

La “putacera”. El caso del Mexxxicore Death Fest 2019

Eduardo Plazola Meza
eduardo.plazola@academicos.udg.mx

Introducción

“Qué pasó..., ¿no les gusta la ‘putacera’?...; no se ve, como que son de rancho o qué” (Extinción Cerebral, concierto del 12 de octubre del 2019). Este fue uno de los mensajes durante el festival de *heavy metal* Mexxxicore Death Fest, realizado los días 11, 12 y 13 de octubre del 2019, en el municipio rural Poncitlán, Jalisco, México. “*Putacera*” significa ira y arrebató, como el *heavy metal*, esa expresión de la sensibilidad contradictoria que es música y ruido, identidad rebelde y obediente, y estructura social anquilosada pero abierta hacia el cambio social.

Desde la década de los ochenta del siglo xx hay diversas escenas musicales¹ de *heavy metal* en México. Son decenas de músicos, mediadores y público que hacen conciertos, fiestas, reuniones y eventos académicos, además de producir y consumir discos, ropa y literatura. Las escenas dependen del subgénero musical de raíz *heavymetalera*, por lo que hay escenas de *trash*, *death*, *black*, *gothic*, *grindcore* y *hardcore*, por mencionar sólo algunas.²

Este texto revisa y aplica las propuestas de la *antroposociología* del arte, para estudiar el *heavy metal* presentado en ese festival musical. Con observación participante, grabación de audio ambiental y fotografías, se registraron las pautas culturales (discurso verbal, apariencia, género musical) y las acciones sociales de los músicos y el público, para deducir las estructuras sociales y el sistema cultural, en relación con las identidades y la cuestión social que distinguen a la escena metalera³ global.

En la “putacera” del Mexxxxicore prevalecieron los subgéneros *hardcore*, *death metal* y *grindcore*, y los discursos y las pautas culturales tradicionales, como hablar sobre política, la camaradería y la diversión, vestirse con color negro, bailar *slam*⁴ y hacer *headbanging*.⁵ En lo social, se practicó la autogestión, se conformaron redes sociales y se reprodujeron las estructuras sociales convencionales, en el marco más amplio del sistema sociocultural particular.

El texto se divide en tres apartados. En el primero se definen la sociología del arte y la antropología del arte. El segundo expone la caracterización del festival Mexxxxicore Death Fest desde la *antroposociología*. En el tercero se muestra las conclusiones.

1 Escena musical es un espacio geográfico, cultural, social y económico de y para la música. El espacio se construye por los músicos, los mediadores y el público, y depende del género musical para definir sus características.

2 El detalle histórico y musicológico sobre los subgéneros del *heavy metal* puede consultarse en los libros de Rubio (2011; 2016).

3 A partir de aquí, “metalero(a)” se usa para referirse al sujeto, la música o la escena de *heavy metal*.

4 El *slam* consiste en correr en círculo o avanzar sin rumbo formando un círculo, empujando, golpeando y chocando con otros, sin la intención de agredir con dolo.

5 El *headbanging* se realiza moviendo la cabeza de arriba abajo o en círculos, al ritmo de la música. En México también se le conoce como “mover la greña”.

Antropología y sociología del arte

El acercamiento de la antropología y la sociología hacia el objeto de estudio arte es relativamente reciente. En amplio sentido, la antropología buscaría la identidad⁶ y el contexto histórico en el arte, y la sociología las estructuras sociales, las relaciones sociales y la acción social. La antropología social y los estudios socioculturales serían aquellas disciplinas en las que se mezclan explícitamente la sociología y la antropología en el mismo objeto (el arte). La antropología del arte y la sociología del arte coinciden en trazar la historia y las identidades sociales, y en descubrir el marco social y cultural de referencia en el objeto de estudio. Quizá –en algunos casos– también estarían de acuerdo en el cuestionamiento del concepto arte, porque es de origen burgués y moderno (lo que significa que el arte domina sobre cualquier otra forma de expresión de la sensibilidad, y lo que sea diferente se valora con parámetros propios). No obstante, tienen diferencias entre sí, las cuales se diluyen, pero no se desaparecen, cuando se mezclan.

Alcina (1988) propone la noción de “arte antropológico”, en donde el arte es un fenómeno universal, que forma parte del contexto histórico y cultural de las sociedades. Menciona que el estudio del arte puede ser abordado desde diferentes perspectivas: la que observa las respuestas a modelos estéticos interiorizados; la que lo trata como fenómeno social y cultural con secuencia histórica, que enfatiza el conflicto, la clasificación y la distinción; y la que lo considera como parte de un ritual con función sagrada. Independientemente de la perspectiva, asegura que es preciso retomar el estudio de la forma (materia, técnica, asunto, finalidad y estilo) en la obra de arte, al indagar en los niveles: *preiconográfico* (de observación), *iconográfico* (descriptivo) e *iconológico* (explicativo).

