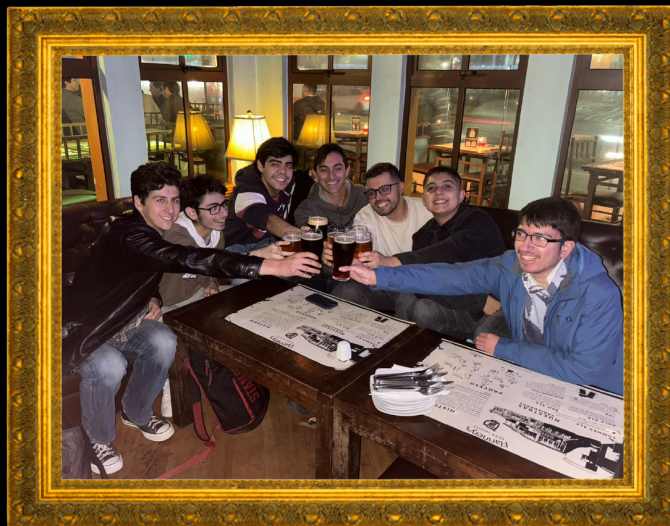


NUESTRO EQUIPO

Editor General: Benjamín Carrasco

Editor de Arte: Gonzalo Slako

Equipo periodístico: Borja Baeza, Sebastián Barría, Jorge Cofré,
Vicente Flores, Fernando Ríos



Un equipo comprometido y amante del rock y la cerveza surgido en:

Taller de Productos Periodísticos 2024

Cuando juntas a siete cabros cerveceros de 23 años en una mesa, ¿de qué crees que hablarán? ¿Política? ¿Deportes? ¿Noticias en tendencia? Puede ser, pero la *weá* con nosotros fue diferente. Porque cuando a uno se le ocurrió tararear el coro de “Radio Gaga” de Queen, la *volá* se descontroló.

El mundo del rock ha estado inmerso en cada uno de nosotros desde chicos, ya sea por nuestros padres o descubrimientos propios: **Foo Fighters, Ozzy Osbourne, Linkin Park, Queen, Los Bunkers o Los Prisioneros**; todos conocemos mínimo una canción de estos grupos. Junta eso con nuestro **fervente amor por la cerveza**, el elixir de nuestros ídolos rockeros, y obtienes Rock & Schops, nuestro instrumento para llegar al público *po' master*.

Nuestra revista, destinada a todo fanático o fanática del mundo de la cerveza o el rock, o incluso ambos juntos, espera darles el lujo que buscan, ya sea **panoramas para el finde, reseñas de eventos o productos de este mundo**, un acercamiento más personal con **las estrellas del momento** o una historia para leer que, de seguro, será un acompañamiento perfecto para tus jornadas tomando chelita o escuchando algo de rock.

¿Qué haces ahí sentado entonces? **Partiste a tener tu schop servido y los parlantes encendidos** pa' esta edición número cero de tu nueva revista favorita, compadre.

EDITORIAL ROCK & SHOPS

La epiléptica disección del Movistar Arena

Capaz de romperle la cabeza a cualquiera. Mientras más renombre internacional gana el Movistar Arena, nuestro clásico coliseo del Parque O'Higgins, son más los artistas extranjeros que sueñan con llenarlo un día. Pero pareciese ser que a algunos les gusta meter a su gente en un laberinto de colores que deja la sensación de no tener fin. Entrar a la página web para hacerse con una entrada no solo puede dejarte con los bolsillos vacíos, sino también con una secuela digna de la epilepsia.

Comprar un ticket para los artistas nacionales en el Movistar no suele ser un calvario. Puedes escoger ver el concierto desde lejos en tribuna y sentado o vivir la experiencia de cancha por un precio más barato que pagar por un asiento. Y si bien grupos de afuera como Ghost han demostrado ser fieles creyentes de esta práctica, la realidad es otra ya. El *show* en noviembre de Toto para este año en Chile es un claro ejemplo. Donde otros artistas llenan el Movistar con solo seis secciones, ellos lo hicieron con once. La más barata – una recóndita franja al fondo del lugar llamada “Tribuna” – alcanzó los \$ 40.300 pesos, mientras que Cancha asciende a los \$ 69.900, a pesar de que la vista del sector estará cubierta por quienes tengan la fortuna de poder hacerse con un ticket a Cancha Vip por solo la *módica* paga de \$ 207.000 pesos para estar al frente de los legendarios rockeros.

¿Cuál es el problema? Que a pesar de tener más opciones en cuanto a lo que estás dispuesto a pagar, menos cupos hay para comprar. Lo que aumenta es la división del Movistar, no la capacidad del recinto. Lo que quiere decir que, si no alcanzaste a comprar la entrada que buscabas rápidamente, deberás resignarte a comprar algo más caro, que tal vez ni te acomode, o no ir al concierto y llorar en casa. E incluso así, Toto agotó las entradas en menos de 24 horas.

Esta es la realidad actual de nuestro coliseo, “venderles” a los fanáticos una mejor experiencia que, más que reconfortar, lleva a la epilepsia misma al exponerlos a ese arcoíris de opciones que, con su sanidad mental, también se lleva sus billeteras.

Probando chelas #1: En la variedad está el gusto

Por Borja Baeza



Petermann Piedras Negras (Porter):

Ubicada en la selva patagónica, en la localidad de Huilo Huilo, nacen las Cervezas Artesanales Petermann; un elixir fabricado con cuatro tipos de lúpulos (*Cascade, Perle, Willamette y Fuggle*) mezclado con el agua proveniente de las vertientes del sur,

otorgándole la limpieza natural que entrega la pureza del producto. La botella, de color marrón, protege contra los rayos ultravioleta, disminuyendo la exposición a la descomposición de la materia de la cerveza.

En esta entrega, saboreamos los lúpulos de Piedras Negras (Porter). Su fermentación es alta, lo que le otorga un carácter rudo y vigoroso. Amarga, con abundante espuma e incluso cremosa, resulta potente para quien no está acostumbrado a los sabores fuertes. Su sabor recuerda tanto a una taza de café sin azúcar como al chocolate más amargo que se haya probado. No es una cerveza recomendable para quienes no tienen el paladar adecuado ni para los amantes de lo dulce.

Su esencia carece de sutileza. Patea en el paladar de tal manera que la reacción puede ser de rechazo o de gusto en las papilas del consumidor. Para quienes gozan de este tipo de sabores, no le temen al líquido oscuro color y les gusta el café “amargo como la vida”, puede que hayan encontrado en este brevaje a su nueva mejor amiga.



Patagonia Hoppy Lager por Austral:

Si bien ya nos encontrábamos en el sur del país, ahora nos adentramos casi en Tierra del Fuego para llevar a cabo la degustación de una de las cervezas más conocidas e incluso preferidas por los chilenos: Cerveza Austral.

Ubicada en Punta Arenas desde su fundación en 1896 por José Fischer, maestro cervecero alemán, Cerveza Austral ha conservado su esencia junto con su proceso de producción original. Elaborada con ingredientes mezclados con la helada agua de la Patagonia, la cervecería ha logrado llevar a cabo seis variedades a lo largo de los años, obteniendo el premio World Beer Awards con las variedades Calafate y Torres del Paine.

Dentro de los últimos años surgió de sus fábricas una nueva

RESEÑAS

variante que se ha mantenido leal en la línea de producción y su popularidad ha llegado a niveles similares a las cervezas mencionadas anteriormente. Su propuesta es innovadora gracias a la exploración de sabores lager, junto con la propuesta atrevida del diseño de la lata; la cual muestra criaturas legendarias.

Al momento de pensar en la Hoppy Lager, la primera palabra que viene a la mente es: refrescante. Sus sabores frutales, con un toque de amargor, bajan por la garganta dando la sensación perfecta de frío con que la cerveza fue destinada a consumirse. Sus lúpulos (*Apollo, Eureka y Cascade*) están presentes tanto en aroma como sabor; los cuales, mezclados con diversos tipos de malta (Pilsener y Caramelo) proporcionan carácter y elegancia al bebestible.

El animal que se encuentra en la lata es el milodón, un mamífero propio de la zona sur de nuestro país y que se caracterizaba por medir cerca de tres metros de altura.



Tamango Brebajes El Dorado Golden Ale:

Fabricada en la comuna de Quilicura y envasada en una lata de 355 ml. con un diseño que remite a la cultura azteca.

Al igual que la leyenda El Dorado, la espuma densa protege el brillante color amarillo profundo que se encuentra envuelto en aromas de caramelo y malta. Su “amargura” no menor se equilibra con los sabores frutales. Las maltas Viena, Pale y Caramelo forman parte de su cremoso cuerpo.

Como dice su lema “Dime qué tomas y te diré quién eres”, esta es una cerveza para quienes buscan explorar con la finalidad de encontrar una recompensa que valga la pena el complejo viaje. El aventurero se vuelve uno mismo, mientras que la garganta se convierte en la herramienta más preciada que debe saborear la diversa variedad de sabores que la selva presenta.

From here to beer es otra de las frases que acompañan la creación artesanal de este brebaje. “Acompáñanos en este viaje, el cuál no tenemos claro donde empezó, pero esperamos no termine nunca”, una cita que tiene puede relacionarse perfectamente con la leyenda.

La pasión por el oro se formó sobre la base de las leyendas y el deseo de satisfacer la fiebre del oro. La propuesta de Tamango Brebajes trae una solución a tan desesperado intento.

Un gran plus es el arte en la lata.



Alameda Beer Co. Línea 1 Amber Ale:

De color cobre, una delgada capa de espuma y un sabor fuerte. Ubicada en barrio Matta, en Santiago, está la fábrica que crea la amplia variedad de brebajes artesanales de Alameda Beer Co. Línea 1 es una Amber Ale roja que lleva el nombre de una de las líneas de metro más usadas por los santiaguinos para el transporte.

La tonalidad oscura se asemeja al cobre, dando la sensación de que se encuentra al límite de una Ale. Las maltas incluyen Pilsen, Munich, Aroma, CaraMunich II, Cara Amber y levaduras US-05. La amplia variedad de mezclas se encuentra envasado en una lata de 473 ml, cuyo diseño le hace justicia al nombre de la cerveza, junto con indicar que el ABV (*Alcohol By Volume*) es de 5,5%.

A modo de consejo, no nos dejemos engañar por las apariencias. La robustez del color podría causar rechazo para aquel consumidor que busca cervezas de sabor más suave. Su contenido no es distinto en amargor a cualquier otra Ale. Se intensifica, efectivamente, por la mezcla de tonalidades, pero el sabor y su calidad no se ponen en duda tras el primer sorbo.



Foto: YouTube/ShounTrack.

ShaunTrack: Un youtuber para aprender de música, y vibrar con el buen rock nacional

Por Sebastián Barriá

¡Si es chileno, es bueno!, es lo que decimos siempre, con orgullo, y ¿cómo no?, si en nuestro país hay talento de sobra, y se refleja no solo a través de la pasión por lo nuestro, sino también gracias a profesionales capos como este *influencer* español, que se dedica a estudiar este arte a través de la deconstrucción de los *singles*.

