



COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**La música como constructora de identidades: el *heavy metal* y los metaleros que  
asisten al Tianguis Cultural el Chopo de la Ciudad de México**

TRABAJO RECEPCIONAL  
PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA**

PRESENTA :  
**ROBERTO KARLO LÓPEZ ORDAZ**

DIRECTORA  
MTRA. MARIANA RODRÍGUEZ CRUZ

Ciudad de México, octubre de 2018.

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

### DERECHOS RESERVADOS<sup>©</sup>

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

## **Agradecimientos**

El proceso de esta investigación sin duda alguna fue arduo y laborioso, pese a eso considero que el esfuerzo fue compartido debido a que en mí andar tuve la fortuna de contar con personas que sopesaron este gran logro que sin duda será el aliciente para continuar forjando un crecimiento individual y social.

Quiero agradecerte a ti mamá, Angélica Ordaz Amante que aparte de concederme la vida, me otorgaste todo tu apoyo y esfuerzo para que hiciera posible el culminar mi carrera. A mis hermanos Erik, Emiliano y Alitzel, a mi abuelo Roberto Ordaz que me enseñó el valor de la vida y cómo luchar ante cualquier circunstancia y penuria.

Agradezco a cada profesor que fueron los que me dieron las bases y herramientas para construirme académicamente para poder finalizar mi licenciatura. A mis lectores, Mercedes Gabriel Vázquez, Alma Rosa Erazo Ordaz y a Alejandro Díaz Bueno por sus, consejos, sugerencias y su tiempo.

Finalmente de manera significativa y de suma relevancia para la realización y culminación de mi tesis, agradezco a mi directora de tesis, Mariana Rodríguez Cruz por todo su empeño, dedicación y apoyo.

# Índice

<b>Introducción</b>	5
<b>Capítulo I. Planteamiento del problema</b>	
1.1 Construcción del objeto de estudio	8
1.1.2 Pregunta de investigación General y Preguntas de investigación particulares	8
1.2 Objetivo general y objetivos particulares	8
1.3 Supuesto	9
1.4 Justificación social	9
1.5 Justificación académica	10
1.6 Justificación personal	11
<b>Capítulo II. Estado del arte</b>	
2.1 Comunicación y consumo del <i>Heavy metal</i>	13
2.2 La música como construcción de identidad	15
2.3 La influencia del heavy metal como construcción de identidad	17
2.4 La música, <i>heavy metal</i> desde su consumo y cultura	20
<b>Capítulo III. Marco histórico - contextual</b>	
3.1 Heavy metal como género	25
3.2 Breve historia del <i>Heavy Metal</i>	27
3.3 El <i>heavy metal</i> en México	28
3.4 El inicio del Tianguis el Chopo	31
3.5 Transición del Tianguis el Chopo	32
3.6 El Tianguis del Chopo en la actualidad	34
<b>Capítulo IV. Marco teórico</b>	
4.1 Cultura	36
4.2 Identidad	41
4.3 Juventud, culturas juveniles	45
4.4 Contracultura	50
4.5 Música como acto comunicativo y social	54
4.6 Enfoque desde los Estudios Culturales	60
4.6.1 Los Estudios Culturales de la escuela de Birmingham	61

4.7 Consumo cultural	63
<b>Capítulo V. Aparato metodológico</b>	
5.1 Justificación del método elegido	69
5.2 Selección de técnicas utilizadas	71
5.2.1 Observación participante	71
5.2.2 Entrevista	72
5.3 Diseño de instrumentos metodológicos	73
5.4 Selección de los informantes	73
<b>Capítulo VI. Interpretación de datos</b>	
6.1 La cultura y comunicación de los jóvenes metaleros con el contexto del Tianguis Cultural el Chopo.	76
6.2 El <i>heavy metal</i> como constructor de identidades y su relación con la comunicación.	84
6.3 Características culturales de los jóvenes metaleros y su relación contracultural.	94
6.4 El Consumo cultural del <i>heavy metal</i> por parte de las culturas juveniles.	103
<b>Conclusiones</b>	110
<b>Bibliografía</b>	120
<b>Anexos</b>	127

## Introducción

El *heavy metal* es un género que ha causado controversia desde su surgimiento, ya que es aceptado y rechazado desde aspectos sociales, culturales e incluso políticamente. Pese a esto se ha seguido manifestando por las bandas que se dedican a tocarlo, pero esencialmente a través de las personas que tienen el gusto por dicha música, desde los jóvenes de los 70's y 80's, que ahora son adultos, hasta los niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad de la época actual.

