

HEAVIES: ¿UNA CULTURA DE TRANSGRESIÓN?

Silvia Martínez

Escola Superior de Música de Catalunya

La relación acrítica que se establece entre la música heavy y una masa juvenil -entendida como un grupo fácilmente manipulable desde una perspectiva sociológica simplista- nos permite explicar en buena medida el vaivén en la percepción pública de los seguidores heavies: si unas veces son considerados como un grupo altamente conflictivo y peligroso, otras son percibidos como poco más que víctimas de estrategias fácticas de control social. Como en tantas otras ocasiones, las críticas a esta música tienen en realidad en su punto de mira un objetivo más amplio: las acusaciones -no por ridículas menos ciertas- de música insana, incitadora al suicidio, diabólica y amoral, no se dirigen hacia un repertorio aséptico y aislado de un entorno social, sino que a través de la música, condenan un conjunto de elementos mucho más amplio y estigmatizan unos determinados valores, estética y actitudes.

Palabras clave: Culturas juveniles. Música. Heavies. Cataluña. Transgresión.

INTRODUCCIÓN

La música *heavy*, como tantos otros géneros de música popular, carga con una serie de tópicos que nos ayudan muy poco a comprender su realidad cotidiana¹. Y el mismo peaje que paga la música, afecta a sus más acérrimos seguidores: el retrato robot del fan *heavy* que encontramos con frecuencia dibujado en los medios de comunicación se corresponde con un perfil que lo resume a un chico adolescente, de clase baja y con un nivel de estudios muy básico. Pero a pesar de que una parte del público *heavy* pueda responder a ese perfil, la idea de equipararlo a la totalidad de sus seguidores es cuanto menos engañosa. Si bien en otros lugares -especialmente en los Estados Unidos- se asocia esta música con un público uniforme, adolescente, violento y nihilista (Epstein y Pratto 1990: 69 y ss.), esta imagen no refleja en absoluto la realidad española. La relación acrítica que se establece entre la música *heavy* y una masa juvenil -entendida como un grupo fácilmente manipulable desde una

perspectiva sociológica simplista- nos permite explicar en buena medida el vaivén en la percepción pública de los seguidores *heavies*: si unas veces son considerados como un grupo altamente conflictivo y peligroso, otras son percibidos como poco más que víctimas de estrategias fácticas de control social. Como en tantas otras ocasiones, las críticas a esta música tienen en realidad en su punto de mira un objetivo más amplio: las acusaciones -no por ridículas menos ciertas- de música insana, incitadora al suicidio, diabólica y amoral, no se dirigen hacia un repertorio aséptico y aislado de un entorno social, sino que a través de la música, condenan un conjunto de elementos mucho más amplio y estigmatizan unos determinados valores, estética y actitudes.

Orígenes del *heavy*

Cuando nos referimos al *heavy metal* en tanto que género específico dentro del universo del rock, existe cierto consenso en considerar su aparición a finales de la década de los sesenta, a pesar de que la denominación cuajaría años más tarde. En un principio el *heavy* se vio como una versión progresivamente radicalizada del rock duro de aquel momento, con el cual seguiría compartiendo

¹ Las observaciones que se presentan en este texto están elaboradas a partir del trabajo de campo realizado en la ciudad de Barcelona entre 1993 y 1996. A pesar de que algunas de las conclusiones respondan únicamente a esa escena local, creemos que la mayoría de ellas pueden ser válidas para la escena española en general.

rasgos estilísticos básicos: la dureza en la interpretación vocal, la distorsión de la base guitarrística y un sonido global muy denso y agresivo. Los grupos musicales que forjaron aquel primer *heavy* fueron sintetizando algunas características procedentes del *blues* –sobre todo en el tratamiento de las guitarras y la voz- y de la música psicodélica –en la experimentación y la creación de densas atmósferas sonoras-, en una asociación que los asociará desde su inicio a un ideario de protesta y trasgresión. En pocos años, aquel primer sonido acabará por acentuar los trazos más duros de las que fueran sus fuentes musicales, para consolidarse como un nuevo género diferenciado de otras formas de rock. Alrededor del nuevo sonido se recogerán también las imágenes menos sociables del rock y desde entonces los denominados *heavies* - tanto grupos musicales como el público que se mimetiza- irán consolidando un vestuario y un aspecto distintivo, una gestualidad y unas pautas de comportamiento deliberadamente agresivas en sus formas, así como actitudes provocadoras asociadas tanto al elevado tono de algunas de las letras de sus canciones (anticlericales, sexuales, antisistema, etc.) como a su puesta en escena y su imagen pública. A caballo entre los años sesenta y setenta, el nuevo sonido y la nueva estética bautizados como “heavy metal” fueron tomando cuerpo en infinidad de grupos musicales grupos, especialmente en la escena anglosajona, y en una nueva subcultura que tuvo su momento de máxima visibilidad social en la década de los ochenta.