Esteva-Fabregat (2006) sostiene que el antropólogo percibe el arte como sistema de pensar las imágenes y los elementos de su expresión (la forma del arte), en función de los procesos de representación de los actores sociales, ubicados en comunidades locales. Considera que el objeto arte es un producto

6 A propósito del concepto identidad, Gilroy (1998) piensa que esta implica poder en su definición social, en el marco de la cultura política y la política cultural. Según el autor, la identidad ha sido abordada con las categorías: solidaridad (bases de la acción social y relaciones de poder), igualdad (dinámicas de identificación, mediaciones y unidad social), y subjetividad colectiva (trabajo, lenguaje y cultura cotidiana). Desde los estudios culturales, concluye que la identidad se enmarca en el multiculturalismo, buscando dar cuenta de la tolerancia y el respeto, las jerarquías y la dominación social.

cultural, condicionado por el sistema cultural y por la sociedad. Indica que para observarlo es preciso ocuparse de su forma objetiva, la interpretación subjetiva (ideación) de los sujetos, el proceso social y los códigos culturales o ideacionales de la comunidad.

Merriam (1964) arguye que la relación entre arte y antropología estriba en revelar los hábitos y las instituciones sociales, la necesidad de expresar la subjetividad, los factores culturales que median el contacto con el contexto cultural, y los significados universales en una sociedad. La antropología del arte estudia: la concepción del sujeto, los comportamientos culturales de producción, el objeto en sí (su forma, modos y sentido), y la repercusión del objeto en productores y consumidores. Sugiere que la función del arte es reproducir las pautas y los símbolos culturales en los actores sociales.

Murphy y Perkins (2006) afirman que la antropología del arte trata sobre la relación forma-cultura del objeto. La forma alude a las dimensiones iconográfica (significado), estética (expresión y efectos en la sensibilidad) y funcional (ritualidad, religiosidad y diversión, valor de uso y cambio). El aspecto cultural aborda el contexto de la forma en sus dimensiones simbólica, social, histórica y territorial. Advierte que la disciplina tiene dos direcciones: la que estudia los objetos estéticos de diversos contextos culturales como arte, y aquella que comprende el lugar que ocupa la categoría arte en la cultura y la política occidentales. Apunta que hay tensión entre la concepción occidentalizada y otras no occidentalizadas del término arte, por lo cual la antropología no lo privilegia en su análisis.

Gell (1998) propone la “antropología social del arte” en su dimensión visual. Aclara que la antropología es una ciencia social para darle sentido al comportamiento, en el contexto de las relaciones sociales. Desde una perspectiva “teórica”, el objetivo de su propuesta sería investigar el proceso de producción, circulación y consumo de objetos arte, como una función de instituciones especializadas que son parte de sistemas culturales, lo que le serviría para contextualizar. Además, hace énfasis en el agente social y la agencia social que constituyen las relaciones sociales, al considerar que la obra de arte es un agente.

Good (2010) también señala que el arte es una construcción cultural de Occidente, en la que el “artista” individual, produce en momentos de inspiración. Sin embargo, los indígenas mexicanos no se reconocen como “artistas” y tienen otro sentido acerca del “arte”. Esta contradicción es la que tensiona y

alienta a la antropología del arte. Sugiere hacer antropología de la estética y antropología del objeto “arte indígena”. La primera para tratar los procesos de producción y uso, los significados, percepciones y principios, y la incidencia en la sociedad; y la segunda para estudiar la vida colectiva de las comunidades, lo que asegura la continuidad histórica de la cultura en los objetos.

Peña y Vázquez (2002) proponen la “antropología sociocultural”, para referirse a la mezcla de los estudios culturales con la antropología social, desde la perspectiva de la reflexividad. Con esta perspectiva se buscan respuestas (por lo menos en México) para la comprensión de la cultura indígena, de sus funciones y procesos, y la forma de redimirlos socialmente. Las discusiones vigentes en México de este tipo de antropología discurren acerca de la globalización (cultura popular, consumo cultural), la hegemonía (poder local, intermediación) y la ciudadanía étnica (participación, derecho).

En síntesis, la antropología del arte trata sobre la cultura (significados y subjetividad; ritual y pautas; expresión y códigos), la cuestión social (estructuras, procesos, colectividad y poder) y el contexto histórico (territorio, comunidad, sociedad), que están implícitos y explícitos en la producción, consumo, usos y efectos del objeto arte. En los textos revisados parece emerger una antropología social⁷ que toma por objeto al arte, sin dejar del todo de ser una antropología “culturalista”. Quizá, una de las principales diferencias con la sociología del arte sea que la antropología social del arte no enfatiza la política, ni el cuestionamiento radical de la sociedad y la cultura como parte de la modernidad.

En cuanto a la sociología del arte, Giunta (2002) expone los objetivos de la misma: describir las instituciones y los agentes sociales del campo artístico; considerar sus operaciones de poder; y analizar la forma de las obras en la dinámica social. Asevera que hay diversas perspectivas, las cuales podrían confluir en las categorías: valor y poder; función, proceso y cambio; institución, sociedad y contexto; y agentes.

