

Las Tendencias del Rock: el caso del Agrometal ¿moda o identidad?

Óscar Guerra & Jorge Vega¹

I.- Introducción

El presente texto busca dejar constancia de la participación del primer año de la carrera de Sociología de la UCSH, en el IV ENCUENTRO EN TORNO AL FENÓMENO SOCIOCULTURAL DEL ROCK realizado a comienzos de octubre del 2001. Esta cita convocó a distintos panelistas en función de analizar distintas tendencias del rock. Nosotros, como futuros analistas sociales, decidimos realizarnos un cuestionamiento respecto de una de las últimas expresiones que ha aparecido en la escena de la música rock popular, esta tendencia es llamada agrometal, que viene de la palabra anglosajona *agresive* (agresivo); y la pregunta que nos hicimos fue si esta propensión es simplemente una moda o acaso presenta rasgos de identidad para un grupo determinado de jóvenes, de 13 a 18 años, que conocemos con el término moderno de adolescentes.

II.- Breve Historia del Agrometal

El agrometal, según “Guatón” (baterista de 2X), no es más que una denominación, propuesta por algunos medios de comunicación, que no significa nada. Es comparable entonces como término al grunge, ya que un grupo de músicos hijos de los hippis de los sesenta, mayoritariamente de Seattle (EE.UU), comenzaron a producir rock a gran escala y con un

¹ Estudiantes del segundo año de la carrera de Sociología, Universidad Católica Cardenal Raúl Silva Henríquez.

estilo diferente, por ejemplo Nirvana, Pearl Jam y Soundgarden; los medios hablaron de grunge y todo aquél que se identificara con los valores retorcidos de Cobain, con la rabia acumulada de Edie Vedder o con el delirio urbano de Chris Cornell, era grunge y gracias a la difusión mediática, y en algunos casos a la calidad instrumental, en todo el mundo se generó un fenómeno que podríamos llamar identitario.

Con el término agrometal pasa algo parecido, también con la influencia de los medios de comunicación se desarrolla un proceso de identidad parecido. Pero como estilos musicales son totalmente distintos, el grunge por su parte retoma el rock ya existente y cambia las temáticas de las canciones, siguen buscando no venderse al sistema y mantener la autonomía. El agrometal o new metal (metal nuevo), es un estilo que mezcla el metal, el hip-hop, el trash, el hardcore, etc. También conocido como metal fuerte, rap metal o go-core. Sus orígenes radican principalmente en los EE.UU en los comienzos de la década de los noventa; de ahí que la mayoría de los vocablos agro sean en inglés. La independencia con los medios y con el sistema, típica del rockero “tradicional”, ahora ya no constituye una traba para el trabajo de los grupos contemporáneos; pues éstos realizan videos clips de millones de dólares, sus vestimentas son de marcas de empresas internacionales y sus giras son mundiales, están obligados a vender, transformándose en producto para las masas. El rap metal de hoy (Planeta Tierra, 2001), por ejemplo: Slipknot, Korn, Limp Bizkit y Deftones, se basó en el funk metal de grupos como Living Color, Faith no more y Fishbone, cuando Tom Morello (Rage against the machine) descubrió que la guitarra también podía sonar a *scratching*. Uno de las primeras bandas que podemos “clasificar” de agro es Biohazard, banda formada en Brooklyn (Nueva York). La mezcla que hicieron de hip-hop y metal quedó registrado en su primer álbum “Biohazard” de 1992. Antes ya había una experiencia de unión entre el rap y el rock pesado. En 1987, Anthrax graba un “mini” LP llamado “*I am the man*”, cuya canción del mismo nombre conoceríamos en un concierto junto a Public Enemy, clásicos del rap negro norteamericano.

En la actualidad son muchos los grupos que cultivan este estilo, por nombrar a algunos: Slipknot, chicos rabiosos cubiertos de máscaras nightmarishly (caseras) provenientes de Los Angeles (EE.UU) y “armados

con un gran percusionamiento multidimensional de los pesados tambores *neubatens*"; Korn originarios de Bakerfields, California (EE.UU.), relatan principalmente problemáticas psicológicas de la niñez de su vocalista, Jonathan Davis; Limp Bizkit, una de las bandas más comerciales, es el sueño cumplido de Fred Durst, cuyo primer disco vendió más de 1,5 millones de copias; Deftones, junto a Slipknot, se destaca en la escena agro por la veneración de sus seguidores, por la diversidad sonora que proponen y por la madurez que han alcanzado; etc.