Cada video empieza con él saludando a sus seguidores “ShaunTrack, Shaun para los amigos” y luego le pone *play* al temita para estudiarlo sigilosamente.

Cada 5 segundos aproximadamente, va deteniendo su reproducción, con el fin de explicarle a su audiencia qué instrumento es el que está escuchando, incluso si

son muchos a la vez, y a qué estilo de música pertenece.

Además de esos datos, este máster utiliza los instrumentos de su estudio, para tocar la parte mencionada y así podamos ver el proceso creativo, pero con él como protagonista, ¡un genio!

Los chilenos más cuáticos

Claro ejemplo es lo que este compadre hizo cuando le tocó hacer un video sobre Los Jaivas, puesto que sus seguidores chilenos lo pedían hasta el cansancio. **Además de ser buenísimo en lo que hace, es un tipazo cercano a su audiencia.**

Partió definiendo a este conjunto como “rock psicodélico”, y le tiró flores al técnico de sonido del Festival de Viña del Mar, ya que la presentación que vio fue del 2011 en ese escenario.

Se dio muy interesante este video, ya que observamos su capacidad para analizar un *show* en vivo, donde además de conceptos teóricos, detalló lo que se quería crear en el ambiente, mientras los instrumentos iban sonando, junto con las dificultades que implicaban para los artistas en el escenario, una actuación de este nivel.

“Estoy ahora mismo muy loco”, dijo producto de la mezcla de sonidos que se dio en esta presentación.

Tan *brígida* fue la impresión para él de este concierto en vivo, que **comparó la batería de Julieta Parra con Led Zeppelin**. ShaunTrack destacó la conexión de ritmos, como *black metal* e impresionismo, junto con la coordinación de la banda. También ha analizado a Chanco en Piedra, Los Bunkers, Los Prisioneros, entre otros.



Reseña R&S: Dark Matter de Pearl Jam

Por Jorge Cofré

A veces, sacar nueva música a bandas icónicas, puede ser un fracaso, como le pasó a Metallica en 2003, con el *St. Anger*, nadie se quiere acordar de ese fiasco, sin embargo, en este caso fue la excepción.

Pearl Jam pudo sumarse a ellos, pero con la producción de Andrew Watt, que ha sido productor de Dua Lipa, Avicii y Ozzy Osbourne (párrafo aparte para el Príncipe de las Tinieblas), el grupo pudo tener lucidez musical para darle la chispa al álbum, que termina siendo muchas cosas dentro de

11 canciones, pero sin olvidar la esencia, temas rápidos y rockeros.

Las canciones

La canción homónima del álbum es el primer acercamiento de la frescura que mantiene Eddie Vedder dentro de sus temas, además de las guitarras potentes del tema.

“Scared to Fear” o “Running” vuelven a las raíces con el rock clásico y punk de los 90.

“Wreckage”, es el tema country

del disco, aunque eso enriquece al álbum. Jugar con la armonía vocal de Vedder, fanático del vino, por cierto, las guitarras acústicas y eléctricas logran que Watt sea considerado uno de los productores del momento.

“Setting Sun” con el ambiente tribal, hace que sea como, un tema y un ambiente.

“Upper Hand” tiene esos pianos de película al inicio, que recuerda a clásicos, mientras que hay una canción especial para sus hijas, “Something Especial” una letra *catstevensca*, Yusuf o como sea que se llame ahora Cat Stevens, **dándole consejos a sus hijas y hablándoles en el rol de padre.**

Estos pasajes lentos y tiernos hacen que el disco sea recomendable, pese a que no llegará -espero no mufarla- al nivel de Ten, **puede ser un disco para escuchar en la tranquilidad de tu casa**, con la frescura de distintos ambientes de Pearl Jam.



Eddie Vedder | Foto: Getty Images.



OFERTAS

PIANOS Y TECLADOS

KORG

hasta **35%** dcto.



DESPACHO
GRATIS
A TODO CHILE*

MÁS DE
+1.000
PRODUCTOS



CUOTAS
SIN INTERÉS

*EXCLUYE ISLA DE PASCUA Y PIANOS VERTICALES. SOLO COMPRAS ONLINE



AUDIOMUSICA

¡HISTÓRICO! POR PRIMERA VEZ JUNTOS EN CHILE

JOURNEY



SPECIAL GUEST

DEEP PURPLE

17 DE SEPTIEMBRE

ESTADIO STA. LAURA - UNIVERSIDAD SEK

INICIO PREVENTA 20% DCTO. CON TODO MEDIO DE PAGO EL 10 DE JUNIO A LAS 11:00 HRS POR 24 HRS Y/O HASTA AGOTAR STOCK DEL 30% DE LA CAPACIDAD DISPONIBLE PARA VENTA DEL RECINTO.

VENTA
DE ENTRADAS

**PUNTO
TICKET**

TheKnife

**BIG
STORE**



ROCKAXIS



Mercury
concerts

the fanlab
production

PRODUCE

EL ÚNICO MEDIO DE VENTA AUTORIZADO ES PUNTOTICKET, CUALQUIER OTRO SISTEMA ES REVENTA Y PUEDE PERJUDICAR AL CONSUMIDOR.

CERVEZA EN LA CULTURA POP

Por Vicente Flores

1. Jack y su amor por la chela

“La cerveza es la mejor bebida del maldito mundo”, sentenció el famoso actor de Hollywood, Jack Nicholson. Y si lo dice el maestro, es porque es así.

Por sus declaraciones, parece que el actor de 87 años, protagonista de “El Resplandor” tiene las cosas claras, y la verdad, nadie debería ponerse a discutir con un ganador de premios Oscar, BAFTA, Golden Globes e incluso Grammy, por lo que está de más decir que estamos totalmente de acuerdo con él y su sabiduría.

Por ello, si vas a ver “Atrapado Sin Salida”, “Mejor... Imposible” o incluso la Batman del ‘89, te recomendamos que la acompañes con una buena dosis de birra en honor a la leyenda.



2. Breaking Beer

La cerveza está en todos lados, hasta en una de las mejores series de la historia, como lo es Breaking Bad. En esta historia sobre el profesor de química (Walter White) que se convierte en un maestro de la metanfetamina azul, su cuñado y agente de la DEA, Hank Schrader, decide ocupar su tiempo libre en fabricar una rica birra. “Schraderbräu” se llama su marca de cerveza, y el policía se muestra muy dichoso embotellando su chela en el quinto capítulo de la segunda temporada, llamado Breakage.

También, se le puede ver en el decimotercer episodio de la misma temporada, llamado ABQ, donde para ayudar a su buen y legal cuñado calvo, a quien se le organiza una recaudación de fondos por su tratamiento contra el cáncer, aporta un jugoso six de sus heladas... ¡Salute!



3. Choose Pilsen

Choose life. Choose a job. Choose a career. Choose a family.

Todo cinéfilo pretencioso, habiendo leído esto, sabrá a qué película me refiero. Trainspotting (1996) debe ser de las joyitas del séptimo arte que mejor retrata la decadencia y el desdén por la vida misma.

Y cómo no, una de las buenas amigas de esta desgracia humana es la infaltable cerveza. Pese a que los protagonistas se inyectan y fuman cositas harto más feas, la chelita también está en todo momento. Y el mejor momento para retratar la locura que puede provocar una baltiloca es cuando Begbie, uno de los personajes principales, arroja un vaso shopero desde el segundo piso, para así iniciar una riña con quien fuera.



Recordemos que el consumo nocivo de alcohol, y según la Ley N° 21.363, es peligroso para tu salud y está prohibido para menores de 18 años, conductores y recomendado evitar en caso de embarazo. Cuidemos nuestra salud.

FOREIGNER

BY LOU GRAMM



¡GRANDES ÉXITOS!

15 AGOSTO - 20:30 HORAS

SOMELIER
HOTELS

ENTRADAS EN VENTA: BOLETERIA DEL TEATRO **PUNTO
TICKET**

TEATRO CAUPOLICAN

SEÑOR DE AFICHES

ROCK & SCHOPS



Foto: YouTube/Stephen Colbert

Hace mucho tiempo, en un Chile muy, muy lejano...

Por Borja Baeza

Imaginate estar viendo la trilogía original de Star Wars un domingo en el Canal 13 y de repente, cuando se supone que se vienen los comerciales, **de la nada aparece la misma cerveza que estás tomando en la película.**

¿Qué weá?

Justamente eso fue lo que pasó en el 2003 gracias a Jorge Gran (gerente de Marketing de CCU), Denise da Fonseca (gerente de Medios de CCU), Anita Rosales (subgerente de Medios de CCU), Manuel José Noguera (jefe de Marca Cerveza Cristal) y Felipe Wielandt (subgerente de Marketing de Cerveza Cristal).



Foto: Cristal

Estamos hablando de una época donde no existía el *streaming*. Si daban comerciales tenías que cambiar el canal *pa'* no bancarte la media publicidad. Sin embargo, ese era la forma de mostrar los avisos y que la gente enganchara con el producto.

Sin embargo, los compadres **lograron luchar contra el zapping para que la cerveza se mostrará como parte de lo que el televidente estaba viendo.** Los locos *vivaldi*.



Foto: Cristal

La fuerza está con Cerveza Cristal

En una entrevista con el Diario Financiero, CCU comentó cómo se dio el desafío y la oportunidad que los haría ganar un premio Grand Prix de Cannes por creatividad en medio. “En esa época **existía el desafío de ‘luchar contra el zapping’, es decir, lograr que los consumidores pudieran exponerse a la marca a través de los comerciales y les prestaran atención**”.

¿Y cómo *cresta* lo hago para que la gente pesque los comerciales? Los haces parte de la película, *po' máster*.

“El objetivo era insertar nuestros productos en las películas que proyectaba Canal 13 de una manera creativa, sutil y que ‘evadiera el zapping’”. *Cáchate*.

Fue tanta la fama que los *cabros* **consiguieron llamar la atención**

de George Lucas, pero de mala manera. Como se dice en buen chileno: se *picó*. La productora emitió un reclamo ante el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria de Chile (Conar), ya que **era una infracción al derecho de autor** y otras cosas más. Esto causó que la publicidad **nunca volviera a ser emitida**.

Pero George, si era *talla nomás*. En todo caso, **Chile zafó de la demanda gracias a un brevísimo cuadro negro que iba entre medio de la escena de la película y el comercial;** esto con la finalidad de dar a entender que comenzaba el espacio publicitario. Unos cracks.

Cerveza Cristal en EE.UU.

Tras 21 años del famoso comercial, este **volvió a causar furor gracias al programa “Late Show” con Stephen Colbert,** donde Cristal apareció en el programa de CBS, ubicando a Chile nuevamente en el mapa.

Que grande que es la *chispeza* del chileno.