Cada una de las personas que han adoptado el gusto por el *heavy metal*, se integran a este grupo social con el que se identifican y lo proyectan de algún modo, ya sea por la forma de vestir, de comportarse, de asistir a espacios donde se difunde esta corriente musical, como son conciertos, en bares o en espacios públicos como el Tianguis Cultural del Chopo, lugar en el que se llevó a cabo el estudio.

En la historia del *heavy metal* muchas personas que no comparten un gusto por éste han mostrado un rechazo tal así que llegan a crear tabúes sobre los contenidos en cuanto a las letras y sonidos, debido a que la mayoría de las veces no conocen de éste género dando por hecho que transmiten mensajes de tipo satánico en su totalidad (en todos los subgéneros). Otra de las ideas comunes es que las letras expresan profanidades, que incitan a los jóvenes a consumir bebidas embriagantes; que promueven el consumo de algún tipo de estupefacientes; que frecuentemente propicia en los jóvenes cierta rebeldía ante la sociedad, que se maneja el oscurantismo, que es sexista y misógino y muchos más calificativos negativos que le dan a este género musical. (Dunn, 2005)

Sin embargo el *heavy metal* como todo tipo de música, entre otras cosas, es un generador de comunicación y de identidades, por tanto en el caso de los jóvenes que asisten al Tianguis Cultural del Chopo y lo escuchan, dan pie a los siguientes cuestionamientos que llevaron a concretar las preguntas de investigación, por tanto ¿los jóvenes simplemente manifiestan un gusto? o ¿comunican su gusto musical a través del significado que le dan y lo exteriorizan en los grupos sociales con los que se involucran e identifican? o bien ¿Cuáles son los aspectos y de qué manera las personas que escuchan esta corriente musical y las que asisten al Tianguis del Chopo se sientan identificadas?

Teniendo de parámetro las preguntas anteriores, esta investigación comenzará con la construcción de algunas preguntas, partiendo de una general que ahondará en analizar de qué manera se construye la identidad de los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis Cultural del Chopo a través del consumo cultural del *heavy metal*.

Posteriormente se desarrolló en el capítulo dos el marco contextual - histórico para conocer los antecedentes del *heavy* y del ámbito cultural en que se realizó el estudio, después en el capítulo tres se analizaron investigaciones que tuvieron relación con el tema investigado, seguidamente en el capítulo cuatro se expondrá el sustento teórico, el cual abordará conceptos como son la cultura, identidad, consumo cultural, culturas juveniles, contracultura, la música como acto comunicativo, basados en los sustentos teóricos de autores como Nestor Canclini , Stuart Hall, Carles Feixa, Paul Watzlawick entre otros, para argumentar la investigación.

En el capítulo cinco se abordará lo referente a la metodología haciendo una descripción de la metodología cualitativa, explicando las técnicas de recopilación de datos que fueron la observación y entrevistas a jóvenes que acuden al Tianguis Cultural del Chopo, para que a través de sus respuestas en el capítulo seis permitió realizar el análisis de los datos obtenidos de las mismas lo que finalmente abrió paso a plantear en el capítulo siete las conclusiones.