En Chile esta corriente agrometal genera gran influencia, tanto en músicos (Reychocolate, Lupus, Boa, 2X, Dharma, etc.), como en los adolescentes. De aquí nuestro cuestionamiento: ¿el agrometal es una moda o una identidad?, preocupándonos específicamente por el impacto de esta tendencia en la adolescencia.

III.- Impacto comercial e identitario en la adolescencia de Santiago de Chile

El afán de este punto es especificar las líneas de nuestro análisis. Es innegable que el fenómeno de la música agrometal genera un gran impacto en nuestra adolescencia, no sólo la música sino también los modos de vestir y de comportarse. Hemos diferenciado dos tipos principales de impacto: el comercial, referido a todo lo que tenga que ver con las relaciones oferta- demanda; e identitario, relacionado con la producción de discursos, prácticas y expresiones culturales propias². Cuando hablamos de adolescencia, insinuamos que existe como etapa reconocida internacionalmente, podemos hablar de una adolescencia global, que comparten realidades más o menos parecidas en la cultura occidental, como por ejemplo su capacidad adquisitiva. Desde el sentido común podemos afirmar que hoy (Planeta Tierra, 2002) los jóvenes entre 15 a 21 años ya son bastante independientes financieramente, además, poseen conciencia de su internacionalización, por ejemplo manejando relaciones vía internet. Entonces es posible proponer que la adolescencia es una y no encasillarla en distintos tipos³. Pero para efectos de nuestra observación

2 "Jóvenes: ¿en busca de una identidad perdida?". CEJU/DIE, UCSH, 2001, Santiago de Chile, pág. 54.

definiremos nuestro objeto material como adolescentes chilenos, de la ciudad de Santiago, de entre 13 y 18 años, que están dentro de una época (denominada moderna), de un sistema socioeconómico (neoliberalismo) y de avanzados procesos de globalización.

Para cumplir este cometido, nos apoyamos en un texto llamado *JÓ- VENES: ¿EN BUSCA DE UNA IDENTIDAD PERDIDA?*, que es una compilación de foros que realizó el CENTRO DE ESTUDIOS EN JUVENTUD de la UNIVERSIDAD CATÓLICA CARDENAL RAÚL SILVA HENRÍQUEZ. Este libro edita los trabajos que se presentaron en la mesa de juventud del XXII CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA, que se llevó a cabo durante el mes de octubre del año 1999 en la Universidad de Concepción.

El tema del golpe, comercial e identitario, del fenómeno agrometal en la adolescencia santiaguina nos guía a cuestionarnos por los factores que influyen en el hecho que hoy bandas musicales como Slipknot o Limp Bizkit vendan miles de copias en nuestro país (Chile). Del texto ya citado, en el capítulo primero, en el tercer subapartado: Rap y Rock, un abrazo a la identidad, nos servirá de guía para comprender qué es identidad o, por lo menos, acercarnos a un consenso.

En el primer capítulo sobre Cultura, específicamente el subapartado “Rap y rock: un abrazo a la identidad”, escribe Víctor Neira Martínez, Asistente Social temuquense (Chile), dice que para entender lo que significa **identidad** hay que tener conciencia de dos conceptos de importancia, el de “hibridación sociocultural” (García Canclini) y el de “reapropiación cultural” (Martín Barbero) “como medios explicativos y de constatación empírica de estos, como procesos”³. La identidad según Neira es una instancia de nuestro desarrollo. “La identidad se nos perfila hoy como una construcción imaginaria. Los referentes identitarios se formulan en relación con los repertorios textuales e iconográficos provistos por los medios electrónicos de comunicación y la globalización de la vida urbana”⁵. La identidad posterior a estos procesos de mundialización se

3 El texto antes citado en dos de sus capítulos diferencia la adolescencia por clases, nosotros consideraremos esta denominación como una etapa de desarrollo universal.

4 Op. Cit; pág. 54.

aleja de lo denominado latinoamericano o nacional, y se acerca a “lo regional o local, o bien a una identidad étnica, ecológica, generacional, de género, etc.”⁶. La teoría de Neira está bastante influida por Néstor García Canclini y sus ideas posmodernistas, de abandono del paradigma moderno de unidad por la de diversidad, sumado a los procesos de secularización. Según Víctor Neira, el rápido crecimiento de las tecnologías de esta época moderna influyó los modelos de desarrollo y también irrumpieron “en el escenario de lo público”, los medios establecen las formas de informarse, de comprender la realidad comunitaria a la que pertenecen y de concebir sus derechos y deberes.