Foto: Cristal

Como bonus, algún crack se las mandó con este juguetito *fan-made* para conmemorar el choque cultural más *geek* de Chile. Ojalá que George nunca lo pille.



Foto: Reddit



Foto: Estrella Galicia

La Estrella de La Casa de Papel... literalmente

Por Fernando Ríos

Supongamos no que *cachai* “La Casa de Papel”. Supongamos, porque pucha que es conocida la serie. Y si por casualidades de la vida no la has visto, aquí te va un datito no menor.

Y es que el Profe y su bandita saben de buen gusto cuando se trata de cerveza. Durante toda la serie, se puede ver botellines de Estrella Galicia, brebaje bastante degustado (y querido) por los españoles. Se pudo apreciar en varias escenas (alerta de *spoiler* si todavía no la ves) como por ejemplo en la huida del Profesor con Helsinki en un camión de la mencionada chela.

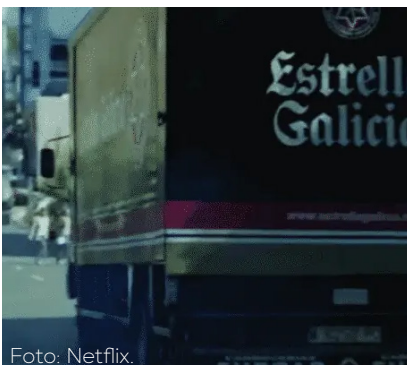


Foto: Netflix.

No solo eso, sino que la botellita se hace presente en los bares, almuerzos, posavasos y diferentes momentos que viven los personajes. Es tan *brigida* su presencia que sale hasta cuando Denver se cura.

La resistencia chelera

Ahora, se estarán preguntando ¿qué tiene que ver la cerveza con la Casa de Papel? Nada en realidad. Pero si entramos más en detalle, se trata del posicionamiento de productos en escena, o *product placement* para los bilingües.

La gracia de esta estrategia está en que *chantan* una marca en específico como parte de la trama y no como publicidad. Estrella Galicia ganó gran reconocimiento mundial al ser la bebida preferida de los protagonistas, por lo que sus ventas y reconocimiento subieron como la espuma. El arte de un marketing que, más encima, también va a estar en el *spin-off* llamado “La Casa de Papel: Berlín”.



Foto: Estrella Galicia.

Los socios de la chela aprovecharon el éxito para lanzar 50 millones de botellas (si papito, 50, leyó bien) con la imagen de Pedro Alonso, quien interpreta a Berlín en la serie. El spot tuvo como antesala el supuesto robo del collar de la modelo Cristina Pedroche, que dejó descolocada a la audiencia de España. La aparición de la publicidad junto al actor aclaró el

misterio.

¿De dónde viene esta joyita?

Esta *chelita* de origen español nació en 1906, en La Coruña. La idea vino de José Rivera C., emigrante gallego que después tomó sus cositas y se fue a México por temas de negocios. Con la platita ganada, Rivera decidió emprender en rubro. La empresa Hijos de Rivera, que se encarga de fabricar la birra, al principio se dedicaba más a hacer hielo que otra cosa. Con el tiempo se fueron dando cuenta que el mercado del *copete* era más rentable, y comenzaron a meterle *wendy* con la cerveza.

Con mentalidad de tiburón, instalaron el primer cultivo de lúpulo en 1914. La primera chela sería una Pilsen, pero pronto pasaría a ser la Lager que los españolísimos conocen.



Foto: Estrella Galicia

Desde entonces, tienen hartas elecciones. Algunas son conmemorativas, estacionales, otras más clásicas que otras. Sea cual sea que escoja, le recomendamos meterla en el *refri*, esperar un rato y cuando esté heladita, hacer el ritual que todos los cerveceros de corazón hacemos. ¡Salute!



Foto: Estrella Galicia.



CERVECERÍA

Kunstmann


...das gute Bier

VALDIVIA

Destapar una kunstmann
es más fácil que leer esto.

La voz femenina del rock nacional

Denisse Malebrán

A photograph of Denisse Malebrán performing on stage. She is the central figure, wearing a black, long-sleeved, lace-trimmed top and a shiny, black, pleated skirt. She is holding a microphone and singing. To her left and right are two other women, also in black outfits, standing behind microphones. The background features large, illuminated, stylized letters, possibly spelling 'FESTIVAL'. The lighting is dramatic, with a strong yellow glow on the right side of the stage.

“Recuerdo estar horas escuchando a Depeche Mode en mi pieza, porque ese era mi carrito favorito cuando adolescente”.

La artista nacional reflexiona sobre la actual escena musical, donde valora la consolidación de cantantes femeninas, pero critica la escasa visibilidad que ofrece el mercado para las agrupaciones rockeras.

Por Vicente Flores

Una sonrisa de inmediato. Los ojos de la cantante no se apagan en ningún momento, porque por más que esta sea una de las numerosas entrevistas que ha dado a lo largo de su carrera, hablar sobre su razón de vida no es un mero trámite. Denisse Malebrán (48) se explaya como si estuviera en el living de su hogar. Con una blusa blanca y un chaleco sin mangas del mismo tono que su despreocupado cabello, la risa brota sin mayor esfuerzo. “Dale, tenemos como una hora, porque después tengo otra entrevista”, dice de entrada. No sería así, dado que el diálogo se prolongó por más de 60 minutos, y con justo motivo, pues relatar casi 30 años de aventuras artísticas toman su tiempo.

Desde pequeña acostumbrada a escuchar música en su casa, Malebrán ha pasado por variados gustos melódicos. Desde el *new wave* ochentero hasta el *indie* más melancólico de toda época. Así fue forjando su vida, hasta llegar a fundar Saiko junto a los ex La Ley, Luciano Rojas y Rodrigo “Coty” Aboitiz en 1999. Miles de discos vendidos, rostro de la extinta Virgin Records y sus constantes videos en MTV son signos de la popularidad que alcanzaron entre

finis de los noventa y principios del nuevo siglo. Y hasta hoy siguen vigentes, porque con su último disco “Drama” (2023) bajo el brazo, se niegan a sucumbir al limitado mercado musical chileno, que ya no tiene cabida para bandas de pop rock, como sí lo era en antaño.

Denisse se lo toma con medida, porque sabe que sus viejos y nuevos *fans* seguirán estando, pero recuerda con nostalgia los tiempos en que Saiko era una banda juvenil y brillaba en medio de festivales plagados de otras agrupaciones criollas, como La Ley (que dio origen al grupo de Denisse), Lucybell, Los Tres, Chanco en Piedra, Los Bunkers o Nicole. Ya no son veinteañeros, pero durante algunos minutos ella volvió a serlo.

- ¿Cómo fueron tus inicios en la música?

- En mi casa siempre se escuchó música. Mi papá escuchaba rancheras y baladas, y mi mamá era más romántica y de folklore. Pero mis tíos escuchaban otro tipo de música. Con ellos conocí Queen o The Police, porque ellos eran más jóvenes que mis papás. Ahí conocí la música anglo, y me di cuenta de que eso era lo que más me gusta-

ba. También me acuerdo de tener 12 años y escuchar Soda Stereo, y ahí ya no hubo vuelta atrás. Me di cuenta de que esa era la música que me movía.

Curiosamente, no me gustaba mucho el rock latino. Siouxsie, Depeche Mode, The Cure, Cindy Lauper y para qué decir Depeche Mode, mi banda favorita de toda la vida... todo lo que fuera raro e inglés me gustaba... siempre me ha gustado la música melancólica. Los Prisioneros igual me gustaban, pero nada más de latino. No me gustaba Charly o Fito Páez, por ejemplo.

- ¿Y de los noventas?

- Ahí fui súper fanática del *brit pop*. Blur y Radiohead... y el *grunge* nunca me gustó. Lo más gringo que me gustó fueron Pixies y Breeders. Y de Inglaterra, PJ Harvey... Las cantantes femeninas me enloquecían, como Alanis Morissette, Fiona Apple, Björk y Sinéad O'Connor.

Pop rock en el oasis

- Cuando eras adolescente, ¿tenías amigos que escucharan la misma música que tú? →



Foto: @nelsongalazca



Saiko en vivo.

-No. Siempre fui de pocos amigos, toda mi vida. Sí iba a fiestas temáticas en el Don Bosco. Se hacían fiestas de Depeche Mode increíbles, e ibas a escuchar tu música y bailabas, era la *raja*.

Eso sí, no tomaba copete en esa época, siempre fui mala *pa' carretear*, recién de vieja empecé a tomar. Recuerdo estar horas encerrada en mi pieza escuchando a Depeche Mode, ese era mi carrete favorito. Siempre fui de pocos amigos, así que tampoco era como que me juntara a hacer vida social.

- ¿A la Blondie también ibas?

-Sí, cuando estaba en la universidad. Fui antes de entrar a la banda y después la segunda *pata* me la pegué ya tocando en Saiko. En el 99' tocamos por primera vez en la Blondie, en el 2000 también, y de ahí hemos estado incontables

veces, no sé cuántas. Con esta disco tengo una historia eterna, porque tocaba música que me gustaba para las fiestas, como Blur, Garbage o The Cure. Bailabas la música que te gustaba, como cuando chica en el Don Bosco con las fiestas temáticas. Y además, el público que va a la Blondie es el compañero de ruta de Saiko, si somos una banda súper rara (igual que la Blondie) en términos de miembros. Piensa en un curso con hartos compañeros: estaban Los Tres, Los Bunkers, Chanco en Piedra... y estaba Saiko, una *weá* que no tenía nada que ver una con las otras.

Amor literario

Denisse sabía desde pequeña que la música la acompañaría siempre, pero no como un trabajo. Dudaba de llegar al éxito, lo veía inalcanzable. Por eso entró a estudiar sociología en la Universi-

dad Metropolitana de Ciencias de la Educación (UMCE). Solo duró un año, porque la carrera no era lo que esperaba y, sobre todo, porque fue mamá joven. Así, sin saberlo, comenzó a pavimentar su camino a Saiko.

Mientras trabajaba decidió ir a probar suerte a una audición para un grupo emergente, formado por Luciano Rojas y Rodrigo Aboitiz, exmiembros de La Ley, la banda más exitosa de los noventa en Chile. Su mamá y amigos la alentaron, porque ella, si bien los conocía, no tenía especial afecto por su música. Curioso, porque terminó tocando con ellos por 25 años. Las letras y melodías que tanto la hicieron soñar durante su adolescencia, pudieron acoplarse al día a día de Denisse, pero ahora como un trabajo.

- ¿Cómo defines el tipo de música y estética que adoptaron en Saiko?

- Nosotros hacíamos pop rock, pero la estética era mucho más británica, distinta a lo que hacían el resto de los colegas, a excepción de Lucybell, con quienes somos medios parientes. Éramos más pop que rock, porque igual la gente del rock te miraba medio raro.

