CONCLUSIONES

Como hemos visto a lo largo de esta tesis, los seguidores del white metal consideran que la nación subterránea al igual que los demás pueblos de la tierra, necesita escuchar el mensaje de la salvación que solamente se encuentra en Jesucristo, por lo que es necesario transmitirlo y la mejor manera es hacerlo de una forma que pueda ser fácil, entendible y digerible para esta cultura, ya que Dios no está peleado con las costumbres y tradiciones de la gente.

A través de la historia, el evangelio de Jesucristo se ha adaptado al contexto cultural de toda lengua, tribu y nación; esto lo podemos ver en el caso del apóstol San Pablo, quien para predicar utilizaba los elementos de la cultura a la que se dirigía:

¿Cuál, pues, es mi galardón? Que predicando el evangelio, presente gratuitamente el evangelio de Cristo, para no abusar de mi derecho en el evangelio. Por lo cual, siendo libre de todos, me he hecho siervo de todos para ganar a mayor número. Me he hecho a los judíos como judío, para ganar a los judíos; a los que están sujetos a la ley (aunque yo no esté sujeto a la ley) como sujeto a la ley, para ganar a los que están sujetos a la ley; a los que están sin ley, como si yo estuviera sin ley (no estando yo sin ley de Dios, sino bajo la ley de Cristo), para ganar a los que están sin ley. Me he hecho débil a los débiles, para ganar a los débiles; a todos me he hecho de todo, para que de todos modos salve a algunos. Y esto hago por causa del evangelio, para hacerme copartícipe de él.

1 Corintios 9:19-23

El evangelismo dentro de la nación underground ha comenzado, la aparición de la primera iglesia subterránea en nuestro país ha sido pionera y punta de lanza en la transformación de una cultura a la que nunca se le había predicado el mensaje de salvación, abriendo brecha para una generación que viene adelante, la cual ha decidido portar el anillo con orgullo, junto con la primogenitura que Dios le ha delegado y no ser como Esaú quien la vendió por un plato de lentejas (Génesis 25:27-34, Malaquías 1:2-5, Romanos :12-13, Hebreos 12:16-17).

Una parte de la nación subterránea ha sido salvada, mas no toda, aún hay mucho trabajo por hacer en todas las tribus, ya que cada una tiene características que difieren de otras, pero el común denominador es que pertenecen a esta nación.

El white metal presenta una propuesta positiva y diferente para los jóvenes de esta nación, ya que se divide en los respectivos géneros musicales que escucha cada tribu. Aunque el ritmo musical suele ser el mismo que en el metal secular, al igual que la manera en que se hacen las voces y la forma de vestir, el mensaje de Cristo es lo que marca la diferencia. Si no hubiera sido por este movimiento, grupos famosos como Petra, Mortification y P.O.D. (Payable On Death), hubieran pasado desapercibidos como muchas bandas del montón que no ofrecen nada nuevo.

El objetivo de esta tesis fue conocer el consumo de medios de comunicación de las doce tribus subterráneas de la nación underground que se congregan cada sábado en el Tianguis Cultural del Chopo.

Según los resultados obtenidos en el sondeo realizado para conocer el consumo de medios, el canal 11 de televisión, la estación de radio Reactor, el periódico “La Jornada”, las páginas de internet de bandas de rock e información general, así como Hotmail y Yahoo, junto con los volantes y flyers que se reparten en el Chopo, son medios consultados por las doce tribus subterráneas, además de la comunicación interpersonal con amigos dentro de este espacio cultural, es por lo que se enteran de eventos como conciertos, transmisión de películas, obras de teatro, performances, existencia de bandas y lanzamientos de nuevos discos, etc.

Las revistas más leídas por los skatos, góticos, darks, anarkos, rockers, punks, heavymetaleros, B-Boys, glam metaleros y rastas son “La Mosca en la Pared” y “Switch”, mientras que los fanzines “Botas y Tirantes” y “Anarko Punk” son consultados por los hippies, anarkos, rockers, punks, heavymetaleros y rastas.