7 Firth (1971) afirma que el objeto de la antropología social es el análisis comparativo del comportamiento humano en sociedad. Su finalidad es extraer regularidades de experiencias anormales y expresarlas como tendencia general o principio, sin entrar en debates. Algunas de las dudas por enfrentar son: ¿cuáles son las principales pautas del comportamiento humano en sociedad?; ¿cuáles son los juegos de valores que dan significado y mediante qué símbolos se expresan?; ¿cómo actúan los grupos entre sí para que funcione la sociedad?; y, ¿qué tipos de tensiones afectan gravemente las relaciones humanas?

Kavolis (1970) comprueba que existe dialéctica entre la condición social y el estilo artístico. Las condiciones sociales no indican directamente sobre el estilo, sino a través de prácticas sociales institucionalizadas o la organización social de la actividad artística, mismas que influyen en las “disposiciones a la fantasía” del artista. La sociología verifica categorías como la estratificación social, la economía, el poder político, la política cultural y la estructura comunitaria. La función social del estilo artístico es contribuir con la integración social, a partir del compromiso emocional con la sociedad.

Becker (1974) sugiere la sociología de la organización social en el arte. Opina que el arte es producto de la acción cooperativa o colectiva de la gente, y que la cooperación es posible por la práctica de las convenciones artísticas. La acción colectiva es una red social, mediada por las convenciones estéticas, y conformada por la división social del trabajo en estratos. La acción cooperativa en la red social es conflictiva e interdependiente de los modos convencionales de actuar para producir el arte, lo que puede generar integración o cambio social.

Silbermann (1971) define los objetivos de la “moderna sociología del arte”: estudiar procesos artísticos totales (relaciones entre artista, obra de arte y público), desde el punto de vista de la significación; mostrar el proceso artístico desde las transformaciones históricas, y elaborar leyes que expliquen las consecuencias de los acontecimientos sociales, para prever. En general, las categorías son hechos sociales objetivos, tales como los sujetos colectivos, las vivencias, la historia, las normas, la interacción, el cambio, los roles, la estratificación y la estructura.

Bourdieu y Darbel (2003) realizaron encuestas sucesivas al público asistente a museos de arte en algunos países de Europa, para conocer las características sociales (clase, opinión, habitus, gusto, familia) y escolares (profesión, certificado de estudios, idioma, educación en arte), y, por otro lado, las condiciones del museo, y las formas de uso y de consumo del arte. Revelaron que el público es parte de la “sociodicea burguesa”, caracterizada por la situación de desigualdad social entre obreros y agricultores y científicos y burócratas, y por la ideología del “amor al arte”, que consiste en sentimientos hereditarios de pertenencia y exclusión, que reproducen la dominación social.

Luhmann (1998) aplica la teoría de los sistemas al objeto arte. Ofrece la descripción del sistema estructural del arte moderno, y la historia evolutiva de la diferenciación del sistema del arte, como parte de la comunicación en la

sociedad. Considera que el arte es un sistema distinto del sistema social, que es autorreferencial y autopoietico. Empero, el sistema social puede funcionar como el entorno del sistema del arte. Para el autor, el sistema social es un sistema de comunicación; en ese sentido, su relación con el sistema arte estaría en el acoplamiento estructural, a través de la comunicación entre sujetos (artista-receptor), y en las condiciones de la estructura social que todo sistema de comunicación tiene. El análisis se centra en la descripción de las autoadscripciones de cada sistema, observando paradojas encubiertas y formas de desplegarse; y en la caracterización del sentido de la reduplicación de la realidad del propio sistema.

García-Canclini (2011) piensa que el arte es el lugar de la inminencia, es decir, de aquella estética inacabada y contingente, siempre dinámica y cambiante. Plantea la estética de la inminencia, que aborda desde la transdisciplinariedad: la potencia suspendida del arte en la función sociocultural, las representaciones de conocimiento, y las experiencias prosaicas y sin reglas preestablecidas del proceso artístico. Señala que el arte es postautónomo, lo que significa que las prácticas artísticas se basan en los contextos locales, la comunicación transfronteriza y las formas de participación social de los *prosumidores* (productores y consumidores al mismo tiempo, como los nombra el autor).

En resumen, la sociología del arte se encarga de investigar las estructuras sociales (instituciones, estratificaciones, contexto, clase y hábito), las relaciones sociales (interacciones, dinámica, rol, política, cooperación), las acciones sociales (trabajo, comunicación, problemas sociales y cambio social), los sujetos sociales (significados, pertenencia, ideología, gusto y creación) y el sistema social o la sociedad. La sociología del arte critica las formas sociales del comportamiento y las características de los sujetos alrededor del objeto arte, desde el punto de vista histórico, siendo esta una de las características que la distinguen de la antropología del arte.