Hoy en día nuestro estilo sería súper rockero comparado con el pop de ahora... Princesa Alba, Denise Rosenthal o la Cami están más cerca del pop, entonces ahora somos una banda más rock pop, pero cuando partimos no, porque lo que sonaba a rock en Chile era otra cosa, y como ahí había más espacio para el rock, había más bandas de rock. Hoy ya no existen. Hay pocas bandas rockeras actualmente que sean conocidas.

- ¿Ya no salen bandas como Saiko?

-No lo sé, no tengo ninguna expli-



Only a

Gibson®

is good enough.



CASA AMARILLA
SOMOS MÚSICA DESDE 1920

cación al respecto. Yo creo que nuestro mercado e industria es tan *penca* que le acota las posibilidades al resto. Debe haber bandas pero no se ven, porque... ¿qué piensa un cabro hoy? ¿Qué pega hoy en la música? El trap, ah voy a hacer trap. Yo creo que a muchos cabros traperos les encantaría hacer otra música, pero en el fondo se sienten atrapados por las posibilidades que da este mercado. Es una teoría.

- **¿La música urbana no te gusta?**

- No, jamás. Nunca se ha escuchado esa música en mi casa, pero no porque la desprecie ni la mire en menos, es porque no hay conexión. Es más probable que mis hijas escuchen a Juan Gabriel, Camilo Sesto o Roberto Carlos.... les encantan. Siempre parten nuestros viajes con Roberto Carlos, que le gustaba a mi mamá. Así que no hay un punto de conexión con lo otro, porque las canciones para todas nosotras tienen historia.

Yo siempre pensé que a mis hijas les gustaría la música que está de moda, ponte tú, el pop coreano. Pero a mi hija no le gusta el pop coreano. Y a todas sus amigas les gusta eso. La más chica escucha bandas como Radiohead o Weezer, y yo jamás en la vida les hablé de Weezer. Bueno, Radiohead es la banda favorita de mis tres hijas, y la mayor tiene 28 mientras que la menor 14, entonces, es muy raro. Yo creo que les quedó la música que yo ponía en el auto.

- **En relación a los jóvenes, ¿tu público ha variado con los años?**

-Sí, *caleta*. Si un artista se mantiene solo con el público con el que partió, está destinado a desaparecer, porque ese público en algún momento no saldrá más. Mi audiencia clásica bordea los 50, un

poco más. Son esos que partieron con nosotros, pero el público fiel de Saiko es menor que yo, entre los 30 y 38. El público más fuerte es el que estaba en el colegio cuando partimos, o sea, el grupo que te marca. Yo, por ejemplo, voy a una clínica y las enfermeras son todas fanáticas de Saiko. Pero los más chicos, que son a los que Saiko atrae hoy, son los que te permiten seguir vigentes. Son los que más apoyan, porque tienen más tiempo o porque son los más motivados, lo que es lógico, si a esa edad todos teníamos más energía.

- **¿Qué bandas actuales del pop rock chileno te gustan?**

“Hoy ya no existen. Hay pocas bandas **rockeras actualmente** que sean conocidas”.

- La única banda posterior a la época de las bandas noventeras que me ha atraído mucho, es We Are The Grand. Nacen en una época equivocada, porque salen cuando ya las bandas van en retirada, así que es un grupo de gente más de nicho, pero que los sigue a todos lados, como a De Saloon también le ocurre. Estamos emparentados con ellos, pero el problema es que no tienen la repercusión radial que tuvieron en su momento Saiko o Lucybell. Las radios ahora no tocan ese tipo de música

- **A fines de los noventa y principios del 2000 Saiko se escuchaba en todas las radios.**

-Yo tuve tres números uno con el primer disco (Informe Saiko, 1999) y con el segundo disco (Campos Infinitos, 2001) fuimos número uno a nivel latinoamericano, y salíamos en MTV todo el rato. Y eso ya no se da. Yo alcancé

el último *conchito* de la época de oro de los sellos, y MTV era muy potente a nivel de Latinoamérica. Entonces, aunque no te gustara Saiko, te sabías cinco canciones de seguro, porque las pasaban por todos lados.

Soledad femenina en el rock

- **¿Cómo fue entrar al mundo masculino del rock?**

- Muy rudo, porque no había otras mujeres, toda la escena era masculina. Tenía que tocar en festivales donde siempre estaban Los Tetas, Chanco en Piedra, Lucybell, Los Bunkers... y Saiko. Era la única mujer. Andaba de gira con puros hombres, hasta los técnicos, sonidistas e iluminadores, todos eran hombres, y eso fue hace 20 o 25 años nomás.

Era un mundo masculinizado, donde era muy fácil sexualizar tu imagen, y eso a mí no me incomodaba para nada, sino que jugaba con eso. Pero te llegaba el latigazo igual, siempre trataban de desprestigiar. Fue una época muy dura y solitaria, la viví sola porque no tenía pares, y además las otras eran competencia para el mercado.

Me hizo ser una mujer distinta a la que me hubiese gustado ser, ya que me obligó a ser mucho más dura y ruda. No me quedaba otra, porque era eso o que me pasen por encima.

- **¿Cuál crees que es el trato que se le ha dado históricamente a las artistas femeninas en Chile?**

- Seguimos en deuda con las mujeres. Es muy loco que la gran y máxima artista chilena histórica, y que sería muy difícil que la superen, es Violeta Parra. No hay nadie que se le acerque, y nos hemos portado como las *weas* con las mujeres. Pero esto ha cambiado por parte del público, porque mis hijas

ENTREVISTAS

no entienden esto que estoy contando, porque son de otra época.

O sea, Mon Laferte es una institución para la de 14. Pero hace 20 años decían que yo no escribía, olvídame de todas las veces que yo he escuchado a gente decir que han escrito mis canciones. Según la historia de cada *weón* hay versiones distintas, hasta Iván Delgado, que era parte de Saiko, inscribió el disco completo. A mí me robaron el primer disco, y eso le ha pasado a más artistas. Y esa gente que comenta que escribió una canción mía nunca más hizo otra... y yo llevo 30 años haciéndolo.

- ¿Los medios de comunicación han sido injustos contigo o con Saiko?

- Yo partí en la peor época de la prensa, o sea, cuando sacamos nuestro primer disco comparaban a Saiko con la palta de la Copec en El Mercurio, imagínate. Ahora los periodistas se cuadran para decir "oh, el álbum bueno, la cagó". Esas críticas me importan un rábano, pero igual las leo todas, tanto lo bueno como lo malo.

Pero el esnobismo de nuestra prensa es preocupante, porque al final solo son buenos los que le gustan a ellos, y además, y que no sean tan conocidos, porque yo me pregunto: ¿por qué Los Vásquez nunca se han ganado un Pulsar? Yo nunca he estado nominada a un Pulsar, ni Joe Vasconcellos, ni Nicole. Yo no desmerezco el trabajo de los que ganan, pero esta cosa rara ha existido siempre.

“A mí me robaron el primer disco, y eso le ha pasado a más artistas. Y esa gente que comenta que escribió una canción mía nunca más hizo otra”.

- ¿Con tus compañeros de banda tuviste problemas relacionados al machismo?

- No, buena onda siempre. Yo tuve mucha suerte de haber partido esta carrera profesional con ellos, porque fueron mi universidad. Los gallos que mejor les había ido en la historia de las bandas chilenas me enseñaron cómo ser una estrella; con humildad, profesionalismo, seriedad y siempre poner el pecho a las balas.

Aprendí altiro el chaqueteo del chileno, porque le tiraban mala a unos *weones* que les había ido la *raja*. Ellos me cuidaron mucho, porque en otras circunstancias habría estado más expuesta en términos de carrete y consumo. Fueron mi mejor escuela, ya que ellos venían de vuelta de la época más reventada que podía haber. Probablemente si hubiera entrado con otros cabros habría sido igual de reventada, pero tuve la *cuea* de que entré a los 23 con unos *weones* que tenían 34.

Detrás del escenario

- En Rock & Schops también nos interesa conocer los gustos cerveceros de nuestros entrevistados. ¿Te gusta la chela u otro trago?



- Soy mala pa' los copetes, pero me gusta el vino y la cerveza mucho, porque es algo que tu abres para compartir con tus amigos, sobre todo más en verano que en invierno. Igual en invierno tomo harta *chelada* con mis amigas, es lo primero que pedimos en un bar. Pero todo esto más de vieja, hasta hace poco... yo antes tomaba una cerveza y nada más. Ahora me tomo tres cargada de la risa.

- ¿Y cuáles son tus favoritas?

- Las artesanales. La ámbar mucho, y encuentro malas, en general, las marcas típicas. Solo la Corona, Sol o Cusqueña me gustan de esas, pero soy más de ir a tomar cerveza que de comprar. Pero soy muy buena *pa'* tomar *schop*... me dio sed, de hecho (se ríe).

Voy a decir algo muy esnob, pero nunca me he tomado una cerveza más rica que en Alemania. Oh, la *weá* rica (saboreándose) ... es deliciosa, eran todas ricas, nunca probé una mala. Pero acá en el sur hay unas muy buenas; la del cisne (Cuello Negro) y la Kunstmann en Valdivia.



Foto: @nelsongalaz.cl



PAUL MCCARTNEY GOT BACK

SANTIAGO
ESTADIO MONUMENTAL
11 OCTUBRE

PRESENTADO POR  / **Scotia**

Marshall Arts Ltd.

 **FUTURO ROCKAXIS**

 **CAJA
LOS
ANDES**

 **20% e)**  **20% Scotia**

ticketmaster.cl

 **AGCPLC**

#PAULMCCARTNEYGOTBACK PAULMCCARTNEYGOTBACK.COM

El paraíso del cervecero

En el piso -2 del Mercado Urbano Tobalaba (MUT) se encuentra Tierra Cervecera, una de las pocas tiendas en Chile que recopilan las diversas cervezas artesanales que se producen a lo largo del país con la finalidad de hacer más accesible su consumo en la capital.

Por Borja Baeza

Al cruzar la puerta ense-
guida llama la atención el refrigerador gigante que se encuentra a mano derecha del local, ofreciendo una de las variedades más grandes y llamativas de cervezas artesanales. **Productos de todas las zonas y regiones del país se encuentran a tan solo una puerta transparente de distancia.** Si bien no muchas son conocidas, resuenan varias al momento de escoger.

Desde Cerveza Tübinger hasta Cuello Negro; la variedad Ale,



HISTORIAS



Lager, Sour, Ipa y Black; la diversidad resulta inmensurable, causando la indecisión en el consumidor.

Ignacio Muñoz, quien lleva trabajando hace ya un tiempo en Tierra Cervecera, nos comparte un poco sobre el negocio y cómo es posible llegar a tantas marcas diversas.

“Es un estudio de mercado que realizan los chicos (dueños). La verdad es que **se busca dar la oportunidad a todos los emprendimientos o personas con deseos de hacer una buena cerveza.** Personalmente creo que la innovación, la imagen e identidad de cada cervecería hace que puedan estar aquí independiente de sus cualidades. Siempre aquí está la oportunidad que los cerveceros con ganas de hacer buenas cervezas y buenas ideas puedan estar aquí”.