## Capítulo I. Planteamiento del problema

Desde el surgimiento del *heavy metal* en los años setentas (Christe, 2005) causó diversas opiniones en el público, como que dicha música manifestaba obscenidades, satanismo y era un mal modelo a seguir para los jóvenes; para mediados de los años ochentas donde el metal se encontraba en su apogeo, la apreciación sobre esta música por parte de diversa gente que no tenía el gusto por el metal era radical, sin embargo del otro lado de la opinión, estaban los jóvenes (en su mayoría) y algunos adultos que aceptaban y elogiaban a diversas bandas que interpretaban dicha puesta musical. Éstos denotaban un consumo del *heavy* en diversos aspectos como verlos vestidos de negro, de mezclilla, con su cabello largo, con perforaciones, con diversos accesorios, que adornaban sus brazos, el cuello o parte de la vestimenta, como pulseras, cadenas, estoperoles o parches con algún logo de una banda. Todos estos aspectos eran la representación e identificación de un metalero y parte de comunicar a los demás quiénes son.

Así el *heavy metal* durante gran parte de su historia, fue catalogado como algo que no era bueno para los jóvenes, fue estereotipado, estigmatizado de ser profano, de no ser para personas refinadas, era repulsivo, peligroso y totalmente falto de moral (Dunn, 2005), pero las chavas y chavos que gustaban del metal (y que lo defendían frente a las posturas negativas por parte de muchas personas) se sentían identificados con dicho género, además que se escudriñaba como algo contracultural y por consecuencia en la mayoría de los que consumían esta música era parte del forjamiento de su identidad.

Con el paso de los años parecería que aquellas ideas negativas por parte de las personas que no aceptaban el metal se han ido disipando, sin embargo aún se sigue manifestando por diversos individuos una idea negativa hacia el *heavy*, y a la vez y no se visualiza en demasía como hace años ver a los jóvenes con esas características tan marcadas que hacían alusión a identificar al metalero, pareciendo que su impacto en los chavos y chavas a disminuido; sin embargo, ¿realmente en la actualidad el *heavy metal* ya no tiene el mismo impacto en los jóvenes y por tal motivo su consumo es menor? o simplemente ¿con el tiempo ese proceso social ha ido cambiando y por tanto ya no es tan visible dicho fenómeno? Ahora como se mencionó anteriormente es raro ver por las calles como antes a los jóvenes con la fachada que caracterizaba al metalero, sólo se les ve en lugares en el que

el contexto del metal se expone de una manera homogénea; es decir que el *heavy metal* es visto y aceptado, tal lugar como ejemplo es el Tianguis Cultural del Chopo de la Ciudad de México.

A continuación se muestra la pregunta de investigación.

## **1.1 Construcción del objeto de estudio**

### **1.1.2 Pregunta de investigación General**

¿De qué manera se construye la identidad de los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis Cultural el Chopo a través del consumo cultural del *heavy metal*?

#### **Preguntas de investigación particulares**

¿Cuáles son los elementos del *heavy metal* con los que se identifican los jóvenes que asisten al Tianguis Cultural el Chopo?

¿Qué atributos físicos (atuendo o fachada) caracterizan a los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis Cultural el Chopo y que escuchan *heavy metal*?

¿Qué elementos caracterizan al Tianguis Cultural el Chopo para que los metaleros acudan a éste?

¿Qué tipo de metal consumen más los jóvenes (internacional o nacional) y cuáles son los factores que influyen para que los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis el Chopo tengan mayor consumo de uno sobre el otro.

¿El *heavy metal* para los jóvenes metaleros es una expresión contracultural?

¿De qué manera la música del género *heavy metal* genera comunicación entre los jóvenes metaleros para que éstos la consuman?

## **1.2 Objetivo general**

Analizar de qué manera se construye la identidad de los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis Cultural del Chopo a través del consumo cultural del *heavy metal*

### **Objetivos particulares**

- Conocer cuáles son los elementos del *heavy metal* con los que se identifican los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis cultural el Chopo
- Identificar qué atributos físicos (atuendo o fachada) caracterizan a los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis cultural el Chopo y que escuchan *heavy metal*.
- Describir qué elementos caracterizan al Tianguis Cultural el Chopo para que los jóvenes metaleros acudan a éste.
- Conocer qué tipo de metal consumen más los jóvenes (internacional o nacional) y cuáles son los factores que influyen para que los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis el Chopo tengan mayor consumo de uno sobre el otro.
- Explicar si es o no es el *heavy metal* para los jóvenes metaleros una expresión contracultural
- Conocer de qué manera la música del género *heavy metal* genera comunicación entre los jóvenes metaleros para que éstos la consuman.