¿Es posible hablar entonces de “estudios socioculturales del arte” o de “antropología social del arte”?; ¿acaso de *antroposociología* del arte? Más que responder estas dudas, interesa exponer que el objeto de estudio arte puede abordarse desde la sociología y la antropología. Las categorías serían: la subjetividad colectiva basada en algún código cultural denotado o connotado; la acción social y los procesos sociales que inciden en las identidades; las características del modelo cultural que se transmite en las instituciones sociales

especializadas; o el tipo de sistema cultural que da sentido a la sociedad que produce, comunica y utiliza el objeto arte.

Antroposociología del Mexxxicore Death Fest 2019

El *heavy metal* es un género musical con identidad propia, que es construida por las relaciones sociales de los metaleros que conforman una comunidad global, en el marco de la industria cultural de la música. El género está envuelto en una paradoja: el ruido es música, la comunidad es exclusiva y la identidad rebelde se consume como mercancía en el mercado cultural. Literalmente se traduce como “metal pesado”. Es “metal” porque los orígenes musicales se asocian con la industria británica, puesto que los músicos de Black Sabbath (considerados los fundadores), emularon los sonidos de las máquinas de las fábricas de la ciudad de Birmingham, en la década de los setentas del siglo xx. Es “pesado” debido a que resulta difícil de digerir cuando no se está habituado, y debido a que es una metáfora del poder de los humanos, que es creador y a la vez destructor. El género musical se compone de diversos subgéneros, como el *death metal*, el *trash metal*, el *black metal* y el *grindcore*, por mencionar sólo algunos.

Mexxxicore Death Fest es un festival de *heavy metal* novel en Jalisco. Se realizó en el rancho El Mirto, en San Pedro Itzicán, municipio de Poncitlán. Fue organizado por Colostomy Promotions y Gore Cannibal Records. Además de conciertos, hubo venta de playeras, discos y parches. En Jalisco se han realizado varios eventos de este tipo, principalmente en la metrópoli Guadalajara, como el Mortal Fest, el Hell and Heaven Metal Fest y el Force Fest. El festival Mexxxicore fue la opción para el occidente de México ante la desaparición del Mexican Gore Grind Masters (realizado en Tula, Hidalgo, del 2016 al 2018), y el activo Death Fest (con sede en Monterrey, Nuevo León, cuya primera edición fue en 2018).

En el cartel original del Mexxxicore se anunciaron en concierto 46 agrupaciones de *heavy metal*. El día 12 de octubre se presentaron 16 grupos de los subgéneros *death metal*, *trash metal*, *progressive metal*, *hardcore*, *black metal*, *folk metal* y *grindcore*, procedentes de los estados mexicanos de Jalisco, Sinaloa, Nayarit, Puebla, Ciudad de México y Querétaro, y de los países Guatemala, Colombia y Estados Unidos de América. El día 13 de octubre hubo agrupaciones musicales de *death metal*, *hardcore*, *grindcore* y *electro metal*, de los estados

Jalisco, Baja California, Guanajuato y Querétaro, y de los países Eslovaquia y Estados Unidos de América.

Independientemente del subgénero, la guitarra eléctrica fue protagonista, seguida de la voz, la batería y el bajo. La guitarra lideró con sus ritmos “pesados”, llenos de requintos. Siguieron las voces por ser guturales, con gritos y emulaciones de animales. Ambos se complementaron con los ritmos acelerados de la batería y con el soporte del bajo distorsionado y grave. Llamó la atención que varias propuestas utilizaran tecnología digital (secuenciadores y tornamesas) para introducir canciones, sustituir la batería o mezclar “en vivo” la música grabada.

Los músicos metaleros que participaron en el festival en los dos días del estudio eran de varias generaciones, la de la década de los noventa del siglo xx, y la primera y segunda décadas del siglo xxi. Los de la primera generación no conservaban la alineación original de músicos, pero los originales lucían cabelleras largas con canas y calvicie. El promedio de integrantes de todas las agrupaciones fue de tres músicos, siendo el menor uno y el mayor cinco. De ello 99% eran del sexo masculino.

La vestimenta de los músicos era de dos estilos: clásico y callejero (véanse imágenes 1 y 2). El clásico portaba pantalón de mezclilla color azul o negro, y playera color oscuro con logotipos de grupos o festivales musicales. El atuendo estilo callejero era con pantalón corto a la altura de la rodilla, en colores negro, azul y gris (algunos con estampados en camuflaje militar), acompañado de playeras al estilo clásico o en color blanco, algunas sin logotipos. El calzado predominante en ambos estilos fue el zapato tenis (principalmente en color negro) y del tipo deportivo utilizado por patinadores; además, especialmente los músicos del *death* y el *black metal*, utilizaban botas altas color negro, tipo militar u obrero. Clásicos y callejeros portaban pelos cortos y largos, los largos en los primeros, a la altura de los hombros o la espalda baja. Los que eran cortos no tenían peinado especial, y algunos usaron gorras deportivas en color negro, con logotipos de grupos musicales. Los miembros de tres grupos utilizaron máscaras de luchador o aborigen. Solamente un bajista llevó un disfraz de dinosaurio. Hubo un par de agrupaciones que lucieron uniformadas. Mención aparte merece la indumentaria de los músicos de *black metal*: ellos llevaron estoperoles, picos, cadenas y manoplas, además del tradicional maquillaje en el rostro con tonalidades en blanco y negro (observar imagen 3), conocido

como *corpse paint*. Cabe señalar que la gran mayoría de los músicos llevaba tatuajes, y varios *piercing* en la cara o expansores en las orejas.