La música *heavy*, considerada en su conjunto, abarca un espectro muy amplio de músicas que pueden englobarse de modo genérico en unos cánones estéticos comunes. Al aceptar una definición que comprende una propuesta musical múltiple, es fácilmente deducible que el público que conforma su audiencia estará constituido por grupos de edad y de procedencia diversa. Si observamos un poco más de cerca estos públicos, encontraremos necesariamente distintos grados de relación y de identificación con el hecho musical y con sus valores: desde seguidores esporádicos atraídos por una moda o propaganda puntual, hasta *fans* fieles y constantes entregados en cuerpo y alma a la música y a la estética que la acompaña, pasando por seguidores que

compaginan cómodamente esta propuesta con otras experiencias musicales. Al analizar la audiencia *heavy*, los dos tópicos más extendidos que podemos desmentir son aquellos que asocian esta música a un público exclusivamente juvenil y marginal. Ciertamente el mito de un público juvenil no es una idea asociada solamente al *heavy metal*, sino una constante en cualquier forma de rock desde su aparición en los años cincuenta. Por más que el público de los conciertos comprenda mayoritariamente jóvenes y adolescentes, no es extraño encontrar adultos de más edad en los conciertos de los grupos *heavies* que llevan más años en activo, los cuales se declaran entusiastas y fieles seguidores de esta música. De igual modo, entre los compradores y seguidores habituales de determinados tipos de *heavy*, se encuentra un número importante de chicos y chicas preadolescentes, que vienen a ampliar por debajo la franja de edad de consumidores del género. Por todo ello y a pesar de que esta audiencia esté compuesta por un grueso de seguidores mayoritariamente jóvenes, hablar de música juvenil en este caso tergiversa su realidad.

La misma observación podría hacerse al observar a los creadores de la música: el hecho de que el rock sea en principio un producto musical fundamentalmente concebido para jóvenes y pensado para un auditorio juvenil, no significa que no existan músicos adultos muy apreciados en la escena del rock después de muchos años de carrera ininterrumpida. Josep Martí afirma que el rock, a pesar de no poder ser considerada como una música exclusivamente juvenil, es un fenómeno que se vende como tal y que posee un significado asociado a la juventud, a la cual se le asocian valores como la innovación, el inconformismo y la independencia (1995:10). Por tanto, si se habla de música juvenil en referencia al *heavy* no es tanto porque esta implique exclusivamente a un grupo de edad joven o porque refleje ninguna experiencia “auténticamente joven”. No debemos olvidar que el contexto sociocultural que envuelve este y otros fenómenos de la música popular aparece fuertemente condicionado por un culto generalizado a la juventud como valor *per se*. En este marco, las músicas se presentan como emblemáticas de la juventud -y el *heavy metal* sería hasta la aparición del *tecno* una de las más

representativas- no lo son tanto por el hecho de que reflejen una experiencia joven o los valores de un mundo juvenil, sino porque contribuyen a definir lo que es “ser joven” (Frith 1987: 143).

Una argumentación similar resulta útil para analizar el mito de la marginalidad de su público. Se puede hablar de marginalidad cuando nos referimos a propuestas muy concretas y minoritarias de la música *metal* actual pero observando el conjunto del *heavy* más clásico, encontramos un público no solamente variado sino de los más importantes cuantitativamente de la escena del rock. Es evidente que a partir de este fenómeno musical, muchos jóvenes articulan un constructo identitario que les permite unificar amigos, actividades y espacios de ocio. El compromiso con esta estética puede llevarlos también a sentirse parte integrante de un colectivo mucho más amplio que el círculo de amigos en ocasiones concretas como la que se da en el momento de un concierto. Así mismo, en todo momento les permite saberse miembros de una comunidad organizada entorno a los grupos y a las actividades musicales de su agrado. Este sentimiento permite que cada cual encuentre un espacio individual al margen de otras opciones consideradas “conformistas”, “comerciales”, y nada conflictivas en el conjunto de músicas que ofrecen el panorama pop-rock. Este posicionamiento es el que viven muchos seguidores como una ubicación marginal:

“Yo me siento orgullosa de ser una heavy. Pero claro, eso es una historia muy personal. Tú puedes encontrar un tío que te diga: “yo soy un heavy” y no sabe de qué va, porque todo es pose, y si hay que ponerse una corbata para ir a trabajar, pues se la pone. Y si, heavy metal pero qué... A mí, aunque me gusten otras músicas me siento identificada con esta, me hace vibrar, me hace sentir bien. Sabes que te costará mucho encontrar gente con la que compartir esto y que mucha gente también te mirará mal. Pero yo paso de esta gente. La música lo compensa todo y esa gente no me interesa” (Carmen)

El sentimiento de marginación, en una lectura positiva como la que resulta de esta

argumentación, constituye uno de los principales atractivos *heavy metal* y contribuye a consolidar la complicidad y la cohesión que existe entre sus seguidores. No obstante, es imposible pasar por alto los innumerables factores que desmienten la pretendida marginalidad de esta música, especialmente si observamos con un poco de atención su base ideacional y comparamos la posición que el conjunto del *heavy* ocupa en el conjunto de nuestra música popular. Por un lado no podemos hablar de marginalidad cuando el grueso del público del *heavy* en lugar de constituir grupos endogámicos, forma un colectivo abierto a otras opciones musicales y tan solo adopta algunas formas de la estética asociada a esta música en ocasiones concretas, como pueden ser fiestas y conciertos. Por otro, el presupuesto de la existencia de un público marginal que sigue una estética marginal es insostenible si observamos las estadísticas de asistencia a conciertos en la ciudad (en este caso Barcelona, pero seguramente es una observación válida en otras ciudades). Por citar solo algunos ejemplos, Metallica reunía 15.000 personas en el Palau Sant Jordi en su concierto de 1992 y cerca de 20.000 tres años después; AC/DC (grupo de discutible adscripción *heavy* pero sin duda adorado por este público) más de 45.000 y Guns’n’Roses convocaron cerca de 35.000 en el Estadi Olímpic por esas mismas fechas (aquel año sólo le superó en asistencia el concierto que ofreció en la ciudad Bruce Springsteen)². Estas cifras delatan un número excesivo de seguidores para poder hablar de un público marginal.