García Canclini, en su texto “Culturas Híbridas” (1995), reconoce que en América Latina las tradiciones todavía no dan total paso a la modernidad. Sabe que en el mundo existe la filosofía postmodernista que dice que la modernidad no tiene sentido, ni su idea de progreso, ni su historia unitaria, siendo Vattimo uno de los autores más representativos de esa tendencia... Pero también está la idea que la modernidad aún no cumple su cometido, está inconclusa, como piensa Habermas. Por otra parte, García Canclini dice que hay tres hipótesis para entender la modernidad: (1) Reconocer la incertidumbre entre lo tradicional y lo moderno; (2) La Renovación, es decir, la otra concepción de la modernización en América Latina; y (3) la mirada transdisciplinaria sobre los circuitos híbridos.

Ahora, como ya lo señaláramos, Neira cita a Martín-Barbero y dice “la hibridación sociocultural no es una simple mezcla de estructuras o prácticas sociales discretas, puras, que existían en forma separada y, al combinarse, generan nuevas estructuras y nuevas prácticas (...) los sectores populares se interesan por la modernización, y no sólo la enfrentan y resisten, sino que también transigen y consienten, toman prestado y la reutilizan⁷”. Neira insiste que el concepto de hibridación de García Canclini crea la posibilidad de comunicarnos con otras culturas, “construir repertorios híbridos”. Para García Canclini la oposición entre lo tradicional y lo moderno tiene tres pisos en el mundo de la cultura, o sea, el estudio de la historia del arte y la literatura; del folclore y la

5 Op. Cit; pág. 54

6 Op. Cit; pág. 55.

7 Op. Cit; pág. 56.

antropología; y sobre los trabajos en comunicaciones respecto de “cultura masiva”. En el tradicionalismo la identidad se apoya en un patrimonio, constituido a través de dos movimientos: la ocupación de un territorio y formaciones de colecciones⁸.

Según García Canclini, la identidad la podemos también encontrar en nuestros santuarios, museos y monumentos, donde se colecciona lo esencial, la identidad auténtica. Las conmemoraciones renuevan la solidaridad afectiva; existe un sentido de unión. La tradición conserva los patrimonios; conmemora mediante ritos donde hace presente y explicativo lo que el hombre no puede cambiar. Ahora, “unos de los rasgos distintivos de la cultura tradicionalista es ‘naturalizar’ la barrera entre incluidos y excluidos; (...) el ritual sanciona entonces, en el mundo simbólico, las distinciones establecidas por la desigualdad social”⁹

La consigna del ritual “conviértete en lo que eres”, no te salgas de los parámetros establecidos y sé un digno heredero de la cultura (tradicionalismo). En el presente mostramos una corriente musical que escapa del tradicionalismo, tanto alternativo como transgresor, mezclando distintas culturas, relacionándose con un proceso de hibridación, ya que mezcla dos o más estilos de expresión cultural de distinta naturaleza y realiza un producto nuevo que busca reapropiarse de bienes y mensajes que surgen de la globalización. Encontraremos entonces distintas matrices culturales, variadas temporalidades sociales, pluralidad de sujetos, de instituciones y organizaciones.

Víctor Neira convoca a Martín-Barbero recordándonos otro proceso importante en la concepción de identidad, “la operación de reapropiación - esto es, la activación de la competencia cultural de la gente, la socialización de la experiencia creativa y el reconocimiento de las diferencias- implica pensar la identidad propia dentro de un sistema transnacional difuso”¹⁰; ahora, ¿cómo en un mundo dominado por empresas transnacionales, donde se acrecienta el individualismo, la razón

8 N. García Canclini, “Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad”, Ed. Sudamericana, Bs. As. 1995.

9 N. García Canclini, “Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad”, Ed. Sudamericana, Bs. As. 1995, pág. 180.

instrumental, podemos encontrar identidad?. La respuesta postmodernista propone revalidar lo local, lo particular y el respeto por lo diverso; pero García-Canclini ya nos advirtió que América Latina aún presenta rasgos tradicionales profundos donde a veces se tiende a discriminar al otro.