## **1.3 Supuesto**

Los jóvenes metaleros al asistir al Tianguis Cultural del Chopo se sienten identificados con las características propias del lugar y con las personas que acuden, porque eso les permite vivir un contexto en el cual los hace sentirse participes dentro de la escena del *heavy*. El consumo cultural de dicho género musical y los objetos característicos de este implican la construcción de una esencia identitaria la cual los jóvenes mediante éstos lo proyectan ante el mundo como una representación contracultural.

#### **1.4 Justificación social**

El *heavy metal* representa un género musical el cuál no es bien visto por algunas personas, ya sean jóvenes, adultos o mayores de edad. El *heavy metal* ha sido rechazado desde un ámbito de prejuicios y estereotipos, porque se tiene un desconocimiento hacia el origen y temáticas que aborda dicho género por lo que se convierte en una música que es juzgada (por las personas que desconocen de ésta) por la primer impresión que denota más allá de un gusto musical, además que por no ser un género que se escuche en cualquier lugar por donde transite y circule las personas, al ser escuchado se presta para el rechazo de las mismas; sin embargo existen personas que tienen una opinión totalmente diferente, que tienen un gusto y fascinación por el *heavy metal*, que lo defienden desde su gusto musical y contextual.

Esta investigación se centrará en por qué los jóvenes que consumen esta música se identifican y genera en ellos una identidad que se permea al volverse parte de su vida cotidiana, y que así la sociedad pueda tener una concepción diferente del por qué las jóvenes que escuchan *heavy metal* y asisten al Tianguis Cultural el Chopo presentan aspectos que son vistos como diferenciadores y qué es lo que realmente comunican; aunado a esto tiene la finalidad de que las personas que gustan de este género musical tengan una perspectiva quizá diferente a las que ellos tienen del por qué lo consumen y por qué se identifican con ello.

#### **1.5 Justificación académica**

La música representa un acto comunicativo a través del cual las personas se manifiestan casi diario, sino es que diario. El *heavy metal* es un género que sin duda alguna construye una identidad y un consumo cultural. En este marco es importante esta investigación porque se dará una explicación sobre por qué los jóvenes que les gusta dicho género lo consumen y a su vez cómo es que se construye una identidad en ellos mismos, partiendo de la idea que la identidad es un aspecto que diferencia a un individuo de otro.

Este tema aportará datos y abrirá nuevas puertas de conocimiento sobre el proceso del consumo e identidad que manifiestan los jóvenes que escuchan dicho género y asisten al Chopo y a su vez que la investigación sea comprendida cómo un proceso sociocultural.

Se pretende que la investigación quede como un antecedente para aquellos que estén interesados en consultar la información que se genere en este trabajo, para dar pie a otras posibles investigaciones, donde se conozca el por qué los jóvenes consumen el género musical *heavy metal* y de qué manera se va construyendo una identidad en ellos al consumir dicha música.

### **1.6 Justificación personal**

La comunicación es un proceso que a lo largo del tiempo ha presentado un amplio desarrollo, por lo que es considerado un acontecimiento de gran trascendencia social.

Para mí el *heavy metal* es un insumo comunicativo por el cual puedo manifestar diversos sentires, desde una tranquilidad, hasta una exaltación, es una forma de liberación tanto mental como física.

El gusto por el *heavy metal* despertó en mí cuando tenía 14 años, fue mi primo quien me lo enseñó y desde ese momento trajo a mí diversas preguntas, debido a que mis familiares y amigos decían que esa música era para locos, para gente que no tiene metas ni objetivos en la vida, para individuos que sólo gustan del alcohol y el consumo de las drogas, sin embargo no tomé importancia a lo que pregonaban y seguí escuchándolo y adentrándome cada vez más en el mundo del *heavy metal*.