Reflexiones Finales

Desde el comienzo de este trabajo tuve la expectativa de que los medios de comunicación más difundidos en el Tianguis Cultural del Chopo como: flyers, volantes, periódico “La Jornada”, revistas y fanzines, son los de mayor consumo. Por lo tanto, a través de ellos se enteran de conciertos, eventos, bandas, etc. Durante mi investigación pude comprobar que mi hipótesis es correcta, ya que por ser los medios más difundidos, son los más consumidos.

Trabajar con los miembros de las tribus subterráneas del Tianguis del Chopo fue una experiencia enriquecedora, ya que pude conocer una subcultura, un submundo, una nación que está debajo de otra nación, la cual no se ve a simple vista, por lo tanto, no nos damos cuenta de su existencia.

También que dentro de esta nación, al igual que en las demás, el evangelio de Jesucristo se propaga a través del metal y demás géneros musicales del underground como el: punk, ska, grunge, nu metal, heavy, speed, trash, death, black, doom, etc. Es sorprendente encontrar que algo que no es comercialmente conocido existe y es consumido dentro de un universo que no es ajeno a la realidad cotidiana.

El hecho de conocer gente que tiene un vacío en su corazón y que en su espíritu clama por algo diferente, por un cambio que tenga una respuesta para sus vidas; clamor que aparentemente no se escucha ni se ve, pero se puede percibir a través de sus actitudes y comportamiento. Un clamor que dice “quiero ser libre y diferente a los demás”, lo cual por una parte es bueno porque salen a relucir rasgos de la personalidad que se encontraban ocultas, pero por otro lado es negativo, ya que poco a poco se van envolviendo en cuestiones espirituales que sutilmente van destruyendo su alma. Y ese es el objetivo del white metal, satisfacer ese vacío que las tribus tienen en sus corazones, oír ese clamor y atender sus necesidades tanto físicas como espirituales.

Para los jóvenes que participan de la tribu, el construir una imagen definida y un código de actitudes y comportamientos en relación a ella, es una estrategia para adquirir una identidad que les permita diferenciarse de la masa, sentirse, al menos una vez a la

semana, parte de una tribu que les otorga un sentido de identidad que se ve reforzado por la colectividad que forman sus pares, sus iguales. En el caso de esta tribu, su identidad se fundamenta en la construcción de un conjunto de reglas específicas y diferencias respecto a la ocupación y consumo de espacios y bienes, como las reglas tácitas del slam, un baile con movimientos agresivos que se realizan de manera pacífica. Decimos que es un baile agresivo porque en realidad lo es, pero el objetivo de las tribus es buscar la convivencia, ya que a pesar de saltar con los codos abiertos y las patadas, no pretenden hacerse daño, sino comunicarse con movimientos que se convierten en palabras y tener esa euforia que les hace olvidar que existe un mundo afuera. Ellos lo saben, el slam no es para lastimarse, es una forma de comunicarse dentro de la tribu, ya que bailan para desahogarse y tener una probadita de la euforia que da convivir con los suyos y a pesar de en algunos casos no conocerse, éste es el diálogo con el que se comunican, ya que al terminar ese momento, todos regresan a sus círculos íntimos, pero ya han identificado a los demás, los han aceptado como propios y han tomado el primer paso en la comunicación, a partir de los cuales se siente dotado de un principio de identidad personal, que es respaldo por la pertenencia al grupo.

Otro punto que aparece de manera constante en el Tianguis del Chopo se fundamenta en una contradictoria estrategia de los jóvenes que se ven atrapados en un juego de identidad, ya que plantean en torno a sus códigos de pertenencia a la tribu una construcción de identidad que se quiere diferenciar de la masa, pero que termina constituyéndose en otra masa que, si bien es más pequeña y diferente de la generalidad, es al fin una masa.