También se hace imprescindible conceptualizar la adolescencia. Como ya dijimos antes este es un vocablo moderno, así que, muy cercano a nosotros. Del texto del CEJU, en su tercer capítulo sobre educación, más específicamente del tercer subapartado, “El profesor y el alumno adolescente: un estudio en escuelas públicas”, de Leila María Ferreira Salles, profesora y directora del departamento de educación de UNESP/IB, Río Claro-Brasil, podemos desprender lo siguiente:

“La adolescencia, entendida como una etapa intermedia entre la infancia y la edad adulta, produce que el joven, por no tener un papel social definido, adquiere un status intermediario y pasa a ser tratado en forma ambivalente: como niño y como adulto. El adolescente está apto para la procreación, para la producción social y para el trabajo, pero la ambivalencia de la sociedad en cuanto a la efectividad de esas aptitudes, implica un tiempo de preparación. La adolescencia se caracteriza como una época de transiciones, al fin de la cual se espera que el joven deje la escuela, salga de la familia de origen, se case y tenga un empleo.”¹¹

Se espera que con el crecimiento desarrollen nuevas formas de conducta; ganarán derechos, pero también conocerán nuevas responsabilidades perdiendo algunos privilegios anteriores. Existen distintas definiciones para la adolescencia: la cronológica (por ejemplo, de 12 a 21 años); la física (pubertad); la psicológica (etapa reorganizativa de la identidad profesional, sexual y moral); y la sociológica (rol social). Todas estas disciplinas consideran la adolescencia como una etapa intermedia que se termina con la independencia económica, con la emancipación de los padres y con el encuentro de identidad.

10 “Jóvenes: ¿en busca de una identidad perdida?”. CEJU/DIE, UCSH, 2001, Santiago de Chile, pág. 58.

11 “Jóvenes: ¿en busca de una identidad perdida?”. CEJU/DIE, UCSH, 2001, Santiago de Chile, pág.

Ferreira nos recuerda que la niñez y la adolescencia aun en el renacimiento no se reconocían como etapas del desarrollo del ser humano. Fue sólo al final del siglo XVIII y al inicio del XIX cuando la idea del niño como un sujeto diferente del adulto, se consagró. Esta distinción produjo que la adolescencia se considerara el desenvolvimiento del hombre. A fines del siglo XIX, ya la preocupación por este tema se notaba en distintos ámbitos (literarios, morales, políticos). Podemos afirmar, con la base de la profesora Ferreira, que la adolescencia es un concepto propio de la modernidad, “una invención propia de la sociedad industrial que se asocia a leyes laborales y al sistema educacional que hace al joven dependiente de los padres”, siguiendo esta idea, “la modernización económica, unida al proceso de urbanización de la población y a la legislación del trabajo que protege el trabajo del menor, promueve (...) una prolongación de la adolescencia”¹². En esta etapa las responsabilidades sociales son menores, es el tiempo de disfrutar al máximo, además de la búsqueda característica de la adolescencia (ajuste sexual, social, vocacional) y de la lucha por la independencia de los padres, el joven en esta etapa se determina por los cambios que debe experimentar (cambios corporales, personales, familiares). Es en este período en el que el joven busca independencia y diferenciación con sus padres donde intensifica los vínculos con su grupo de pares. Según Ferreira:

“Estas relaciones son marcadas por una fuerte afectividad, en las cuales los adolescentes buscan juntos la definición de nuevos referenciales de comportamiento y de identidad. El grupo de amigos contribuye al cuestionamiento de valores, de las reglas de conducta y de acción familiar. Los padres y autoridades dejan de ser infalibles”.¹³

De aquí que encontremos en grupos de jóvenes entre los 15 a 21 años la constitución de distintos grupos, algunas veces llamados “patotas” o “piños”; o bien, estigmatizados por las teorías sociales como “pandillas” o “tribus urbanas”. También, y no hay que desconocer, que muchos adolescentes no expresan lo que son en forma violenta, rebelde o de intransigencia, como grupos de ayuda social, de catecismo o de otra

12 Jóvenes: ¿en busca de una identidad perdida?”. CEJU/DIE, UCSH, 2001, Santiago de Chile, pág. 300.

13 Jóvenes: ¿en busca de una identidad perdida?”. CEJU/DIE, UCSH, 2001, Santiago de Chile, pág. 300.

índole. Pero como el tema que nos convoca es el agrometal, el metal agresivo, es necesario que nos acerquemos a esa clase adolescente rabiosa y consumidora.