Con el paso del tiempo fui conociendo a personas que tenían el mismo gusto musical y me percaté que no manifestaban lo que mis amigos, amigas y familiares exteriorizaban de dicha música, y hoy en día sigo conociendo a hombres y mujeres que tienen un enorme gusto por dicho género y no presentan aspectos como ser alcohólicos, drogadictos, locos, etc, sino que simplemente exponen su seguimiento musical a través de atributos, ya sea en la forma de vestir, expresarse o actuar, pero mostrando sólo una identificación con el *heavy metal*.

Esta investigación tiene el propósito de conocer un panorama y una visión distinta del por qué los jóvenes consumen este género musical y cómo es que genera en ellos una identidad, para así poder tener una concepción quizás diferente de la que tienen otras personas que comparten un gusto y admiración por la misma música.

El *heavy metal* es un sistema de expresión no sólo musical sino a su vez verbal y corporal que transmite diversas emociones y cómo éstas pueden ser manifestadas en diversos contextos sociales y culturales a través del forjamiento e identificación que adopta cada individuo que gusta de este género musical.

## Capítulo II. Estado del arte

Este apartado abordará investigaciones que se han realizado sobre el *heavy metal*. Cabe mencionar que dentro de las tesis revisadas no se encontraron suficientes fuentes de México que hablen del metal, sin embargo existen investigaciones relacionadas con dicho género musical en Latinoamérica, las cuales serán expuestas con la finalidad de tener un panorama un poco más abierto de los estudios que se han realizado sobre el *heavy metal* y como éstos permiten comprender ha dicho género desde la comunicación, su consumo y la identidad.

Los estudios que se adentran en el *heavy metal*, se basan en aportaciones sobresalientes que son inherentes a la comunicación, medios de comunicación, consumo cultural, identidad social y Estudios culturales, produciendo aportaciones que permitan tener un esclarecimiento en relación del *heavy metal* con respecto a la comunicación y cultura.

En esta parte de la investigación en primera instancia se mostrarán los estudios del *heavy metal*, a través de los medios de comunicación, posteriormente el *heavy* como una identidad y su consumo cultural.

### 2.1 Comunicación y consumo del *Heavy metal*

La investigación realizada por María Victoria Casado Pérez, “Evolución de la simbología utilizada en la comunicación publicitaria del *hard rock* al metal y su relación con el entorno social” (Tesis doctoral) se basa en la comunicación publicitaria, la semiótica y qué relación manifiesta en el entorno social. Aborda la explicación de cómo surgieron diversos subgéneros del metal, entre ellos el *heavy metal* el cual es el de mí interés.

Considero que esta investigación de la autora María Casado es relevante ya que explica las características musicales del *heavy metal*, insumo que me ayudará para saber si los jóvenes que gustan de éste género musical y asisten al Tianguis Cultural el Chopo de la CDMX se dan cuenta de tales características, además que la autora busca comprender el concepto de cultura desde el género musical metal y como lo mediático influye en el éxito de este género:

Teniendo en cuenta que la influencia mediática a través de los canales habituales de comunicación es escasa, consideramos este estilo musical un ejemplo de éxito comercial, que ha trascendido a las modas y se ha convertido en una estructura cultural limitada y con aires de exclusividad, por lo que, de tener un origen cultural de “clase desfavorecida o marginal”, ha pasado a convertirse en la música escuchada por una amplia variedad de personas. (Casado/ s/a)

Así lo mediático es fundamental porque influye en varias personas a las que les llega propicia que lo escuchen, que gusten del género y a su vez va cimentando una plataforma cultural.

La siguiente investigación la considero relevante, debido a que está enfocada en el Tianguis Cultural el Chopo, lugar que, será el campo de estudio a analizar al que los jóvenes metaleros acuden a consumir el *heavy metal*.

Esta investigación realizada por Franco Oropeza Casares, “ Análisis del consumo de medios de comunicación de las doce tribus subterráneas del tianguis cultural del chopo” (Tesis de Licenciatura) el autor de una forma cuantitativa busca saber cuál es el mayor consumo de medios de comunicación de las tribus subterráneas entendiendo esto como: “al espacio ocupado que le permite la oposición simbólica de un “fuera y de un “dentro que ayuda a la reconstrucción de una identidad, creando dos: la propia y la ajena” (Jose, Weinstein, 1990;22; citado en Coronado, 2006).