Es conveniente hacer algunas puntualizaciones para reorientar la paradoja que supone la existencia de una música de público masivo sostenida por un discurso de vocación marginal. Ante todo deberíamos evitar la visión reduccionista y homogénea que se da habitualmente de este fenómeno en la prensa y en los medios de comunicación. El público seguidor de la música *heavy* comprende un conjunto que supera con creces los integrantes del colectivo que constituye la subcultura *heavy*, a pesar de que desde una perspectiva alejada del fenómeno se puedan

² Datos extraídos de la sección de cultural del *Anuario Estadístico de Barcelona*.

confundir. Al mismo tiempo y en una lógica correlación, el mundo del *heavy* -trátese del género clásico o de las actualizaciones del *metal* contemporáneo- contiene una amplia gama de subgéneros, los cuales constituyen una oferta musical destinada a un público que comprende un sector de población relativamente amplio y que hará suyo un tipo de *heavy* determinado, sin sentirse necesariamente identificado con toda la producción musical comprendida bajo el paraguas de esa denominación. Pero curiosamente este hecho no llega a romper la vaga percepción unitaria del género que se manifiesta entre sus seguidores, percepción que hemos considerado decisiva a la hora de plantearnos un análisis de su conjunto en lugar de abordarlo a través de la jungla de subgéneros que lo configuran.

Si el *heavy* ha conseguido el difícil equilibrio de convertirse en una música de masas basada en una imagen de marginalidad, éste ha sido posible en gran medida por la negociación implícita que se estableció a partir de finales de los años ochenta entre distintos parámetros de su estética: la iconografía, la propuesta musical y la parte verbal del paratexto musical. El conjunto de elementos visuales que acompañan a los grupos de *heavy metal*, ya sea en la presentación de sus productos ya sea como parte de las escenografías de los conciertos o de los actos de promoción de sus protagonistas, ha evolucionado progresivamente desde unas pautas bastante estandarizadas hasta el eclecticismo actual, siempre cargado de provocación y de una lúdica morbosidad. Las imágenes que recrean actualmente algunos grupos de metal, tanto en sus contenidos como en su presentación, transgreden principios morales y estéticos con imágenes de sacrificios humanos, actos vandálicos o escenas truculentas y pornográficas cargadas de intencionalidad. Así, la vocación marginal en la cual gran parte del *heavy metal* enmarca sus propuestas estéticas implica un enfrentamiento simbólico con los valores hegemónicos, imponiendo imágenes que crean un rechazo inmediato y que lo sitúan al margen de la "normalidad". A pesar de ello, para alcanzar el grado de aceptación del que goza actualmente, las corrientes de vocación más masiva (o "comercial" si se prefiere) del *heavy*, fueron rebajando durante años la dureza de sus

propuestas sonoras para adaptarlas a una propuesta apta para todos los públicos. En el proceso que permitió ampliar su público potencial, el *heavy* fue compensando a menudo la progresiva "suavidad" de algunos componentes sonoros con la intensificación progresiva de los rasgos más escabrosos de su parafernalia visual y de su lenguaje. Recientemente, con la aparición en la escena masiva de géneros considerados tan o más "duros" que el *metal*, éste parece acentuar otra vez sonoridades brutales.

En toda esta evolución jugó también un papel fundamental el discurso ideológico que acompañaba la comercialización del *heavy*. La línea argumental para su ampliación de mercado contenía una de las claves para la comprensión de su éxito: consiguió anteponer la autenticidad de una propuesta a la comercialidad, concepto tanto o más ambiguo que el anterior. Elaborando mínimamente este discurso se consigue identificar el *heavy* más "auténtico" al menos "comercial" y solo considerando ese presupuesto se entiende que los seguidores de *heavy* calificaran la evolución de un grupo musical en función de sus ventas. Así, los grupos de más éxito se convierten automáticamente en los menos "auténticos":

"Es lo que pasa con los Guns'n'Roses, que tienen mucho marketing detrás suyo. Y claro, lo han ido subiendo a base de marketing. Que si ahora me peleo con éste, que si ahora me peleo con el Bowie, que si ahora me caso con ésta, que si ahora me divorcio, que si hay un concierto y hay treinta muertos... Hay un marketing detrás increíble. Y ¿dónde queda la música? El primer disco es muy bueno y el segundo ya no vale para nada. Es que Guns'n'Roses es un grupo de marketing y por eso están tan de moda" (Pepé)³

Con ese discurso de autenticidad y anti-moda, el *heavy* es percibido por muchos de sus seguidores como una música alternativa. Mientras tanto, algunos consideran que no difiere de otros tipos de rock, absorbidos hace tiempo por la gran

³ Entrevista realizada a finales de 1992.

industria discográfica y consumidos en perfecta sintonía con géneros pertenecientes al denominado *mainstream*. Precisamente una de las claves del éxito de la música *heavy* podría buscarse en la ambigüedad que hace posible identificarse con la transgresión que se le asocia y al tiempo adscribirse a una estética percibida como violenta y radical, sin que este hecho implique compromisos personales ilegales ni verdaderamente antisociales.

Los “heavies”

El tipo de relación que los seguidores del *heavy* establecen con la música pone de relieve que la consideración de la música como algo más que un conjunto de productos sonoros no es una especulación teórica sino una aproximación a la realidad de su consumo. Esta observación se hace evidente en detalles como la decoración de bares y locales: la música se convierte en fuente de todos los motivos de decoración como si fuera el punto de indiscutible coincidencia entre una clientela a menudo diversa. También podemos ver como la música tiene un gran peso específico en tanto que experiencia individual cuando se presenta su consumo o disfrute como una alternativa a opciones más dramáticas:

“Para mí la música es algo muy fuerte, algo que te mueve muy dentro. De no ser por el heavy yo ahora sería un yonqui porque tengo un montón de colegas que se han enganchao porque no tenían nada a qué cogerse. En cambio yo me cogí a la música, al heavy, cuando era un crío y eso me ha salvado, me ha apartado de malos rollos” (Beli)

