

El mercado del heavy metal nacional- Andén78

por Luciano Scarrone - Viernes, Agosto 15, 2014

<http://andendigital.com.ar/2014/08/scarrone78/>

Marcada por una fuerte crisis socio-económica, terminaba en nuestro país la década de los ochenta. Un nuevo gobierno, y las esperanzas renovadas de un pueblo que necesitaba creer. En los años venideros, Latinoamérica y el mundo entero iban a ser testigos de enormes cambios en lo que respecta al rol de los estados y de la economía global. El modelo neoliberal se instauraba claramente en estas tierras.

Las transformaciones iban a repercutir en todos los planos y actividades, incluso en lo que se conoce como **el sector del arte y la cultura**.

No había dudas de que en Argentina se seguiría escribiendo obras, pintando, componiendo y tocando música, filmando películas, diseñando coreografías y bailando. Lo que sí iba a cambiar radicalmente era la manera en que se estructuraba y administraba la producción de bienes artísticos y culturales.

Al analizar un mercado y estudiarlo, cualquiera sea, se debe atender a las tres instancias que lo conforman: producción, circulación y consumo. Como ya se dijo anteriormente, esta nueva etapa iba a mostrar su particularidad principalmente en lo que refiere a los modos de circulación y consumo de ciertos productos.

George Yúdice describe que: "...Ya en los años ochenta, las grandes compañías discográficas no se concebían como simples productoras y distribuidoras de música sino como conglomerados transnacionales de entretenimiento, incluyendo a la televisión, el cine, las cadenas de disqueras, las redes de conciertos, el cable y satélite-difusión y, más recientemente en el tiempo, internet".^[1]

Al mismo tiempo, la transformación de los canales de comunicación devenidos del neoliberalismo (privatización, desregulación, eliminación de los servicios proporcionados por el Estado) resulta en una recomposición y resignificación de territorios y de públicos. Herscovici dice: "Cada espacio geográfico precisa diferenciarse y construir su imagen mediática a fin de valorarse con relación al exterior para poder insertarse en esas redes internacionales; la cultura es ampliamente utilizada en la construcción de esta imagen mediática."^[2]

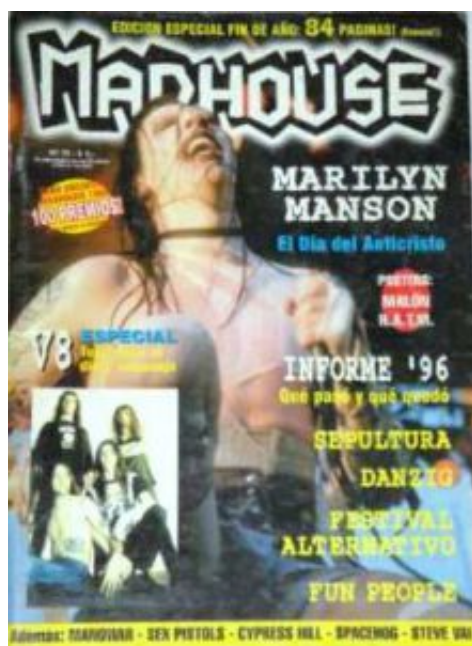
En el caso del *Heavy Metal* argentino, se ofrece una gran variedad de matices permeables al análisis. Es cierto que el género en sí se origina a fines de la década del setenta y continúa desarrollándose y creciendo (con algunos problemas) durante los ochenta, pero el período analizado es el que va a mostrar el apogeo de este movimiento, logrando generar un *perfil*, aunando cuestiones de valor simbólico (construcción de identidades juveniles) y cuestiones asociadas al mercado de bienes culturales.

Ya en los primeros días de febrero de 1990, los dos *shows* de Bon Jovi en el estadio de Vélez Sarsfield iban a marcar el inicio de una etapa de conciertos internacionales masivos de heavy metal. No vale la pena jerarquizar cada caso ni tampoco ponderar uno sobre otro; lo que se desprende de estos acontecimientos es la notoriedad que toman algunas bandas nacionales que pueden presentarse como *soporte* de estos shows y, tal vez, más importante, ciertos criterios de profesionalización que asimilan tanto los artistas como los agentes involucrados en la difusión y comercialización del producto cultural *heavy metal*.

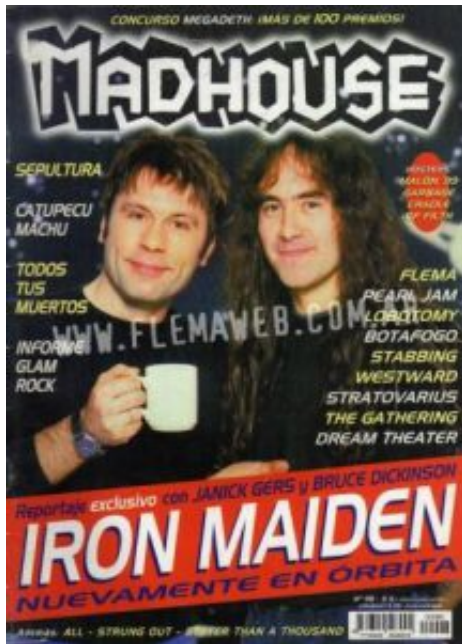
Algunos ejemplos que merecen ser destacados tal vez se encuentren en lo acontecido con los medios de comunicación especializados, describiremos brevemente dos casos. Fundada en 1989 por **César Fuentes Rodríguez**, la revista *Madhouse* se distribuyó en los kioscos de todo el país y algunos limítrofes durante el apogeo de la escena sudamericana y cubrió la afluencia de las bandas internacionales a los escenarios porteños, lo mismo que el desarrollo de la “*movida*” local. Fue la primera revista argentina del género que no reproducía reportajes realizados en medios de prensa extranjeros, sino que realizaba sus propias notas. Llegaron a editarse 126 números antes de que la debacle del *corralito* y el desastre económico que sufrió la Argentina en diciembre de 2001 pusieran fin a ésta y a muchas otras publicaciones. El programa *Heavy Rock & Pop*, emitido por la radio Rock & Pop y conducido por **Norberto “El Ruso” Vereá** y **Alejandro Nagy** fue, entre 1991 y 1995, el responsable de llevar a los oídos de los metaleros la música y las noticias del movimiento que crecía día a día por estos lugares.

Estos dos casos (entre otros) fueron consecuencia de un público que demandaba un producto tan particular como lo es el *heavy metal* en nuestro país. El tiempo pasó y, por diferentes motivos, ambos canales encontraron su final, pero ya habían marcado un modo de comunicar; y para mediados de los años noventa el *heavy metal* ya contaba con grandes exponentes nacionales que habían marcado el camino para los años siguientes?









[YouTube Video](#)

[1] Yúdice, G., *“La reconfiguración de políticas culturales y mercados culturales en los noventa y siglo xxi en*

América Latina", *Revista Iberoamericana*, Vol. LXVII (Octubre – Diciembre 2001), 639.

[2] Herscovici, A. (1999) *Globalización, sistema de redes y estructuración del espacio: un análisis económico*, Buenos Aires: Editorial Biblos.

"Reproduzca esta información, hágala circular por los medios a su alcance: a mano, a máquina, a mimeógrafo, oralmente. Mande copia a sus amigos; nueve de cada diez las estarán esperando. Millones quieren ser informados. El Terror se basa en la incomunicación. Rompa el aislamiento. Vuelva a sentir la satisfacción moral de un acto de libertad". (Rodolfo Walsh)