Efectivamente, la imagen e identidad forman un papel fundamental en los diseños y el líquido de las cervezas, las cuales

terminan dando la misma imagen al local. **Las paredes estuvieron a cargo del artista Sebastián Camilo (@donseba_)**, y con un diseño de grafiti le dan estilo, otorgándole vida a los ingredientes en formato de caricatura, mientras que a sus pies se encuentra la sección de regalos con poleras, gorros, vasos icónicos y una variedad de lúpulos.

Ignacio explica que la finalidad del negocio es incentivar el consumo local de la cerveza.

“Recordemos que este es un mercado emergente en Chile,



por ende instancias como esta, lugares como este aportan y son muy importantes para el crecimiento del mercado”.

Por supuesto, no se puede salir de la tienda sin antes llevarse uno de esos gustos líquidos que tanto refrescan la garganta. Nuestro compadre de Tierra Cervecera nos recomienda una de las cervezas que no pueden faltar en su repertorio.

“Pensamos como tienda que todos los productos que están aquí ubicados son de una buena calidad y que le están poniendo hartos *power* y esfuerzo para sobresalir. **Creo que dentro de estos podría dar a recomendarle una Cerveza Cuello Negro, que es un clásico chileno directo de Valdivia.**

Hace poco, de hecho su stout sacó el segundo lugar a nivel mundial, lo que lo hace una cerveza muy buena y también muy recurrente dentro de los pedidos que la gente hace cuando vienen; pero en general el refrigerador está lleno de cervecerías que ponen todo su empeño en tener la mejor cerveza, el mejor estilo y la mejor imagen”.



El resurgimiento de una leyenda

Por Fernando Ríos

¿Se acuerda de los vinilos? Esos discos gigantes que solía poner en un tocadiscos que, a través de una aguja, reproducía su magistral sonido. Eran re conocidos en los 70' y 80' hasta la llegada del CD. Su popularidad se fue a las pailas con el paso del tiempo, y cada vez se hacían más rebuscados encontrar esta clase de formatos.

Ahora, qué diría si **hay un local que mantiene intacta esa tradicional forma de escuchar música.**

Ubicado en el piso -1 del Mercado Urbano Tobalaba (o MUT como le dicen los *lolos*), se encuentra Needle, local **destinado exclusivamente a esos temitas** que uno oía cuando tenía 15-20 años, por ahí.

Cruzando la entrada, altiro uno se puede topar con una estantería decorada con tornamesas, parlantes y algunos álbumes fa-

mosillos. Al centro del local, se dispone el catálogo de vinilos que van desde los discos más famosos hasta algunas joyitas escondidas. Uno se puede topar con la sección *best sellers*, en donde **descansan los archiconocidos *Thriller* de Michael Jackson, *The Dark Side of the Moon* y *The Wall* de Pink Floyd, *Nevermind* de Nirvana**, entre otros que ha escuchado de sobra. La tienda está súper ordenada. Categorizados por género, ahí uno va ojeando según sus gustos musicales: metal/



progresivo, electrónica, clásica, indie, jazz/blues, punk y, por supuesto el rock.

Y pa' que sepan, este último es el más cotizado por el pueblo. En palabras de Sergio Nasiff, operador del local, el género es, por lejos, el que más se vende. "Sumando los diferentes de los diez géneros presentes en la tienda, **el rock puede ser el 50 o 60 por ciento de estos**".

A pesar de haber abierto hace menos de un mes, Nasiff ha



HISTORIAS



podido recabar las preferencias suficientes de la clientela melómana. “Aún estamos palpando los gustos de la gente, pero **lo que más suele venderse son los clásicos como Pink Floyd, Led Zeppelin, Queen.** También sale mucha música nacional: Los Prisioneros, Los Jaivas, La Ley, Los Bunkers. Aglutinando diferentes artistas, el que más se vende es el rock”.

Lo especial del vinilo

La franquicia, nacida en 2010 cortesía de los hermanos Pablo y Francisco Martínez, *cacharon*

un resurgir en la década de los 90’ en este tipo de tendencias. Del 2006 en adelante, la moda no ha parado de escalar.

Una teoría que Nasiff tiene al respecto es que la experiencia de escuchar un vinilo es mejor que los demás formatos: “**Es una experiencia diferente. Es como un sonido mucho más cálido, se aprecian mejor los detalles, los instrumentos están más obviados, separados** (...) la idea de la tienda es ser un punto de referencia para los vinilos y tornamesas”. Además de contar con su buen

catálogo de títulos, también ofrecen audifonos y repuestos para los reproductores. Según Nasiff, ellos **son líderes en variedad de cápsulas en Chile**, una pieza clave para que la maquineta funcione sin atado.

Si bien llevan poquito tiempo en el MUT, Needle ya cuenta con otra sucursal. ¿En dónde se preguntará usted? Unos metros más al noreste, en el Parque Arauco. Pasamos el datito por si alguno de ustedes gusta pegarse una vitrineada en busca de su música favorita en un formato retro.

CERVEZA ARTESANAL

RURAL

LITUECHE • CHILE



*Calidad, pasión
y carácter.*





Descubriendo el paraíso en tierra

Por Fernando Ríos

Gabriel Thomas es ingeniero agrónomo de la PUC, con máster en Gestión de empresas agroalimentarias. Su carrera le ha permitido juntarse con el mundo que más le gusta: el cervecero.

Si bien trabaja en la Cervecería AB InBev en Chile, ha querido incursionar mucho más allá de la pega. Su amor por la chela lo ha llevado a crear, junto con su viejo, su propio bebestible. En conversa con el compadre, nos explicaba que este mundo, su-

puestamente de nicho, no sería tan acotado como algunos pensamos. “Creo que hay un tema de poca información. No sé cuál es la estadística, pero hay que meterse un poco más allá”.

Metiéndole weno

Thomas se introdujo a este mundillo, según él, en 2016, cuando apenas era un pibe. Saliendo del colegio empezó a elaborar su propio producto. Hoy, a ocho años de iniciado el proyecto, cuenta con un buen

equipamiento para fabricarla, e incluso se aventura a dárselas de chef chelero: “Partí haciendo cerveza en una olla en la casa, compré los insumos, empecé, molí y diseñé unas recetas con un libro que tenía a mano. Hoy en día tengo un kit que es 3 en 1. (...) Trae todo con las condiciones para hacer los procesos”.

Cuenta que al principio hacía de 15 a 25 litros. Ahora, como un capo en la materia ahora hace 25 a 30 litros por taza. Simplemente un *weón bacán*. En cuánto al nombre del brebaje, aún se trata de poner de acuerdo, pero piensa en colocarle el número de su departamento.

Un mundo desconocido

“Cuando partí tenían que haber habido unas 150 o máximo 170 cervecerías artesanales (...) Hoy en día existen más de 360 inscritas”. ¿Brígido no?

Las microcerveceras, o sea, las que producen menos de dos mil hectolitros por mes, han aumentado su presencia en el país de manera *cuática*. Y es que tal como indicaba Thomas al principio, no se trata de un mundillo chico, sino desconocido.

Eso sí, para los *homebrewers*, es decir, los que se dedican a hacer su propia chela, cuentan con pocos lugares para comprar sus insumos. Thomas indicaba que, de hecho, solo había cuatro o seis de estas tiendas.

Pero más allá de lo complicado de conseguir los ingredientes, hay varias actividades en este submundo chelero.

“Hay ferias, concursos. Igual

ROCK & SCHOPS

es un mundillo que ha agarrado fuerza. Sobre todo porque el mismo mercado de cerveza en Chile ha crecido mucho en los últimos años”. El ingeniero indica que hay una buena cantidad de chelas artesanales en nuestra tierra: Kairos, Intrinsic, Tamango, Alameda Beer Co., Hasta Pronto, entre muchas otras.

Thomas no solo habló de las cervezas en sí, sino que incluso hay eventos abiertos al público



(+18 *sipo*’, no sea *larry*). “Yo voy a eventos todos los meses”, narra. Cuenta que también fue a Beervana, local de chelas ubicado en Los Leones que mezcla el arte artesanal gringo con el *chilensis*.

Surgir es difiiiishil

A pesar de lo maravilloso que pueda sonar este mundo, todas las chelas artesanales sufren el mismo destino: no poder luchar contra el feroz mercado nacio-

nal. Gabriel es claro cuando se habla de surgir desde abajo: “Hay que tener dos cosas muy importantes: capacidad de escalar y de hacer tu marca conocida. No sirve de nada que tú hagas famosa la marca si no *teni*’ el volumen suficiente para llegar a la cantidad de personas que *querí*’ llegar”.

Sumadas a las dificultades *pa*’ conseguir los insumos, nuestro compadre apela a una palabra muy usada en su laburo: el marketing. “no saco nada tratando de meter muchas lucas en marketing si es que verdad produzco una *cagá* de volumen. No va a llegar a nadie”.

Al parecer, todo se basa en la cantidad de líquido que uno puede llegar a hacer, y eso resulta lo más complejo de todo. “La cerveza artesanal no es más que el 5% del mercado. Eso en volumen no es nada. A lo más llega a un 10%, pero sigue siendo nada”.



De bar en bar

Thomas ve con buenos ojos la instalación de *brewpubs* para ganar al alcance. Lo ve como una solución alternativa en caso de que algún osado quiera meter su chela en una botillería o supermercado. “Hoy en día es recomendable que, en vez de vender a restaurantes o supermercado, es lógico tener tu propio bar. De hecho, es lo que la mayoría está haciendo”. Pone de ejemplo a Intrinsic, con un local en Barrio Brasil y otro en Providencia; Kairos que estuvo 7 u 8 meses en el mercado también *chantó* un bar; Tamango probablemente haga lo mismo.

Igual se hace una diferencia con Kross y Kunstmann, propiedad de CCU: “No cuentan como artesanales, pero sí como *crafts*. Son volúmenes grandes”. De todas formas, nuestro amigo también aconseja revisar el enfoque de cada chela y reducirte a un nicho de gente que, con tu chela en la mano, digan al unísono: *¡saluteeee!*



hummel®

Yo conocí a Soda

Una historia de Hernán Flores
Por Vicente Flores



1987 Aún en dictadura, las grandes bandas de rock anglosajonas no solían aterrizar en suelo nacional. Solo en el Festival de Viña se podía gozar de algunas, como cuando The Police revolucionó la Quinta Vergara en 1982. Ni parecido al 2024, donde tenemos recitales hasta para elegir, siempre y cuando el bolsillo acompañe.

Sin embargo, el rock latino sí que rugió en Viña y el resto de Chile. Tanto los artistas nacionales como los argentinos se paseaban de ciudad en ciudad para llevarles un poco de alegría a la juventud enclaustrada de aquella época, reprimida y deseosa de dejar la *cagá* en cualquier lado. Y si hay que recordar uno de los mitos más grandes de los 80, y a quienes tuve el placer de ver en vivo, esos son los capos de Soda Stereo.