Uno de los rasgos comunes a buena parte de los seguidores con los que hablamos, es la valoración que hacen del hecho musical no tan solo como una determinada opción musical o artística, sino como una opción de vida que los conduce a invertir una parte muy importante de sus ingresos en la adquisición de entradas de conciertos y de discos, del mismo modo que invertirán la práctica totalidad de su tiempo de ocio en actividades relacionadas con esta música. En la mayoría de casos, seguir la música *heavy* no condiciona nada

más allá de las actividades de ocio, pero en determinados momentos puede llegar a entorpecer otros ámbitos, como en aquellos casos en que la imagen personal dificulta el acceso al mercado laboral o hace difícil compaginar la vida social con alguien que no comparta también tus gustos musicales. Esta capacidad de la música para convertirse en el epicentro de la actividad y de los sentimientos, junto a la carga romántica de rebeldía e inconformismo tradicionalmente asociada al rock, constituyen un terreno perfecto para que las culturas juveniles se aferren a ella y la conviertan en su bandera más visible. En todos los grupos que aglutinamos bajo el denominador común de “tribus urbanas”, el ocio está estrechamente ligado al consumo de productos musicales, fenómeno por otro lado común a buena parte de la población joven de occidente. Si el rock vincula con fuerte intensidad a su público, las músicas situadas en su extremo más radicalizado llevan este fenómeno a cotas muy superiores. Entre los seguidores del *heavy* existe una conciencia de grupo fuertemente vinculada al hecho musical pero que raramente adquiere un carácter abiertamente institucionalizado -como en el caso de los clubs de *fans* del pop-.

Si comparamos la proporción del público *heavy* que se implica hasta considerarse integrante de la subcultura del mismo nombre y adoptar su aspecto característico -unos 1000 individuos en la ciudad de Barcelona según uno de los cómputos del Gobierno Civil⁴- con las cifras de asistencia a los conciertos de esta música, resulta evidente que la proporción de integrantes de este colectivo de “*heavies*” no es sino una pequeña minoría del total de la audiencia que escucha, compra y disfruta con la música. A pesar de ello, el tópico cliché del seguidor *heavy* sigue siendo la imagen visible de esta música en la calle y a menudo la hacemos extensiva al conjunto de su público. Por este motivo, fijando nuestra atención en el grupo de seguidores más estrechamente relacionados con ella no afirmamos su representatividad cuantitativa entre la audiencia del *heavy*, sino que proponemos adentrarnos en la especial relación

⁴ Vid GCB 1992.

que establece esa minoría tan visible con el mundo musical.

Al hablar de los *heavy* como subcultura, consideramos como tal la forma de vida peculiar o distintiva de este grupo, los significados y conductas asociados a su sistema de valores, sus lenguajes y costumbres. Entendemos también, siguiendo la argumentación de Carles Feixa, que los significados que todo ello conforma orientan a los individuos en la vida cotidiana y se materializan en modos de relación y de organización social, en formas de estructuración del tiempo y del espacio que hacen que el individuo se sienta miembro de esa comunidad. Todo ello sin olvidar el carácter cambiante que establecen en relación con los cambios en la estructura de la sociedad y de las interrelaciones recíprocas entre las distintas culturas que se desarrollan en su seno. De este modo, al hablar de una cultura *heavy* estamos haciendo referencia a una propuesta muy concreta en el seno del complejo fragmentario de formas de vida y visiones del mundo elaboradas por los jóvenes como respuesta a sus condiciones de existencia, las cuales se expresan colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos (Feixa 1993:33). Por todo ello, los *heavies* no constituyen una realidad aislada sino una red flexible que mantiene relaciones de circularidad y complementariedad con el resto de subculturas. Serían uno de aquellos grupos que Feixa sitúa al margen de la elite de poder, buscando vías alternativas para expresar y elaborar en términos culturales sus experiencias de vida material y social, enraizándose en tradiciones particulares. Y si algo tienen claro las identidades que se construyen estos grupos es el hecho de que implican una clara identificación de la alteridad: el grupo se conforma tanto por su propia adscripción como a través del enfrentamiento con la diferencia que representa la "normalidad" u otras alternativas. Este hecho les lleva a una constante reafirmación ante el otro: es el caso, por ejemplo, de la exhibición de la música en espacios públicos con un evidente tono de provocación, como el grupo de adolescentes que arrastran un radiocasete portátil de grandes dimensiones (el famoso "loro") poniendo a todo volumen la música más agresiva que encuentren en su repertorio.

El fenómeno de los colectivos afines a un género musical es posible porque la música actúa como referente identitario: el *heavy* además de ser una oferta lúdico-musical, puede constituir una vía de interacción personal y es acogida por algunos como guía de comportamiento y *modus vivendi*. Cuando Simon Frith analiza las principales funciones de la música popular en nuestra sociedad, destaca especialmente la capacidad que ésta tiene para contribuir a la construcción de una identidad distintiva. Para Frith la música se usa para crear autodefiniciones particulares y para asignarse un determinado lugar dentro del conjunto social, a través de un proceso de inclusión y exclusión. La experiencia musical, afirma, será capaz de proporcionar experiencias emocionales particularmente intensas que a su vez siempre estarán dotadas de un significado social. La experiencia musical puede convertirse así en una experiencia de posicionamiento (*placing*) y de ordenamiento en un determinado conjunto social (Frith 1987: 139-143). Para Pablo Vila, esta construcción forma parte de un proceso complejo de negociación entre música e identidad:

"Lo que a primera vista parece una tautología, donde la gente parece aceptar una propuesta de sentido porque ésta tiene sentido para su construcción identitaria, esconde un intrincado proceso de ida y vuelta entre interpelaciones y tramas argumentales en donde ambas se modifican recíprocamente. (...) La música para nosotros sí tiene sentido (no intrínseco, pero sentido al fin) y tal sentido está ligado a las articulaciones en las cuales ha participado en el pasado. Por supuesto que estas articulaciones pasadas no actúan como una camisa de fuerza que impide su re-articulación en configuraciones de sentido nuevas, pero sin embargo sí actúan poniendo ciertos límites al rango de articulaciones posibles en el futuro. Así, la música no llega vacía, sin connotaciones previas al encuentro de actores sociales que le proveerían de sentido sino que, por el contrario, llega plagada de múltiples (y muchas veces contradictorias) connotaciones de sentido" (Vila 1996:22)

En cuanto a los valores estéticos a partir de los cuales podemos entender y apreciar las propuestas musicales del *heavy metal*, debemos considerar como punto de partida que el marco estético de las músicas populares generalmente en discursos auto-referenciales: cada música popular se crea sus propias estructuras narrativas, establece sus patrones de identidad y su manera de ordenar emociones (Frith 1987: 146). No obstante, fenómenos como el que se organiza entorno al *heavy* no tienen en cuenta tan solo el hecho musical, a pesar de que éste sea el epicentro de sus actividades: los grupos conforman propuestas estéticas múltiples en una imagen que abarca también el aspecto personal, las formas y espacios de ocio o una determinada escala de valores. Siguiendo con el razonamiento de Vila, la música sería un elemento cultural más, ciertamente privilegiado en el momento de actuar como constructo identitario:

“Usualmente la gente encuentra los discursos que les permiten armar sus identidades en las diferentes construcciones culturales de una época y una sociedad determinadas. Así, es precisamente en el reino de la cultura donde se desarrolla la lucha por el sentido de las diferentes posiciones de sujeto, y la música es una fuente muy importante de tal tipo de discursos” (Vila 1996: 15).

Pero estos discursos que se conjugan entorno a una música y a una propuesta estética determinadas no pueden ser interpretados como construcciones cerradas y uniformes sino como conglomerados de identificaciones flexibles y más mutables de lo que habitualmente se presupone.

Como nos ven desde fuera: agresivos, conformistas y ¡¡satánicos!!

Del mismo modo en que la identidad se construyen por oposición al otro, a una identidad ajena, la imagen que se tiene de la música y de la subcultura *heavies* les confiere una forma y un espacio en el conjunto de la sociedad. En la percepción que se tiene de ella desde el exterior se da una curiosa dicotomía: debido a su imagen agresiva y a su actitud transgresora, los *heavies*

son considerados como gamberros violentos y antisociales por una parte de quienes los observan (a menudo padres de adolescentes que no querían ver a sus vástagos relacionados con semejante mundo de corrupción...). En una encuesta sobre gustos musicales que elaboramos en el año 1995, un muchacho de diecinueve años, seguidor de la música *heavy* replicaba esta visión, extendida entre los menos conocedores del fenómeno en una contundente respuesta que dejó en su escrito:

“Los auténticos heavy metals o black metals no son anarquistas, no son delincuentes, no son asesinos, no son escoria de la sociedad y no tienen que ser discriminados”⁵

Junto al sentimiento de rechazo que muchos seguidores padecen y fruto de esa “mala imagen”, es fácil encontrar sectores de la sociedad que los critican como colectivo alienado, inconsistente y superficial:

“Para unos, sus ídolos están en el rock duro; para otros hay que quemar el radiocassette a ritmo de heavy metal, pero todos supieron que había existido un inconformista y legendario Frank Zappa el mismo día que la televisión difundía la noticia de su muerte. Lo musical está rodeado de un estilo de vida que identifica al grupo. Así, los jóvenes de la gran ciudad han formado una subcultura urbana que en muchos casos se identifica con el realismo sucio. Las cosas molan o no molan, así de sencillo. La chupa y las botas son las señas de identidad del grupo. (...) Muchos de ellos se muestran reacios a ser estigmatizados como seguidores de determinadas modas, pero esa afirmación tiene el inconveniente de que son ellos los más preocupados por lucir chupa de cuero repleta de metal o las botas Dr.Martens para dejar bien claro a qué grupo pertenecen” (Barata 1994:52-53).

⁵ Encuesta realizada por el Departamento de Musicología del CSIC en una muestra representativa de los centros de educación secundaria de Barcelona en otoño de 1995.

Tampoco faltan imágenes paternas que justifican el fenómeno sin preocuparse por dotarlo de sentido: “Las tribus urbanas no son otra cosa que una muestra externa del desconcertante mundo que estamos brindando a nuestros hijos. Porque su crisis de valores, al fin y al cabo y bien mirada, no es nada más que la imagen deformada de nuestras propias carencias” (Angelats 1991: 28). Declaraciones como esta publicadas en la prensa o difundidas en radio y televisión, provocan que la información que llega a los ciudadanos sobre cualquiera de las denominadas “tribus urbanas” esté tremendamente simplificada. Y si encontramos pocos estudios que observen, con más o menos seriedad, este fenómeno en España⁶, difícilmente podemos esperar que los medios ofrezcan análisis detallados y no tremendistas del fenómeno que vayan más allá del tópico o del espectáculo de la noticia. Incluso en los estudios institucionales encontramos poco más que el manojo de tópicos que ya conocemos:

“Los jóvenes que se identifican con este estilo [el heavy] son generalmente adolescentes que viven en barrios periféricos con una población mayoritariamente de origen inmigrante. El nivel de instrucción es bastante bajo y muchas veces estudian Formación Profesional o han dejado sus estudios y no hacen nada o realizan pequeños trabajos en el barrio. (...) Lo que más los caracteriza es su imagen, muchas veces un tanto agresiva, con camisetas llenas de sus ídolos, los pantalones ceñidos, las chupas repletas de chapas, el pelo largo. (...) No se encuentra en ellos un trasfondo demasiado racionalizado, como el que vemos en otros jóvenes” (AB 1990: 66-67).