Observé que esta tribu construye su identidad y da sentido a su existencia partiendo fundamentalmente del presente, como respuesta a procesos de exclusión de la modernidad y cada vez más aguda escasez de los espacios de expresión de las formas culturales alternativas, una tribu construye una nueva estructura de comunicación que no se basa en los códigos de la generación anterior (identidad centrada en la política y el discurso), sino que se identifica con una sensibilidad, que se caracteriza por su capacidad de crear vínculos a partir del compartir la experiencia de pertenecer de una u otra forma a una tribu.

Si entendemos a la cultura como la constante producción y reproducción de significados, no podemos negar que los subgrupos culturales son elementos que participan en la constante creación de nuevos significados, modificando a diario la esfera del sentido en sus ámbitos de acción. Los subgrupos culturales son mucho más que una simple moda, que una preferencia musical, que un singular espectáculo de la disidencia.

Los subgrupos culturales, con sus particulares características, son en su conjunto quizá la única propuesta cultural alternativa urbana, alejada de las altas esferas del arte, surgida de las clases más populares. Es la respuesta que congrega a miles de jóvenes que se sienten rechazados en medio de una sociedad que no los acepta, en medio de un sistema que los condena por ser diferentes y que no los tolera. Que los segrega, agrede, maltrata, que los niega. O por otro lado los consume como a cualquier producto, los digiere y explota, los convierte en mercancía y como si fueran propios los ofrece al alcance de todo aquél que pueda consumirlos también. Son grupos tolerados hasta cierto punto pero no escuchados, se sabe de su presencia pero se le niegan los espacios para limitar su campo de

acción y su área de influencia, haciendo de los pocos lugares existentes reductos de expresión ganados a pulso por los actores de los subgrupos.

Todo el tiempo son objeto del escarnio, lo que aumenta la curiosidad general. Muchos jóvenes llegan a los subgrupos ávidos de diferencia, de hacerse notar, de adoptar la moda en boga. Es cierto que muchos de ellos están dentro de un grupo por ser diferentes, por encontrar la identidad que no hallan en el mundo cotidiano, en el de los medios, en el del resto, en el de todos. Y creen encontrarla. Pero esa falta de compromiso termina por manifestarse y por demostrar las superficiales y pasajeras razones por las que algunos se integran a los subgrupos, siguiendo una moda. Son chavitos que se contentan con ser el extraño, el diferente, el raro, y con juntarse con otros extraños, diferentes, raros, pero al ser rechazados por la familia, recluidos a la vagancia, odiados por "la tira" y perseguidos por la ley es fácil que abandonen las banderas que abrazaran con tanta emoción al inicio.

Sin embargo, no todos son así, hay integrantes que en sí mismos componen una riqueza cultural extraordinaria, que proponen y critican, llevando a un nivel real de participación social su descontento. El joven se acerca a los subgrupos en busca de respuestas y a veces de preguntas. Como casi todos reconoce la inoperante justicia del sistema pero tiene la juventud, el arrojo y el valor para abandonar la comodidad (o la total ausencia de ella) de la vida tradicional para entregarse a propuestas culturales que modifican directamente su manera de vivir y de pensar. Los jóvenes encuentran en los subgrupos la respuesta a sus problemas, circunstancias que además reconocen comunes a la sociedad y proponen el cambio.

Lamentablemente el metal se asocia con satanismo, drogadicción y demás cosas negativas, cuando por derecho legal es de origen divino, puesto que fue creado por Dios únicamente para alabarle, adorarle, glorificarle y honrarle. El objetivo del white metal es que regrese a su estado original, ya que este es el tiempo de que la música (y todas las cosas) vuelva a ÉL para que sea usada con el propósito que nació. El evangelismo subterráneo apenas ha empezado y posteriormente se puede usar esta tesis para realizar estudios sobre los efectos que ha tenido el metal cristiano dentro de la nación underground, para analizar si hubo cambios o no en las vidas de los integrantes de las tribus y conocer la forma en que estos se llevaron a cabo, si valió la pena o no usar los medios de comunicación sugeridos para transmitir el white metal, así como la influencia positiva de la aparición de la iglesia subterránea en esta nación.