Imagen 1. Metalero clásico. Imagen 2. Metalero callejero. Imagen 3. Metalero del *black metal*.



Fuente: autor.

Fuente: autor.

Fuente: autor.

Las acciones no musicales de los músicos sobre el escenario consistieron en compartir bebidas, hacer *headbanging* o brincar. Los vocalistas y bajistas del *death metal* o el *grindcore* lucieron exhaustos al final de la presentación. Antes del *set* musical, algunos hicieron un ritual para unificarse y motivarse. Los vocalistas establecieron mayor contacto verbal directo con el público. Uno de ellos bajó del escenario y se mezcló con la multitud, para provocar constantemente el baile *slam*.

En cada canción fue imposible conocer el contenido de la letra de las canciones, debido a la distorsión de la voz y a que cantaban en inglés (excepto los del subgénero *hardcore* y algunos del *grindcore*). Sin embargo, antes, entre y después de las canciones, el contenido del mensaje verbal de los músicos fue para felicitar a los organizadores, nombrar la siguiente canción, decir el nombre de las producciones musicales, audiovisuales y redes sociales, y agradecer al público e invitarlo a participar activamente. De acuerdo con el subgénero

musical, hablaron sobre diversión, movimiento metalero o política. Esto es algo de lo que mencionaron:

“No estamos en un festival, estamos en una fiesta” (Calles de Odio, concierto del 12 de octubre del 2019).

“Diviértanse, *cabrones*, que para eso vinieron, para *pistear*⁸..., *¡a huevo!*” (Cadaverous Infest, concierto del 13 de octubre del 2019).

“El *death metal* no tiene fronteras, *cabrones*” (Rapture, concierto del 12 de octubre del 2019).

“Esta es una unidad, esta es una unidad... *everybody is a fuckin friend*” (Beneath the Horror, concierto del 12 de octubre del 2019).

“Muchas gracias por estar aquí... por hacer que el *pinche* metal siga vivo... porque todo el metal es una *pinche* amistad” (Gore and Carnage, concierto del 12 de octubre del 2019).

“Quiero ver esos cuernitos chiquitos,¹⁰ chiquitos porque dicen que no somos metaleros” (Fissure, concierto del 12 de octubre del 2019).

“Esta rola es para aquellos a los que les gusta por ahí estarle haciendo a la mamada con la religión, y nuestro enemigo perpetuo siempre es la puta religión” (Extinción Cerebral, concierto del 12 de octubre del 2019).

“Desde el Norte quieren acabar con América Latina, debemos resistir...; queremos resaltar que aún seguimos vivos y pues por medio del metal nos comunicamos ante el mundo” (Atavi, mensaje en concierto del 12 de octubre del 2019).

El discurso verbal y el contenido sonoro de las canciones fue retroalimentado por el público metalero. El público estaba integrado mayoritariamente por los propios músicos, pero también hubo mediadores y fanáticos (que fueron la minoría). Entre los, aproximadamente, 150 asistentes no fue tan marcada la diferencia entre generaciones, aunque había gente mayor de 40 años y, aparentemente, algunos menores a los 20, estando la mayoría entre los 20 y 30. Había varias mujeres jóvenes (alrededor de 10% del total), acompañadas de su pareja o amigos.

8 *Pistear* es el acto de beber cerveza.

9 *A huevo* se puede interpretar como ¡claro que sí!

10 “Cuernitos” se refiere a los cuernos de DIO (Ronnie James Dio, vocalista de los grupos musicales DIO y Black Sabbath) o “cuernos del diablo”, signo en el que con la mano alzada y empuñada se levantan los dedos índice y meñique (y en muchos casos también el pulgar), para identificarse colectivamente.

El patrón de la moda en el público era similar al de los músicos, predominando el estilo clásico. Los hombres llevaban pelo largo y corto. La mayoría de los que lo tenían extenso lo llevaban recogido con una liga. Varios de los que lo tenían corto traían gorra deportiva de diferentes colores, con logotipos de grupos musicales o de marcas de productos para el *skateboarding*. Algunos llevaban máscaras de asesino serial de película, marrano o antifaz. Solo uno iba semidisfrazado con una bata de carnicero o médico cirujano, con manchas de sangre simuladas. Otro usó en algunos momentos un sombrero grande de campesino, que decía ¡Viva México!. La gran mayoría portaron tatuajes, *piercing* y expansores en las orejas.