La diversidad que describíamos anteriormente respecto al grado de implicación de la audiencia heavy con su música y a la diversa aceptación de este ideario, es difícil observarla en una visión tan superficial. No obstante, se percibe claramente al

⁶ Algunos libros publicados sobre el tema en España son: Costa, Pérez Tornero y Tropea (1996), Colubi (1997), Feixa (1998).

considerar la correspondencia que se da entre el grado de aceptación de los individuos en el seno del colectivo heavy y los conocimientos musicales que pueden demostrar. Conocer de manera precisa y exhaustiva el repertorio, los temas y, en menor medida, las vicisitudes de los grupos musicales es considerado como un atributo de los auténticos iniciados. Esta valoración a menudo se contradice con la visión externa, según la cual los aspectos de imagen personal se asocian al compromiso o a la autenticidad antes que los aspectos directamente relacionados con el repertorio musical. Así, los adolescentes que esbozan una militancia limitada a un conocimiento superficial de la música y a la adopción de algunos rasgos estéticos, no serán considerados en absoluto representativos por parte de los “auténticos”, a pesar de su importancia cualitativa en el conjunto de la audiencia. Otro hecho que acostumbra a pasar desapercibido para el gran público pero que se hace evidente para sus seguidores, es la constatación de la tradición de inconformismo y protesta social que acompaña a esta música desde su llegada a España en la década de los setenta. Los periodistas Diego Manrique y Mariano Muniesa, en sus respectivas historias del género, lo expresan así:

“Parece que en la España del post-franquismo se dan las condiciones objetivas y subjetivas para la irrupción del rock bronca: asfixiantes concentraciones urbanas, ansia de desreprimirse, necesidad de exorcizar los hábitos fascistas, sentimientos antiautoritarios... También circularon grupos guerreros como los Salvajes o los Cheyennes, que se saltaban las normas establecidas tanto en apariencia exterior como en su actitud de rebelión e inconformismo (...) Se escapan unos ruidos amorfos, vulgares, estridentes. No es bonito, no original, no está de moda...pero ahí están, remando contra corriente” (Manrique 1977:54)

“En España el rock, y más concretamente el rock duro, ha significado para los jóvenes un lenguaje, una forma de expresión y una cultura básicamente de

ruptura, de protesta y sobretodo de identidad colectiva, de reivindicación de una imagen, de una personalidad y una filosofía ante el sistema crítica y contestataria” (Muniesa 1993: 96)

Actualmente los grupos musicales de *heavy* no basan su repertorio en temas de contenido político explícito y sus reivindicaciones sociales generalmente se limitan a expresar una cierta sensibilidad hacia el peligro de la escalada armamentística, la desigualdad de oportunidades, el desencanto social, etc. pero si que canalizan una parte importante del inconformismo radical de un cierto sector joven. No se le puede negar al *heavy* una actitud de protesta e inconformismo, quizás menos articulada que en otros géneros - como el rap, el punk o en determinados momentos de la canción de autor-, pero que se presenta tanto o más agresiva en su forma y en sus denuncias. Una última consecuencia del desinterés con el que se observa la escena del *heavy* y a sus seguidores, es el modo en que se trivializa uniformizándolo en una única propuesta monolítica, estática y anticuada. Se sigue así identificando el *heavy metal* con las espectaculares bandas de los años ochenta y ofreciendo una limitada visión del fenómeno que no contempla el actual dinamismo del género. En realidad, con el paso de los años, el *heavy* se ha pasado por muy diversos caminos, influencias y fusiones que convierten a esta estética en un cajón de sastre del panorama musical español a partir de los noventa, caracterizado por un contexto cultural que valora cada día más el mestizaje:

“Los bermudas y los tatuajes han sustituido a las mallas y las tachuelas. La nueva generación bandas españolas de rock duro forma un panorama variado e inclasificable. La ortodoxia heavy ya no basta: ahora aparece aliñada con influencias funk, hardcore, southern rock, power metal, rap...” (Giner 1994:24)

Años después, la música *heavy* forma ya parte inseparable de la historia del rock y constituye un género que reivindica, en su lectura actualizada del *metal*, las fusiones y el mestizaje estilísticos, y

puede sentirse muy próximo a otras formas de rock alternativo con las cuales comparte hoy en día audiencia y escenarios⁷. Pero a medida que han ido adquiriendo su nuevo estatus de música de masas, los grupos *heavies* han visto también multiplicados los enfrentamientos con la censura político-cultural y, sobretodo, religiosa. Para analizar la formación del antagonismo que ha debido afrontar, nos resulta muy útil la definición de patrón de rechazo como categoría de análisis que propone Josep Martí: “Dentro de la esfera musicológica podemos definir de manera muy general el patrón de rechazo como aquel complejo de elementos de signo cultural que declara no deseable una unidad cualquiera del amplio espectro fenoménico del hecho musical (...). Una componente de primer orden en todo patrón de rechazo es su base ideacional, es decir, aquellas ideas que lo sustentan. Éstas pueden corresponder a normas intrínsecamente musicales o bien basarse en criterios extramusicales” (Martí 1996: 258-259). Desde su aparición en la escena musical, los grupos musicales *heavies* han debido enfrentarse a juicios por incitación al suicidio y por prácticas satánicas. Algunas de las denuncias más exacerbadas provenían, lógicamente, de las iglesias cristianas de orientación más integrista:

“El satanismo franco se desvaneció rápidamente después de los años setenta, pero los elementos del satanismo cultural continuaron en los años ochenta en forma de la música rock del tipo heavy metal, que a veces invoca por nombre al Diablo y muestra respeto considerable a los valores satánicos de la crueldad, las drogas, la fealdad, la depresión, la satisfacción inmoderada de los deseos, la violencia, el ruido y la confusión junto con la infelicidad” (Russell 1988)⁸

Este tipo de denuncias ridículas aparece de modo esporádico hasta los años ochenta, pero cobran inusitada fuerza cuando el *heavy* empieza a comercializarse de un modo masivo. La más

⁷ Sobre la escena *metal* en los últimos años vid. Abad y Álvarez (2000).