Luego de romperla en el Festival de Viña del 87, el trío compuesto por Charly Alberti, Zeta Bossio y el mítico Gustavo Cerati recorrieron varios lugares

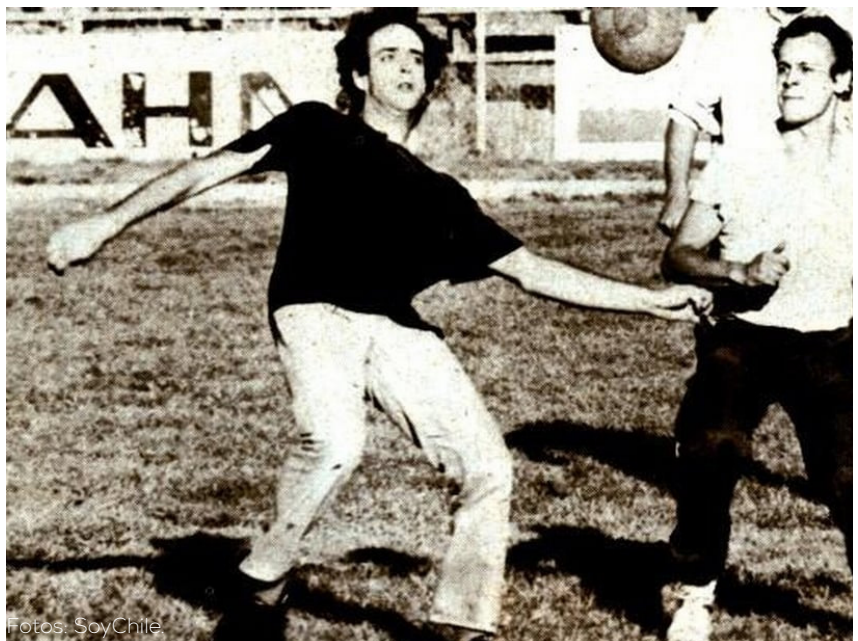
de Chile. Entre ellos, la sureña localidad de Puerto Montt. Allí estaba yo, un joven de 17 años.

Llegué temprano al Estadio Chiquihue, recinto donde hace de local el club de fútbol de la ciudad. Según los diarios de la época, cerca de 12 mil personas repletaron el reducto deportivo. No sin antes ocurrir un hecho para el recuerdo, y es que mientras la banda realizaba la prueba de sonido, sucedió un imperfecto eléctrico. Ante tal situación los allí presentes **no encontraron nada mejor que usar la**

cancha del estadio, y así jugar una pichanga, el staff de Soda contra los trabajadores. Una locura.

Pero esa no es la anécdota que quería recordar, porque el momento que hasta hoy cuento y nadie me lo cree, pasó una vez terminado el *show*. Por supuesto que estuvo a toda *raja* el concierto, si los locos eran secos.

Los vi en su plenitud, cuando recién tenían un par de discos y les faltaba mucha música por hacer. Fue increíble.



Fotos: SoyChile



Ya de vuelta, con un grupo de amigos nos devolvíamos por la calle Antonio Varas hasta llegar a la Plaza de Armas. Sin saber aún dónde seguiríamos el *webeo*, un compadre sacó un cigarro. **No tenía fuego, así que yo, de buena onda, me dirigí a una furgoneta que estaba a un costado de la plaza.** Las ventanas estaban cerradas, pero toqué amablemente.

- **Hola, flaco... ¿qué necesitas?**

Quedé *pa' la cagá*. **El que me acababa de decir flaco era el mismísimo flaco y chascón a quien le conocía la voz de memoria**, porque lo escuchaba todos los días en mi *personal stereo*, mientras caminaba

empapado por las calles puerto, una ciudad en estado de furia constante. Y en ese momento, cuando deben haber sido las dos o tres de la mañana, **Gustavo Cerati me prestaba un encendedor, y que ni siquiera era pa' mí.**

Traté de hacerla *piola* y observar lo máximo posible dentro de la furgoneta.

“Hola, Gustavo. Oye, tocaron *la raja...*”, le dije. Él me agradeció, y luego saludé a Zeta y Charly, ambos muy buena onda también. Estaban con dos o tres personas más de su equipo. Junto a unos puchos y chelitas, los veinteañeros que hace solo unas horas habían enloquecido a 12 mil personas al sur de Chile,

disfrutaban de la abrazadora noche puertomontina. Y conmigo de *colado*.

“**Gracias, loco. Estamos re tranqui aquí, eh**”, murmuró Zeta, dejando en claro que no querían que nadie más se enterase de su presencia, allí, en pleno centro. Yo asentí con la cabeza, y les agradecí por el encendedor. Se los devolví rápidamente, y una vez cerrada la puerta de su auto, aquel surrealista instante solo quedó en mi memoria.

Conocí a Soda, aunque haya sido por unos minutos, **pero hablé y les estreché la mano. Y más encima, en Puerto Montt.**

La *weá bacán*.



Foto: Ruta Rock.

METALLICA a la fuerza

Por Jorge Cofré

En 2019, mi madre compró las entradas para Metallica, era increíble, primera vez que iría a ver a la banda, aunque llegó la pandemia, luego la reprogramación.

Dos años después y tras mucho tiempo de espera llegaba al Club Hípico junto a mi primo y su polola de ese tiempo. Salimos tarde para lo que pensaba de ese concierto. A las 5 estábamos en una fila de siete cuadras y rodeando la calle del Club Hípico y, obviamente con mascarillas. La espera se hacía eterna, durante la primera hora logramos entrar a la calle del lugar, pero poco y nada. La demora, el pase de movilidad, cosas de pandemia.

La banda que abría el concierto era Greta Van Fleet, los había

visto en el Lollapalooza, pero ver rock de nuevo nunca está de más.

Volviendo a la fila eterna, cada vez más cerca, Greta había salido a tocar. Todo iba bien hasta que la organización -la nefasta DG Medios- cerró los accesos, y empezó el caos. La fila dejó de existir y la gente se acumuló en el portón del recinto.

Viendo que se venía una avalancha de personas, hicimos una fila india, y que sea lo que salga.



Se abrió el portón y logramos entrar, sin la entrada canjeada, pero eso no fue lo peor. Unos metros antes de llegar a divisar el escenario, había un barrial “impasable”, por suerte todos ocupamos *bototos*, así que eso disminuyó los daños, después un dolor de pies de la mierda, pero ese es otro tema.

Greta Van Fleet tocó un tema y se acabó, no pude disfrutar de la banda de los hermanos Kiszka, pero con salir vivos de la situación, todo arreglado, aunque hubo un atraso de 1 hora, debían salir a las 9 y salieron a las 10 de la noche. El *show* fue espectacular y tocaron sus himnos icónicos, aunque me faltó el tema que más pegado estaba en ese tiempo, “Harvester Of Sorrow”. La voz de James, la guitarra de Kirk, la batería dura de Lars y las locuras del “mono” Trujillo hicieron vibrar al público.

Subí la historia a mi Instagram, y fue replicada por la banda. No lo podía creer. Al día siguiente, en clases, llegue adolorido como si me hubiesen dado una paliza entre seis personas, pero contento de haber visto a Metallica luego de mil y un *impases*.



Foto: Pexels.



DIECISÉIS matan a cualquiera

Por Fernando Ríos

Que levante la mano el que ha dicho “una no es *niuna*”. Todos, ¿o no?

Cuando el *carrete* anda prendido, se te calentó el boca y *tomai'* hasta quedar como pasa.

Quizás muchos después de una o dos *chelitas* parten con algo más fuerte. Una *piscolita*, *whiskasho* o los más valientes, tequila. Pero este caso no es así, no no no. Cristóbal Reyes (23) no pecó, cató en exceso. Hagan sus apuestas ¿con cuántas botellitas quedó mal Cristóbal?

A) 8

B) 9

C) 7

D) 10

E) Ninguna de las anteriores
Si son vivos, supondrán que la

E es la correcta. Pero dejemos que nuestro amigo nos explique cómo llegó a su tragicómico final:

“A ver... lo que me acuerdo, honestamente es muy poco. Ni siquiera recuerdo si en verdad tomé 16, pero bueno” recuerda.

Llegamos al cumpleaños, no sé *po'*, tipo 9 una *weá* así, y empezamos a tomar altiro. Esa vez solo tomé chela, porque el Panita (dueño de casa) había comprado como 200 cervezas *pa'* todos, y antes de comer yo ya había tomado unas cuatro más o menos. No me acuerdo qué chelas eran, pero *taban'* bien agudadas. Creo que eran Heineken, una *weá* así.

Luego comí y seguí tomando. Empezamos a jugar hartas *weás*: *beer pong*, *ice hockey*,

dardos, y habíamos jugado una *pichanga* antes, como a las 7. De hecho, ahora que lo pienso llegamos como a esa hora.

Pasamos a dejar las mochilas, sacos de dormir y todo eso a donde íbamos a dormir. Entonces, después de eso, nos fuimos al quincho donde había un montón de botellas verdes. Era Heineken lo más probable.

Entre la *pichanga*, unas chelas y la torta, todo eso se me mezcló en la *guata* y me empecé a sentir como el hoyo. Creo que el baño estaba ocupado o solo que no alcanzaba, pero salí del quincho porque sentí que me iba a rebalsar. Terminé vomitando al lado de unos columpios y... bueno, ahí quedó la evidencia.

No estoy seguro de cuando fue la *weaita*, debió haber sido el 2019 o 2020. Buenos recuerdos de cabro chico.

¿En dónde *cresta* estaba Cristóbal para chupar tanto? El enigma se resuelve con esta frase: “Tuvo' *weno el cumpleaños*”. Pero no, no era el suyo. Era del dueño de casa que se había *rajado* con senda cantidad de chelas para sus amiguitos.

¿Cómo estará su hígado después de aquella hazaña? Nadie sabe, pero se puede inferir que fue al baño más veces de lo normal. Sus *panas* aún lo *webean* por la veracidad del hecho. Pocos le creen, otros solo se cagan de la risa. Lo cierto es que 16 chelas matan a cualquiera, hasta al *compare* más resistente.

Pd: Se usaron nombres ficticios.



Cuenta con tres sedes en Los Leones, barrio Lastarria y Vitacura.

El Honesto Mike: Al más puro estilo gringo

Por Sebastián Barriá

Una hamburguesa de esas para chanclear sin límites con el infaltable queso cheddar y una cantidad indescifrable de ingredientes, es lo que ofrece este local que está ambientado con un diseño punk, hecho para escapar de Santiago a Nueva York en solo unos minutos.

Este lugar fue uno de los primeros en traer chelas de otro país a territorio nacional, dentro de las que se encuentran marcas como Delirium, Kasteel, Great Divide, entre otras.