Las mujeres decoraron su cuerpo como los hombres. Una utilizó máscara de asesino serial. La mayoría resaltó los ojos y la boca con maquillaje sobrecargado. La vestimenta varió según el día, algunas usaron minifalda o *short* extracorto, otras lucieron *jeans* pegados a la piel color negro o azul. Las que mostraron las piernas, llevaron en su mayoría medias con o sin liguero y pantimedias en red, todas en color negro. Las blusas eran de diferentes diseños, pero con transparencias y colores oscuros, y varias utilizaron playeras como las de los hombres. El calzado fue con botas altas tipo militar, además de botines, bostonianos y tenis de la marca Converse. En su totalidad, ellas lucieron cabello largo, algunas con tinte en color verde o rojo.

Las acciones sociales del público durante cada presentación musical consistieron en bailar, hacer *headbanging*, gritar-silbar y aplaudir. En el más concurrido *slam* participaron 20 integrantes del público y en el menor dos. Otra forma de bailar (especialmente durante la música *hardcore*), consistió en lanzar patadas y puñetazos al aire de manera individual, al estilo del arte marcial. Otra forma de mover el cuerpo radicó en hacer maromas en la pista de baile. El *headbanging* fue permanente, a veces era colectivo, con la participación en mayor medida de los hombres. Los gritos fueron esporádicos entre canciones y regulares al final de ellas. Los silbidos cortos y voluminosos acompañaron los gritos. Los aplausos fueron cuantiosos cuando los grupos ejecutaban magistralmente la música, cuando venían de otro país o eran populares en México. En esos momentos el público se acercó más al escenario, para interactuar con los músicos, obsequiarles bebidas y saludarlos chocando el puño, tomarse fotografías y pedirles afiches.

El protagonismo del público fue menor al de los músicos. Debido a esto, su discurso verbal era limitado. Ellos conversaron acerca de los grupos del

festival, de experiencias pasadas en conciertos, de la música que conocían y, los que iban con su pareja, sobre asuntos personales. Las bromas y las anécdotas se compartieron entre los grupos de amigos. La interacción con gente de otros estados del país fue la constante. Algo de lo que dijo el público a los músicos en diferentes momentos fue lo siguiente:

¡Toquen más rápido!

¡Bravo!; ¡A huevo, perros¹¹!

¡Otra!, ¡otra!...; *jone more song!*, *jone more song!*

Aquí, valiéndole verga, compa, si no a qué chingados viene.¹²

¡Salud!...; ¡cheers!

¡Saquen la mota...¹³!

Una torta ahogada¹⁴ para el baterista, invítenle una torta ahogada, se la rifa¹⁵...

Tu mamá es compa...

Músicos y público tuvieron en común ciertas pautas culturales (formas de expresión) y significados que los distinguen de otras identidades, como la de los roqueros. Durante todo el evento, no hubo barreras para la relación social entre ellos (véase imagen 4). La identidad construida por la acción social se presentó en el marco de ciertas estructuras sociales y de sistemas culturales, que dan forma y sustento a la identidad *heavymetalera* a nivel global.

11 “Perros” es una manera de referirse a la gente joven que se considera amiga o compañera, en este caso es el público del festival.

12 Esta expresión significa: aquí que no te importa nada “perro”, sino para qué demonios vienes.

13 Mota es lo mismo que *cannabis*.

14 Torta ahogada es un platillo típico de la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

15 “Se la rifa” quiere decir que ejecuta el instrumento excelentemente.

Imagen 4. Músicos y público.



Fuente: autor.

En el festival hubo una estructura social. La estructura era similar a la de cualquier concierto de la industria cultural de la música. Esto quiere decir que había dos agrupamientos sociales (el de los músicos y el del público), con roles y estatus marcados, además de relaciones de poder y una idea, valor u objetivo significativo para ambos. En los músicos, al momento de la interpretación, los roles se definían de acuerdo con el instrumento musical. El rol del baterista y el bajista estaban en función del guitarrista, y el del vocalista con base en el rol protagónico de los cantantes de la “cultura pop”. El estatus dependía no sólo del rol, también de la antigüedad y de las capacidades de expresión de cada uno; así, el estatus con mayor jerarquía pareciera inclinarse hacia el estereotipo del *rockstar*. Las tensiones observadas consistieron en polémicas cortas sobre el orden de las canciones, y alargar o recortar el *set* musical debido al cansancio. Tras bambalinas, el estatus y las tensiones tendieron a disminuir, puesto que los músicos fungían con el rol de público. Los músicos parecían tener el propósito de comunicar para divertir, sin enfatizar la contracultura o lo contestatario del *heavy metal*, sino en la vivacidad de la escena musical local, construida a partir de conciertos, objetos de arte y redes sociales con la misma identidad.