IV.- Sondeando el Paseo Ahumada

Con el fin de apoyar nuestra ponencia en el encuentro sobre rock, realizamos un pequeño sondeo de opinión, instancia que fue grabada con el propósito de exponerla frente a los asistentes al evento antes señalado. En ese sentido, la pretensión no fue cuantificar datos, sino más bien producir información cualitativa que orientara nuestras búsquedas.

Entrevistamos a 40 personas, entre 13 a 21 años, respecto a qué sabían sobre agrometal, de acuerdo a sus respuestas consultábamos si consideraban que esta expresión cultural es una moda que pasará en el tiempo o presenta rasgos de identidad, o si acaso es un estilo de vida, si se diferencia de otros, etc.

Del universo de las 40 personas entrevistadas 28 de ellas conocían el agro y 12 no tenían idea. De los 28 jóvenes, 17 de ellos les gustaba, y a 11 no les gustaba. Del universo de entrevistados que disfrutaban de este estilo musical, 10 de ellos lo consideraban un estilo de vida, y sólo 7 una moda. De los 11 entrevistados a quienes no les gusta el agrometal, 6 personas lo denigran por ser una moda, 3 dicen que es una mierda y 2 dijeron que el agro “vale callampa”.

V.- Conclusiones

De las entrevistas surgieron una infinidad de temas a tratar, es por eso que intentamos primero consensuar respecto a qué entendemos por adolescente (joven en búsqueda) y por identidad (proceso de hibridación y reapropiación). Si bien muchos de los entrevistados no manejan la terminología, todos, o la gran mayoría, comprendieron el sentido de las preguntas, ¿el agro es una instancia que genera identidad, o es simplemente una moda pasajera impulsada por los medios de comunicación para

controlar al mercado juvenil y financiar a las grandes empresas discográficas, de ropa, calzado y de emisiones de videos musicales (MTV)?

Para muchos lo masivo significa comercial, y hacen la analogía lo alternativo=bueno, comercial=malo. Seguidores del rock alternativo siempre han aspirado a mantenerse en el anonimato con el fin egoísta de ser los únicos que conozcan, sepan y disfruten de una determinada expresión cultural. Existe la idea que la música de culto es potente sólo por el hecho que es desconocida, de ahí que la música alternativa presente verdaderos claustros donde solo ciertos sacerdotes puedan aspirar a conocer determinada expresión. Desde el punk y el hip-hop son corrientes que han llevado al extremo la idea de culto que rechaza la comercialización. Son estilos que encuentran identidad en el aislamiento; podríamos reflexionar al respecto y decir que estos estilos son hijos de la época en que nacieron; que al igual que los valores modernos rechazan la diversidad, o no la consideran; como microsociedades tienen fe en que van juntos en su propia historia, rechazan al mundo, por ejemplo, alguna ideología punk, se separan y siguen su vida aislados en comunidades anárquicas con la creencia en la supresión del Estado.

Para el agrometal, estilo que nace ya en una etapa desarrollada de la globalización, los valores del respeto a la diversidad son mucho más fuertes, la hibridación y la reapropiación están en ella definiéndola como corriente musical que identifica a los adolescentes; la hibridación en la mezcla de estilos totalmente distintos, que hace algunos años eran ingentemente antagónicos; con respecto a la reapropiación, toman elementos de otras expresiones y se apropian de ellas, por ejemplo encontramos a muchos seguidores del rap metal con dred-lock, típicos de la cultura reggae.

Además, de estos procesos identitarios, encontramos la fuerte mano de los medios de comunicación que difunden y masifican el desarrollo de este estilo y va constituyendo nuevos referentes de identidad. Con respecto a este punto es donde se debe poner atención, ¿quién se enriquece verdaderamente con este fenómeno?; ¿quién está detrás de los grupos musicales?; ¿estos son artistas o empresarios, si es que todavía es posible diferenciarlos?.

Respecto a la mano de los medios sólo queda esperar que como moda, “pase de moda” y que ahí, cuando ya los medios no nos bombardeen con Limp Bizkit y Korn, los verdaderos seguidores de esta tendencia revaloren su opción y su identidad.

Queremos recalcar en el espacio de las reflexiones finales que nuestra intención nunca ha ido por el lado de la cátedra, sino que por el de cuestionamientos que tengan que ver con la disciplina que nosotros esperamos acoger (o que ella nos acoja). Esta presentación no fue hecha por expertos ni para expertos, sino que fue realizada por estudiantes para personas que nada supieran de agrometal.