No conformes con eso, también fabrican sus propios productos, tales como Chinga su Pelo con jugo de tomate, limón, salsa inglesa, salsa picante, salsa de soya y salsa de fuego.

También existe dentro del menú, La Piñalada, que incluye jugo de piña, limón con sal de fuego y La Chaguita, que es jugo de limón con sal. Siendo la base de cerveza el sabor único de “la casa de Mike”.

Trabajo solo para capos

Según explica el administrador de El Honesto Mike en Providencia, Diego Araya: “Aquí todos los garzones y los bartenders, incluido yo, tenemos el certificado de Cicerone, es



Promociones The Big Mike y The Little Mike. (Gentileza: Diego Araya)

decir, todos están bien capacitados para atender y recomendar la mejor chelas”, siendo un requisito para trabajar ahí.

La producción de los schops se lleva a cabo en una planta que poseen en Avenida Matta con

Vicuña Mackenna, para luego ser distribuidos a las otras sedes y también negocios que reparte la Cervecería Alameda, con quien tienen sociedad.

El recinto también ofrece stand-up comedy, teniendo presentaciones de artistas como Alto-yoyo y Lucas Espinoza, el 27 y 30 de julio respectivamente.

También suelen haber diversas ofertas en sus diferentes preparaciones, con el fin de seguir sacudiendo el ambiente santiaguino.



Escaneando el código podrás conocer los precios, productos y próximos eventos que brinda este bar.





Rock & Schops Top 5:
Los cheleros más legendarios del Rock

Por Gonzalo Slako

Imagen: John McMurtrie

Oh, la bendita cerveza. ¿Qué sería de esta revista sin ella?

Por supuesto para nosotros -y posiblemente para ti también- es un líquido tan esencial como el agua. Y claramente el rock no sería lo mismo sin la chela asomándose entre tema y tema, encima de los amplificadores o los pianos. O el borde del escenario. O en el aire. O en el piso...

Bueno, la verdad es que es un brebaje para rendirle culto, y muchas de las grandes leyendas del rock y el metal lo entendieron a la perfección. A continuación, algunos de los más notorios y legendarios cheleros del mundo de la música dura, de esos con los que te gustaría poner un disco *culiao* maldito y ejecutar un buen *salute*.

¡ADVERTENCIA!

Esta lista promete enojar a más de algún metalero hediondo a sobaco, pero los invitamos a no ser *weo*-nes y disfrutar de los *datazos* que les traemos sobre estos tremendos genios.

#5: Lemmy Kilmister
 (Motörhead)

Por supuesto que si hablamos de *copete* hay que mencionar a este *weón*. Es que curarse escuchando metal no sería igual sin el tremendo legado de Lemmy (QEPD) y su pandilla. Si bien el trago clásico de este roquero para lubricar la garganta (que era como carretera de ripio) era el compadre *Jack* directo de la botella, también se le vio permanentemente en su auge con alguna chela en la mano, acompañada de un cigarro, algún amigo o ambos. Acá una foto suya con otra deidad, Dio, disfrutando de una buena birra cuando los *weones* gritones y metaleros aún dominaban el mundo. Qué tipazos.



#4: Dave Grohl (Nirvana/ Foo Fighters)

Cómo no vamos a mencionar al bueno de Dave cuando hay dos cosas que nunca ha dejado en la vida: el chicle y la cerveza. Es más, en conversación con James Corden en 2022 dijo que no solo no le podía faltar una chela heladita en el escenario para cada concierto, sino que también confesó que se mandaba al menos dos más en el camarín antes de su encuentro con el público, separadas por unos cuantos *shots* de *whiskey*.

Tampoco es de olvidar el momentazo que se creó cuando el multifacético *frontman* se quiso mandar una Bud Light al seco en vivo y sin dejar de tocar la guitarra, apoyando la lata encima de un parlante e inclinándola de a poco con su boca. Por supuesto, el sagrado elixir se dio vuelta y dejó la *cagá*, pero Dave siendo el *curao* que es se la mandó igual.

El mejor momento de toda la secuencia es cuando el pelucón se trata de subir de nuevo al escenario y, cómo no, se saca la *chucha*. Simplemente un grande.



#3: James Hetfield (Metallica)

Este es un caso especial, porque la voz de “Master of Puppets” no sólo disfrutaba de la cerveza en exceso en sus años mozos, sino que también le rendía homenaje. Un ejemplo de ello es su famosa Gibson Explorer blanca, adornada con una huincha con la leyenda “*MORE BEER!*” (¡MÁS CERVEZA!), además de una elegante etiqueta de *Jagger*. Sin duda un hombre de cultura.

Como valor agregado, tiene montones de postales *cheleras* con nombres como Steven Tyler, Dave Mustaine y Jason Newstead.



#2: Dimebag Darrell (Pantera)

Esta no debería ser ninguna sorpresa. La barba roja del metal siempre fue fan del *copete*, tal como su ídolo Ace Frehley. Sin embargo, en vez de tomar “Cold Gin”, el creador de *riffazos* se prefería las birras. Muestra de ello es su clásica camiseta amarilla con un mensaje claro: “*BEER*” (CERVEZA), prenda con la que, obvio, se tomó -y escupió- una chela.

Era tanto el amor de Dime por la cerveza que estaba en el primer lugar de su lista de viajes: “cerveza, Taco Bell, unos *caños*, whiskey, un Walkman, y un poco de ácido para los viajes largos en bus”. Bastante irresponsable la verdad, pero *sapbe*.



La caída de Dave. Imágenes: YouTube.

Mención honrosa:

Duff McKagan

(Guns N' Roses, Velvet Revolver, Loaded)

Este loco de joven estaba entero cagado del mate. No solamente le hacía a las birras, sino también a los *jales* y las pastillas. Aún así, gozamos el gusto de -milagrosamente- tenerlo todavía en este plano y más *fit* que nunca, pero en su momento se ganó un peculiar apodo que forma parte de una historia bien interesante. Resulta que al *rucio* en los ochenta le decían “*The King of Beers*” (El Rey de las Cervezas), un sobrenombre que el bajista llevaba orgulloso.

El tema es que, según él, en algún momento de esa década llamaron a su mánager para preguntar si sería posible usar el nombre “Duff” para una cerveza ficticia en una serie que él definió como “*art-cartoon* universitario”. A este punto ya habrás adivinado que se trataba de Los Simpson, cuyos escritores han negado numerosas veces que el nombre de la chela animada más famosa del mundo tenga algo que ver con McKagan.

Aún así, el miembro fundador de la banda más peligrosa del mundo insiste en su versión, por lo que puede que nunca sepamos a ciencia cierta qué chucha fue lo que pasó.



#1: Brian Johnson y Bruce Dickinson (AC/DC y Iron Maiden)

En el primer puesto va a ser necesario declarar un empate técnico. Es tan difícil decidir por uno solo de estos dos míticos vocalistas que el veredicto final es ponerlos a ambos juntos en la cima del podio, aunque por méritos distintos.

De todos los rockeros que hemos mencionado hasta el momento, hay que darle la mitad de la corona a la chillona y rasgada voz que trajo de vuelta a AC/DC en los ochenta con “*Back in Black*”. Es que el registro documental del endemoniado cantante comienza cuando ni siquiera era tan común la fotografía a color, dado que Brian lleva tanto tiempo disfrutando de la cerveza como años tiene de carrera. Premio al chelero histórico.



El fanatismo de Brian por las birras se mantiene hasta el presente, evidenciado en diversas fotos e incluso un episodio de su programa de TV dedicado a ello. También hay que destacar que AC/DC tiene su propia cerveza, pero no parece haber mayor involucramiento por parte de los miembros de la banda

en el proceso creativo de esta. Ahí es donde entra el buen Bruce, un hombre que no se conforma con mirar. No contento con ser el líder de una de las grandes bandas de la historia del rock, piloto comercial, esgrimista, guionista y presentador radial, también es la mente maestra detrás de la cerveza “Trooper” de Maiden, que se vende a nivel global y cuenta con variedades para todos los gustos. Cacha el *culiaito*.



La cerveza con la imagen de “Eddie” (la conocida mascota de la banda) surge de una alianza entre la marca de Iron Maiden y la cervecera inglesa Robinsons, y cada nueva receta es creada con las contribuciones y permanente observación de Dickinson.

Es más; la variedad “*Hallowed*” surgió de la idea de Bruce de crear una cerveza predominantemente aromática, pues debió tratarse con terapia química tras encontrarse tumores en su garganta y lengua en 2015. En aquel entonces, el piloto del “*Ed Force One*” no podía sentir sabores, pero sí lograba disfrutar del factor aromático de una cerveza a través del sentido del olfato. Verdaderamente un grande que está metido en el nicho hasta el cogote. Premio al chelero más dedicado.



IRON MAIDEN

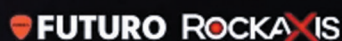


THE FUTURE PAST WORLD TOUR 2024

PRESENTADO POR  / 

~~27~~ Y 28 DE NOVIEMBRE 2024
SOLD - OUT
ESTADIO NACIONAL

MEDIA PARTNERS



DESCUENTOS

20%  20% 

ENTRADAS EN

[ticketmaster.cl](https://www.ticketmaster.cl)

PRODUCEN





Foto: Gentileza Katona.

Posee un salón de eventos con capacidad cercana a 500 personas.

RBX resto-bar: Rock y cerveza en un solo lugar

Por Sebastián Barriá

Música en vivo, buenos tragos y camaradería: es la experiencia que entrega este recinto, ubicado en Av. Vicuña Mackenna 1220, donde todos los fines de semana se realizan conciertos de bandas nacionales e internacionales.

El 14 y 31 de agosto será la sede de los *shows* de aniversario de las bandas Sinergia y Los Miserables. Anteriormente se han presentado Álvaro Scaramelli con su banda Cinema y Machuca de Chile; mientras que por el lado internacional The Lord Of The Lost desde Alemania y Doyle -exguitarrista de Misfits- de Estados Unidos.

Sebastián Ahumada, socio del local, resaltó el ambiente que se vive cada fin de semana: “es muy cercano, los artistas lo pasan muy bien arriba y suelen quedarse después un rato compartiendo con la gente, entonces se sacan fotos y muchos que son recontra fanáticos les cuesta creer lo que están presenciando”.

No es cualquier escenario

Una de las figuras nacionales que ha tenido el privilegio de actuar en este lugar en diversas ocasiones, es la vocalista Katona, junto a su banda Voodoo Zombie.

La cantante subrayó el profesional equipo técnico que posee el RBX, ya que permite generar una acústica de gran nivel en un espacio que ya por su infraestructura ofrece dichas condiciones.

De igual manera, elogió el aforo que posee el resto-bar para este tipo de espectáculos, puesto que le brinda la ocasión de poder

reunir a todos sus fanáticos en un solo lugar, junto con la oportunidad para conocerse y lograr una cercana interacción.

“Todos los fans de mi banda pudieron entrar, pude llenar ese bar”, expresó con satisfacción la voz de Voodoo Zombie.