La estructura social del público estaba conformada por diversos roles: espectador, danzante, amante, borracho, amigo, consumidor, aficionado,

campista¹⁶ o metalero. Los roles no eran fijos, durante un solo día y en diferentes momentos se podía cumplir con cualquiera. Había tres estratos: el primero ocupó el espacio cercano al escenario, y estaba conformado por los más activos, que bailaban, *headbangeaban* y se expresaban verbalmente; el segundo incluía a los espectadores pasivos, que escuchaban atentos y compartían comentarios y bebidas con otros; y el tercero se integró por amantes, espectadores étlicos sentados y *fans* ubicados en las periferias. El estatus como el rol también era una jerarquía, la mejor posición social era de aquellos cercanos al escenario. Ambos estaban en función de la acción social identitaria de los músicos, por ejemplo, si eras amigo de ellos el estatus era alto en la jerarquía. Las relaciones de poder eran entre *posers* (falso metalero o poco conocedor) o *trueos* (metaleros sabiondos), por la violencia característica del *slam* o las imprudencias del *malacopa*.¹⁷ Empero, las tensiones fueron absorbidas por el disfrute colectivo. Quizá ese fue el sentido de la estructura social, divertirse para así sostenerla. Otro significado bien pudo ser la búsqueda de la solidaridad y la cooperación, para que la escena musical fuera autopoietica, es decir, que se reprodujera y mantuviera por sí misma. Uno más la presentación de la identidad colectiva correspondiente al público.

Aparte de la estructura social construida por el público y los músicos, había otra correspondiente al festival musical, la cual condicionaba a ambos actores. Todos los conciertos tienen normas e implican procesos sociales. En el Mexxxxicore, las normas eran más flexibles que en otros eventos masivos o de carácter “comercial”: no había elementos de seguridad, ni barreras para contener al público o separarlo del escenario; se permitió el acceso de alimentos, la disposición sin costo extra de los espacios, y el consumo irrestricto de sustancias prohibidas; y la libre circulación luego de haber pagado. Esto pudo suceder porque los metaleros están habituados e institucionalizados en el marco de la escena *underground*,¹⁸ teniendo claro lo que se puede y no se debe hacer, sin necesidad de ser informado o reprimido.

Precisamente, la escena musical subterránea era otra estructura social. Este tipo de escena metalera es multinivel: local, regional y transnacional, además de

16 Campista es aquel sujeto que acampó en la sede del evento.

17 *Malacopa* es una persona alcoholizada que molesta a otros.

18 *Underground* es “subterráneo”, lo cual significa que la producción, circulación y consumo de la música se realiza de manera independiente y paralela, pero retomando algunos elementos de la economía de la industria de la música, basada en el capitalismo y el liberalismo.

virtual. El festival fue posible porque una red social de músicos y mediadores de todos los niveles se coordinaron y cooperaron. En la escena, los músicos juegan diferentes papeles, siendo mediadores, compositores y público, en ese sentido, ellos ocupan la mejor posición en la jerarquía. Luego están los mediadores que organizan conciertos, distribuyen objetos y difunden información. Al final, el público, debido a su papel secundario y pasivo en el aspecto musical. Aparentemente, en este tipo de escena musical el poder social es horizontal, por lo que no está centralizado y no se ejerce de arriba hacia abajo. Sin embargo, la supuesta horizontalidad en el ejercicio del poder social tiende a invertirse hacia la verticalidad, cuando se ponen en relación las escenas musicales del interior del estado de Jalisco y las del occidente de México (las de los estados de Michoacán, Aguascalientes y Nayarit, por ejemplo) con la escena metalera de Guadalajara, la cual tiene mayor poder que cualquier otra en esta parte del país.

A su vez, las diferentes estructuras sociales estaban relacionadas con el sistema cultural del *heavy metal*. En la escena metalera global hay símbolos, rituales y modelos culturales que dan forma y sentido a la identidad. Los símbolos en el festival fueron el ruido, la fuerza y la comunidad. El ruido fue el sonido común en todos los subgéneros musicales, el cual, lejos de molestar, hacía que el público y los músicos lo multiplicaran, provocando sonrisas y movimientos corporales. El *heavy metal* es una demostración de poder, para navegar en el “lado oscuro” de la humanidad. En el evento la demostración fue con la música, las expresiones corporales y los discursos de los músicos y el público. La estructura y las diferentes acciones sociales de ambos construyeron una comunidad (en el sentido de tener algo en común, en este caso la identidad metalera) presencial efímera, que luego adquiere la forma virtual, hasta que se realiza el siguiente evento social presencial.

En el Mexxxxicore Death Fest, el ritual consistió en adorar y legitimar la música y la identidad, en dejarse guiar para actuar colectivamente, en expresar la sensibilidad sin trascender los códigos culturales válidos, en divertirse alterando los sentidos y la conciencia con el baile y los estupefacientes. Lejos de la solemnidad, el ritual fue una parodia de la propia cultura metalera, sin permitir que esta se destruyera a sí misma, siendo consciente de sus propuestas absurdas y fantasiosas, y a la vez de su carácter transgresor y propositivo. Músicos y público conocían el código cultural para llevar a cabo el ritual, no

obstante, los símbolos y las pautas de comportamiento fueron marcados a cada momento.