Los subgrupos culturales existen y seguirán existiendo con sus cambios, mutaciones e hibridaciones por muchos años más. Este es el momento de escucharlos y de hacerle entender a la sociedad que también son valiosos para Dios como parte de su creación. Ahora es tiempo de entenderlos y reconocerlos como integrantes de este gran constructo social que significa nuestra cultura.

Recomendaciones

Con base al estudio realizado y si se desea ampliar la difusión del white metal, se recomienda la elaboración de los siguientes proyectos:

- Para quien desee seguir investigando, profundizar con un método cualitativo en sesiones de grupo.
- Indagar más sobre la vida cotidiana de los miembros de las tribus subterráneas
- Abrir un espacio de televisión en Canal 11 en la madrugada después de los programas de debate como “Diálogos en Confianza”, ya que es el medio más visto por las doce tribus subterráneas.
- Al igual que en televisión, abrir un espacio en la radio los sábados en la mañana, que es cuando la estación “Reactor” es la más escuchada por los miembros de las doce tribus subterráneas.
- Escribir una columna especializada de white metal en el periódico “La Jornada” o subcolumna dentro de “Rock en La Jornada de enmedio”, ya que ahí estaría compartiendo espacio junto con el rock secular, además de que es el periódico más leído por lo miembros de las doce tribus underground, además de pagar espacios publicitarios para conciertos, venta de discos, obras de teatro, etc, ya que se cuenta con la facilidad de adquirirla en su propio puesto en el Chopo.
- Tanto en Hotmail y Yahoo pagar por banners publicitarios hacia páginas de bandas de white metal, ya que estos sitios son los más consultados por los miembros de las doce tribus.

- Para mensajes dirigidos en particular a los skatos, góticos, darks, anarkos, rockers, punks, heavymetaleros, poner columnas especializadas en white metal en las revistas “La Mosca en la Pared” y “Switch”, así como anuncios publicitarios de conciertos y venta de discos.
- Para mensajes dirigidos en particular a los anarkos y punks, poner columnas especializadas en bandas de punk de white metal en los fanzines “Botas y Tirantes” y “Anarko Punk”, así como anuncios publicitarios de conciertos y venta de discos.
- Para mensajes dirigidos en particular a los darks y góticos, poner columnas especializadas que hablen de grupos estos estilo en el white metal en los fanzines “Nosferatu” y “Dark Throne”, así como anuncios publicitarios de conciertos y venta de discos.
- Para mensajes dirigidos en particular a los , anarkos, rockers, B-Boys y rastas, poner columnas especializadas en grupos de rock urbano de white metal en el fanzine “Tiempos Rudos”, así como anuncios publicitarios de conciertos y venta de discos.
- Hacer actividades en el Tianguis Cultural del Chopo como conciertos, obras de teatro y performances, ya que como todas las tribus están ahí presentes, será visto de manera masiva.
- Poner un puesto especializado en white metal en el Chopo, donde se venda material como CD’s, DVD’s, playeras de bandas, fanzines y revistas especializadas al 100% en metal cristiano, además de repartir volantes a los clientes, ya que como estaría dentro del tianguis, la mayoría de los miembros de las tribus pasarían por ahí y se detendrían para preguntar, ver, comprar y enterarse de la existencia del metal cristiano, además de que este puesto crearía comunicación interpersonal entre la

banda, ya que entre ellos dirían “Si quieres algo de metal cristiano o algún CD, ve a este puesto donde lo encontrarás”.

- Para eventos especiales como festivales y congresos, poner una minicarpa en el Chopo, donde se proyecten spots y promocionales, así como videoclips de las bandas participantes.