⁸ Citado en Martí (2000:105). Otras citas similares pueden encontrarse en: Ankerberg y Weldon (1998) o Martínez Galiana (1998), entre otros

relevante de ellas, dada su importante capacidad de censura, la fuerza del poder político y el eco publicitario que obtuvo, fue la creación en 1985 del "Parents Music Resource Center" (PMRC). Este organismo paragubernamental se creó al amparo del senado de los Estados Unidos con el objetivo de llevar a cabo una censura moral y legal contra todos aquellos grupos de rock "que contravinieran los valores tradicionales" (Miller 1988:138). Uno de sus principales objetivos fueron los mensajes y los valores asociados a la música *heavy*, mostrando una especial fijación por los textos de las canciones. Temas como el antiautoritarismo, críticas a los estamentos religiosos, apologías de la rebelión y de la sexualidad, etc. y otras cuestiones que podían ser asumidos en un tono abiertamente lúdico y provocativo por parte de sus seguidores, constituyeron el blanco predilecto del PMRC. Pero como en tantos otros casos en la historia de la música, el patrón de rechazo que se generó alrededor de este repertorio, más que condenar la música en si misma, atacaba su base ideacional y al colectivo que representaba. Siguiendo con la argumentación de Martí, vemos como toda manifestación musical está íntimamente ligada a una significaciones y a los grupos humanos de los cuales a surgido, razón por la cual a menudo el rechazo no va dirigido contra la materia musical sino contra el grupo que ésta representa (Martí 1996: 275).

Las acusaciones vertidas contra el *heavy* recuperarán el objeto tópico de las críticas anteriores: se acusará a los grupos musicales de incitación a la blasfemia y a la herejía, y de protagonizar ritos satánicos y orgías. A partir de los recurrentes temas diabólicos y macabros -que en el fondo responden a una mezcla de provocación, rebeldía y recreación de elementos fantásticos-, la música y los seguidores *heavies* se verán estigmatizados por un pretendido comportamiento y tendencias satánicas. Para entender cómo pueden mantenerse tales acusaciones a pesar de las flagrantes contradicciones con la conducta y valores reales de los seguidores y músicos, debemos observar la aceptación y el uso que hacen de ello los propios actores. Esta actitud encaja perfectamente con la lógica de los patrones de rechazo: "Cuando dentro

de la dialéctica regenerativa social emergen nuevos grupos en el seno de la colectividad, ávidos de signos de identidad, los patrones de rechazo que generan en el medio humano circundante son tan importantes para el fortalecimiento de su propia personalidad como grupo, que incluso por su propia parte pueden ser deliberadamente buscados" (Martí 1996: 263). La retórica de autenticidad marginal que explota el discurso *heavy* lleva implícitamente a la aceptación de los mecanismos de exclusión del patrón de rechazo, como una vía para mantener y estimular la cohesión del colectivo.

Contrariamente a lo que podríamos pensar, estos supuestos componentes satánicos o macabros no tan solo objeto de crítica en los países anglosajones de origen. Al contrario: en una reacción mimética respecto a las polémicas surgidas en los Estados Unidos, esta música y sus seguidores son asociados en todas partes con cultos diabólicos. Pero en verdad éste es uno de los elementos que podría ilustrar las diferentes adaptaciones en que concluye la adaptación del discurso transnacional del *heavy*: las divergencias en la recepción y comprensión del fenómeno en distintos lugares de acogida es tan diversa como las culturas y países a los que ha llegado. A modo de ejemplo podemos comparar la difusión del *heavy metal* en los países nórdicos, especialmente en Noruega, donde tanto la música como el discurso *heavy* fueron recogidos ocasionalmente por sectas de orientación satánica reales. En este caso, a diferencia de la falsa asociación entre ambos fenómenos que querían ver los censores norteamericanos, la vinculación era cierta y algunos seguidores y miembros de grupos musicales fueron relacionados con incendios de iglesias y procesados por actos vandálicos similares⁹. El caso opuesto lo constituiría la réplica española, donde el *heavy* está envuelto en una aureola que lo vincula a ese tipo de ritos y valores, sin que éstos se correspondan con hechos reales contrastados. Relacionar -con mucha fantasía de por medio- una anécdota vandálica a cultos heréticos ciertos, es a menudo una elección muy personal de periodistas como los que redactaron

⁹ Comunicación personal de Robert Walser, autor de *Running with the Devil* (1992).

la siguiente noticia:

“Los jóvenes arrestados pertenecen a grupos aficionados a la música más radical del heavy metal (metal duro), entre cuyas actividades se incluye la celebración de ritos satánicos (...). Varios de los jóvenes implicados en la profanación de la tumba de Gavà pertenecían a un grupo musical heavy. Uno de ellos llegó a comentar a un policía de paisano que robaron la cabeza para tomarla como modelo para la careta de la funda de un posible disco... ‘No pertenecen a sectas satánicas’ precisó uno de los investigadores, ‘pero igual que otras tribus urbanas, se reúnen entre semana o durante el fin de semana y culminan la fiesta acudiendo a los cementerios’” (El País 6/11/1991:25)