Los símbolos y el ritual fueron significativos para los que reconocían la cultura *heavymetalera*. Ruido y música, resistencia e integración, y orden y caos social, fueron el deseo, la creencia y el conocimiento connotado y latente en el universo simbólico y la naturaleza del ritual de los metaleros que estuvieron en el festival. La identidad metalera dio sentido, legitimidad y orientación al simbolismo y las prácticas ritualizadas. Los diferentes símbolos y formas del ritual estuvieron enmarcados en la comunidad metalera, la cual buscaba la identificación social para que el ritual persistiera durante el festival.

Conclusiones

El *heavy metal* puede estudiarse con la *antroposociología* del arte. La antropología del arte caracteriza la cultura (signos, rituales y pautas, expresiones) y la sociología del arte cuestiona lo social (estructuras, relaciones y procesos, acciones). Ambas disciplinas coinciden en el estudio del contexto (comunidad, sociedad, sistema), en trazar la historia, en la revisión del sujeto (subjetividad, creación, ideología), y en tratar como fetiche al arte, sin llegar a ser estética en sentido amplio o restringido.

En el Mexxxicore Death Fest, la ira y el arrebato avivaron la escena metalera transnacional en el espacio local rural. La música, las expresiones corporales y las palabras, además de las actuaciones y las formas de estructurarse socialmente de los músicos y el público, fueron significativos y construyeron comunidad. El marco de la comunidad fue el sistema sociocultural del *heavy metal*, caracterizado por el ruido musical, la identidad oscura, vital, extravagante e irónica, y la ambivalencia social que genera inclusión y exclusión en sujetos que obedecen y reniegan de la sociedad y de la industria cultural de la música que son dominantes.

Quedan pendientes por investigar las contradicciones del *heavy metal*, y los efectos sociales no deseados en el contexto rural de Poncitlán. También la “descripción densa” de la identidad y del sistema cultural de los metaleros en Jalisco y en México. La siguiente edición de la “putacera” en el Mexxxicore Death Fest podría ser el espacio-tiempo para emprender esta labor, utilizando similares procedimientos y fundamentos de investigación.

Referencias

- Alcina, J. (1988). Arte antropológico. En A. Aguirre (ed.), *Diccionario temático de antropología* (pp. 79-82). Editorial Boixerau Universitaria.
- Becker, H. (1974). Art as collective action. *American Sociological Review*, 6, 767-776.
- Bourdieu, P. y Darbel, A. (2003). *El amor al arte. Los museos europeos y su público*. Paidós.
- Esteva-Fabregat, C. (2006). Significados antropológicos del arte. En J. Sureda, *Artes y civilizaciones. Orígenes: África, América, Asia y Oceanía. Nueva historia del arte* (pp. 15-45). Lunweg Editores.
- Firth, R. (1971). *Elementos de antropología social*. Amorrortu.
- García-Canclini, N. (2011). *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*. Katz Editores.
- Gell, A. (1998). *Art and agency: an anthropological theory*. Clarendon Press.
- Gilroy, P. (1998). Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad. En J. Curran, D. Morley y V. Walkerdine (comps.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Paidós.
- Giunta, A. (2002). Arte, sociología del. En C. Altamirano (dir.), *Términos críticos de sociología de la cultura* (pp. 1-7). Paidós.
- Good, C. (2010). Expresión estética y reproducción cultural entre indígenas mexicanos. En E. Araiza (ed.), *Las artes del ritual. Nuevas propuestas para la antropología del arte desde el occidente de México*. El Colegio de Michoacán.
- Kavolis, V. (1970). *La expresión artística: un estudio sociológico*. Amorrortu.
- Luhmann, N. (1998). *El arte de la sociedad*. Universidad Iberoamericana y Herder.
- Merriam, A. (1964). Las artes y la antropología. En S. Tax y A. Garza y Garza (eds.), *Antropología: una nueva visión. Un compendio de lo que sabemos y de lo que nos falta por saber acerca de la naturaleza del hombre y de sus formas de conducta* (pp. 265-279). Norma.
- Murphy, H. y Perkins, M. (eds.). (2006). *The anthropology of art: A reader*. Boston University y Blackwell Publishing.
- Peña, G. de la y Vázquez, L. (coords.) (2002). *La antropología sociocultural en el México del milenio. Búsquedas, encuentros y transiciones*. México:

Instituto Nacional Indigenista/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Fondo de Cultura Económica.

Rubio, S. (2011). *Metal extremo. 30 años de oscuridad (1981-2011)*. Milenio.

Rubio, S. (2016). *Metal extremo 2. Cónicas del abismo (2011-2016)*. Milenio.

Silbermann, A. (1971). *Sociología del arte*. Nueva Visión.