Añadió que en otros eventos no podían disfrutar todos los seguidores del conjunto, precisamente porque no todos cabían en esos lugares. También hizo énfasis en el ambiente de fraternidad que existe, sobre todo en los carretes post *show*, ya que “van amigos míos que son *partner*”.

“Una vez andaban varios integrantes de distintas bandas, así que hicimos el medio *carrete* después de la tocata de Voodoo Zombie, lo pasamos súper bien, terminamos yéndonos cuando el bar cerró como a las 5 de la mañana”.

Indudablemente, en RBX gozan también los artistas.



Katona junto al resto de la banda Voodoo Zombie durante su presentación.

DESTACADOS



Todas las esquinas del local están teñidas con el mundo del rock e icónicas performances realizadas in situ.

La mente maestra

Corría 2019 y un local llamado Rock y Guitarras se encontraba en venta en Vicuña Mackenna con Avenida Matta, lo que para Ahumada y sus amigos fue la coincidencia perfecta para conseguir ese anhelado punto de entrada en primera persona a este universo musical. Entonces compraron el derecho a llave, y a través de un cambio de nombre nació el RBX.

Sin embargo, poco tiempo después de su adquisición, tuvieron que enfrentar escenarios difíciles para el país, como el estallido social y la pandemia, donde sobrevivían a base de ventas de mascarilla y negocios a través de otras empresas que poseen. Hasta que recién a mediados de 2021 pudieron gozar del rock en su máximo esplendor.

Dado el contexto, empezaron con transmisiones en *streaming* con presentaciones de bandas como El Cruce e Hijos de Algo, funcionando como promoción del local.

Tiempo después, empezaron a negociar música en vivo con **mánagers, ya sea a través de compra de artistas u ofrecimientos voluntarios** para darse a conocer a través de las presen-

taciones.

Pese al trabajo que requiere un negocio de este tipo, para Ahumada no es significado de estrés, sino que **“yo lo veo con gusto, amo la música, estoy más por eso que por el bar en sí.**

De hecho, tenemos la posibilidad de abrir otros bares ahora y siempre la idea es tener música”, aseguró.



La característica fachada del local en Av. Vicuña Mackenna.



Fotos: Gentileza de Sebastián Ahumada.

Backstage del RBX: Curarse con los ídolos, sus exigencias y carretes

Por Sebastián Barria

Al ser un espacio que frecuentan los fanáticos más excéntricos del rock y donde salen a lucirse al escenario las mejores estrellas del género, RBX se transforma en un lugar que posee desatadas historias de la vida nocturna capitalina, en un universo donde nada es tan extravagante.

Uno de esos momentos inolvidables fue cuando el cantante Richie Ramone, de la banda Ramones, oriunda de Estados Unidos, se desmayó después de tocar en un concierto producto del calor del ambiente y la masa que se agolpaba a sus pies para obtener un saludo, algo normal para un señor de 66 años, al que la vida ya le empezaba a tomar la cuenta.

Luego del suceso se dio un tiempo de hidratación para re-



cuperarse y compartir un rato con los asistentes presentes en el show.

Las “celebridades” no perdonan

El hecho de que fuera un simple resto-bar escondido entre las grandes avenidas de Santiago, no fue impedimento para que algunas figuras arrasaran a los dueños del local con las solicitudes -varias de ellas obviamente sin sentido- de siempre.

Sin embargo, Sebastián Ahumada, uno de los socios del recinto, explicó que **muchas veces estas peticiones exageradas, las realiza el equipo mánager del artista, para “darle color” al estilo de superestrella, ya que suelen ser “muy sencillos como personas”.**

Por lo general se piden las cervezas más exclusivas que pueda poseer el local. Pero esto se da más en las bandas extranjeras que nacionales, ya que las últimas entregan más un ambiente de camaradería. De hecho, según el propio Ahumada, **los artistas que han sido “más pesados”, vienen de otros países.**

Otro hecho curioso son los artistas que nada pidieron y se quedaron en su mundo por restricciones en su dieta, como **Doyle -exguitarrista de Misfits- que al ser vegano, en todo lo que se tratase de beber y comer tenía su propia alimentación preparada.**

Algo parecido ocurrió con Michale Graves, quien fue integrante de Misfits como vocalista. Dentro de las peticiones que hizo, solicitó que sus tragos y alimentos no fueran elaborados con productos que tuvieran origen animal. Esto dificultó la labor de satisfacer al personaje.



Foto: Promocional.

Parockramas de Coke

Por Jorge Cofré

TOTO is back

Los intérpretes de “Rossanna” o “Hold the Line”, vuelven a Chile. En lo que es un regreso esperado para la banda que **se presentó en nuestro país por el año 2007**, que causó euforia e hizo un gran *show* musical en el Teatro Caupolicán.

Ahora la banda viene para recordar los grandes éxitos con los *Dogz Of Oz*, Steve Lukather y Joseph Williams. **El *show* está completamente vendido** para este próximo 20 de noviembre en el Movistar Arena para recautivar a sus seguidores en estos 17 años de larga espera.



Encontrar el Horizonte

Bring Me the Horizon, los originarios de Sheffield, **vuelven a Chile luego de 2 años de espera**, poca espera en comparación a TOTO, cuando vinieron al Knotfest, evento del que hablaremos un poco más adelante y que pronto vuelve al país.

Como sea, el grupo viene a deleitarnos este próximo 2 de diciembre en el Movistar Arena, siempre el rock es allí. **Un éxito total ha sido la venta de entradas ya con 8000 vendidas**, por lo que BMTH encuentra a Chile un lugar donde siempre pueda venir.



Rockear desde Ucrania

SÍ, el título es real. Jinjer, banda ucraniana de rock, viene a Chile nuevamente. La banda metal con la cantante Tatiana Shmaylyuk confirmó otra vuelta a Chile este 12 de diciembre en el Caupolicán, por fin otro lugar que no sea el Movistar.

Este año **fueron teloneros en Europa en la gira de despedida de Sepultura**, la banda brasileña de rock, buenísima si me lo preguntan. Son los nuevos exponentes del rock, en un país que actualmente sigue en guerra, pero ellos **son la luz dentro de las tinieblas de la lucha armada.**



Vuelve por fin el Knotfest

Tras un período de incógnita que pareció eterno para los *metalheads* de todo Chile, finalmente los enmascarados de Slipknot se dignaron a dar a conocer la fecha en la que aterrizarán en nuestro país con una nueva edición de su festival Knotfest, el cual encabezarán como de costumbre.

La cita está agendada para el 2 de noviembre en el parque del Estadio Nacional, y contará con la distinguida presencia de grandes del género, como Disturbed y Amon Amarth, aunque también vienen un par de números más *random*.



Leyendas inmortales

Iron Maiden son los reyes de Chile, los *weones* siempre que vienen, llenan. Es impresionante el cariño que tienen por esta larga franja, antes que Argentina o Brasil. Es tan complicado conseguir entradas para una función que **sacaron doble fecha en Chile**.

Los del vuelo 666 estarán en el Estadio Nacional el 27 y 28 de noviembre en lo que será locura para los viejos rockeros y sobre todo Bruce Dickinson, que transmite una intensidad única a sus fanáticos dentro del concierto.



Doblete en Santa Laura

Si nos referimos a leyendas, Deep Purple no puede quedar afuera, y no viene solo, Journey se integra a un gran concierto. El año pasado, **Deep Purple estuvo en el Masters of Rock en Santa Laura con un gran show** alrededor de las 6 de la tarde.

Journey, por su parte, **no pisa el país desde el 2011, sin la formación original y con el filipino Pineda**, que todavía sigue a la sombra de Steve Perry. Las entradas de la preventa se fueron en 3 horas, por lo que la expectación de ver a estos grupos es total.



El rock juega de local

El estadio Santa Laura no solo albergará a las legendarias bandas ya comentadas, sino que tendrá un festival de rock este próximo 10 de noviembre. El CL.ROCK Fest, que **contará con la participación de The Pineapple Thief, Satyricon o Decide como principales confirmados**, también contará con bandas de nuestro país como Undercroft, Chances o Weight of Emptiness.

Una oda para los amantes del rock que empezará desde las 1 de la tarde y pueden llegar fácilmente desde el metro Plaza Chacabuco.



El Teatro del Sueño

Dream Theater volverá a fin de año a nuestro país por la **gira de su 40 aniversario** en un épico concierto, o, mejor dicho, épicos conciertos, porque es un hecho que hay dos funciones luego de un éxito de ventas, para ver a esta banda con **éxitos como "As I Am" o "The Spirit Carries On"**.

Esta será su octava vez en el país, en 2019 tocaron lo mejor de lo mejor y, ahora confirmará todo ello a cuatro décadas de que decidieron formar la banda.



Lenny, siempre Kravitz

Aunque Lenny no sea 100% rock es un gran exponente. Hace poco **tocó en la final de la Champions League** y confirmó su vuelta a Chile, luego de un Lollapalooza 2019 complejo en el que tuvo problemas con el micrófono, aunque no hizo la "gran Liam Gallagher" de irse sin tocar, sino que esperó a resolver el contratiempo y siguió.

Kravitz, con **grandes éxitos como "Fly Away" o "American Woman"**, tendrá un Movistar Arena completamente a su disposición el próximo 4 de diciembre, fecha en la que espera deleitar a su público.



**ROCK &
SCHOPS**

DESPEDIDA

Amigos queridos:

Han pasado por varias cositas aquí. Desde cuáles cervezas son las mejorcitas, pasando por los *weones* más *bacanes* del rock, lugares dónde chupar, historias que combinan la música con la chela, hasta las peores curaderas que un ser humano recuerde.

Lamentablemente, esta edición termina aquí, pero no sin antes agradecerles por leer esta revista. Fruto de nuestro amor por el rock y los lúpulos, decidimos hacerla para rendir homenaje a un segmento igual de viciado que nosotros, de esos que se juntan a tomar chela como enfermos y tocar guitarra hasta la hora del *pico*. Esperamos que la hayan disfrutado tanto como nosotros al hacerla.

Los queremos amigos. Y recuerden lo más importante: una no es *niuna*'... ¡¡¡SALUTEEEEEE!!!



DAVID PAICH PRESENTS

STEVE LUKATHER JOSEPH WILLIAMS

GREG PHILLINGANES SHANNON FORREST JOHN PIERCE WARREN HAM STEVE MAGGIORA



20 DE NOVIEMBRE
MOVISTAR ARENA

ENTRADAS **PUNTOTICKET** PRODUCE **LOTUS**
TOTOOFFICIAL.COM

PRESENTA

Banco de Chile



Hasta agotar stock de 1.000 entradas.
Máximo 6 entradas por cliente

+



Revisa términos y condiciones en
www.puntoticket.com/toto

+



Para compra de: \$66.600 CAE: 1,19%
3 cuotas de: \$22.200 / Costo Total: \$66.732

EXCLUSIVO PAGANDO CON TUS
TARJETAS DEL CHILE