Como el relato de la detención de los jóvenes quedaba demasiado agudo por la declaración del policía, los periodistas aumentan el efecto dramático conectando los hechos con otro de los tópicos recurrentes: la depravación sexual. Así, el artículo prosigue:

“Estas profanaciones se realizan con frecuencia en el Reino Unido, Alemania y Estados Unidos. En Alemania, según fuentes policiales, están haciendo furor las historietas o videos pornográficos realizados con personajes que simulan ser cadáveres” (ibidem)

Pero en realidad ni siquiera la policía cree en el tremendismo de estas informaciones. En el informe citado anteriormente sobre las “tribus urbanas” que elaboró el Gobierno Civil en 1992 apenas se hace referencia a este aspecto: en ninguno de los epígrafes “Ideología”, “Nivel de conflictividad” ni “Tendencias violentas” que comprende el informe, se mencionan las prácticas satánicas. Únicamente en las observaciones anexas se hace constar:

“La violencia de esa tribu se suele canalizar a través de cauces puramente simbólicos: letras de canciones, con contenidos excesivos y referencias constantes a supuestas Fuerzas del Mal; camisetas y

portadas de discos, etc. Sin embargo sus contenidos se traducen, en ocasiones, en prácticas reales siniestras o esotéricas” (GCB 1992:118)

Conclusiones

Finalmente, ni tan satánicos, ni tan violentos, ni tan conformistas como podríamos creer. De hecho, las paradojas que presenta un estudio detallado, no solamente de los públicos del heavy, sino de las distintas subculturas juveniles asociadas a un género musical, se ponen de manifiesto al abordar la música como fenómeno cultural y la relación que con ella establecen estos colectivos. Los cuantiosos estudios sobre el tema editados en los Estados Unidos y en diversos países de Asia, Europa y América Latina, pueden constituir para nosotros un buen punto de partida que nos acerque a su expresión local. La realización de investigaciones monográficas centradas en la realidad de nuestro país, con mecanismos de apropiación y expresión propios de una escena local en la cual estas músicas se viven con extraordinaria pasión, constituye una página que apenas hemos empezado a escribir desde las ciencias sociales y la musicología.

Bibliografía

- Ajuntament de Barcelona. 1990. *El món dels joves a Barcelona. Imatges i estils juvenils*. Barcelona: "Projecte Jove"-Ajuntament de Barcelona
- Abad, Luis A. y Álvarez, Carlos. 2000. *Metal XXI*. Valencia: Avantpress
- Angelats, Francesc. 1991. "Imatge i semblança". *El 9 nou*, 9.12.1991: 28
- Ankerberg, John y Weldon, John. 1998. *Los hechos acerca de la música de rock. ¿Es realmente satánica?*. Miami: Unilit
- Barata, Francesc et al. 1994. "Radiografía de una generación". *La Vanguardia Magazine*, 30.1.1994: 22-56
- Colubi, Pepe. 1997. *El ritmo de las tribus*. Barcelona: Alba
- Costa, Pere-Oriol; Pérez Tornero, José Manuel; Tropea, Fabio. 1996. *Tribus urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. Paidós
- Epstein, Jonathon y Pratto, David. 1990. "Heavy Metal Rock Music. Juvenile Delinquency and Satanic Identification". *Popular Music and Society* 14(4): 67-76
- Feixa, Carles. 1993. *La joventut com a metàfora*. Barcelona: Secretaria General de Joventut.
- Feixa, Carles. 1998. *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Ariel
- Frith, Simon. 1987. "Towards an Aesthetic of Popular Music". En: Richard Leppert y Susan McClary (eds) *Music and Society*. Cambridge: Cambridge University Press. 1992: 133-149. Existe traducción al castellano con el título "Hacia una estética de la música popular" en: Cruces, Francisco (ed.) *Las culturas musicales. Lecturas de etnomusicología*. Madrid: Ed. Trotta: 413-435
- Gobierno Civil de Barcelona. 1992. *Informe sobre tribus urbanas*. Inédito
- Giner, Pedro. 1994. "Ensalada heavy". *El País de las Tentaciones*, 3.9.1994: 24-27
- Manrique, Diego. 1977. *De qué va el rock macarra*. Madrid: Ediciones La Piqueta
- Martí, Josep. 1995. "La idea de relevancia social aplicada al estudio del fenómeno musical" *TRANS. Revista Transcultural de Música* (1). [www.sibetrans.com/trans]. Una edición reciente de este artículo se encuentra en: Josep Martí. 2000. *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales*. Barcelona: Deriva Editorial.
- Martínez Galiana, Jota. 1998. *Satanismo y brujería en el rock*. Madrid: La Máscara
- Martí, Josep. 1996. *El folklorismo. Uso y abuso de la tradición*. Barcelona: Ronsel
- Martí, Josep. 2000. *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales*. Barcelona: Deriva
- Martínez García, Silvia. 1999. *Enganxats al heavy. Cultura, música i transgressió*. Lleida: Pagès Editors
- Miller, Susan Dale. 1988. *Youth, Popular Music, and Cultural Controversy: The Case of Heavy Metal Music*. Tesis doctoral, Universidad de Tejas (Austin, Estados Unidos).
- Muniesa, Mariano. 1993. *Historia del heavy metal*. Madrid: VOSA
- Vila, Pablo. 1996. "Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones". *TRANS. Revista Transcultural de Música* (2) [www.sibetrans.com/trans]
- Walser, Robert. 1992. *Running with the Devil: Power, Gender, and Mandes in Heavy Metal Music*. Hannover: Wesleyan University Press.