Estos grupos culturales han sobrevivido a las marginaciones y han enfrentado a la sociedad que los rechaza. Esta investigación está basada en el metal cristiano, (subgénero del metal) a su aparición, al desarrollo que ha tenido y la adaptación a dicho género musical por parte de estas tribus que los conlleva a sentirse identificados y la manera en que lo manifiestan desde una contracultura en contra de una hegemonía que los subalterniza y hacen menos. Así van construyendo una identidad y su manifiesto cultural.

La metodología que se usa en esta investigación es cuantitativa, la cual busca saber qué medios de comunicación son los más consumidos por parte de los jóvenes subalternos, los cuales se usan para la difusión del metal cristiano.

Por otra parte la investigación de Fernando Galicia Poblet , “El *heavy metal* en España, 1978-1985: fases de formación, cristalización y crecimiento”. El autor se interesa en cómo es que el *Heavy Metal* en España y cómo va cobrando fuerza y gusto por parte de las personas durante su aparición hasta mediados de los años ochentas.

El autor se da cuenta de que las investigaciones acerca de este género musical en su país no son substanciosas para esclarecer las características que manifiesta dicho género y cómo es que ha sido marginado. Es precisamente esa marginación lo que orilla al autor a preguntarse si los medios de comunicación españoles tienen una relación por la que el *heavy metal* es estigmatizado, marginado y rechazado, si este género establece una política cultural y de qué forma es adaptado por las personas que gustan de esta música.

Fernando Galicia considera que:

Es necesario comprender bien su origen: de dónde viene, cuáles son sus principales influencias y antecedentes, y qué elementos, musicales y extra musicales, son los que contribuyen a dotarle de su idiosincrasia particular. Al igual que el resto de estilos englobados dentro de lo que se denomina música popular urbana, el heavy metal tiene una componente social de vital importancia a la hora de analizar su nacimiento y evolución...(Galicia, 2016)

Esta investigación es relevante para tener una analogía de cómo llega a este país el *heavy metal*, cómo evoluciona y de qué forma se adentra en las personas de este país. Con esta investigación se puede comparar si su llegada a México es de forma similar y cómo va cobrando fuerza en los metaleros de la CDMX.

## **2.2 La música como construcción de identidad**

La investigación de José María Rendón Ortiz, “La música como formadora de identidad en los *skinheads*. El caso de cinco *skinheads* de la ciudad de México”.

El autor cita a Reguillo, manifestando que la juventud es:

Una categoría construida culturalmente, los límites y comportamientos de lo juvenil, están determinados por el contexto socio histórico. Se tiene la necesidad de interactuar con otros jóvenes y formar grupos, Sanchez y Cesare (2005), mencionan que son sujetos o grupos homogéneos, que muestran exageradamente los aspectos expresivos y simbólicos de los grupos, produciendo con estos figuras estereotipadas. (Reguillo, 2003; citado en Rendón, 2015)

Partiendo de lo anterior María Rendón retomando, manifestó que la identidad se construye bajo estos grupos sociales y la identidad se convierte en algo propio lo cual diferencia un individuo de otro.

La investigación se concentra en comprender de qué manera se construye la identidad de cinco jóvenes que se ven envueltos en la subcultura llamada *Skinhead*, a partir de saber si la música es un factor individual o colectivo; en lo que posteriormente concluyó que efectivamente la música influyó en la identidad de los *Skinheads*, debido a que se hicieron pertenecientes a un grupo social que comparte los mismos gustos similares musicales o cualquier aspecto que se asemeje a compartir la cultura en dicho contexto en el cual se fueron adentrando.

Esta investigación es preeminente debido a que el autor maneja el concepto de identidad, aspecto que abordaré en mi investigación.

El estudio de Erika Arias Franco, “Las identidades juveniles urbanas ante la industria cultural: el consumo de música independiente”, la autora manifiesta que para entender el consumo de la música por parte de los jóvenes, se tiene que interpretar a través de la historia, de qué manera se van manifestando estos cambios y quienes contribuyen para reflejar las expresiones sociales e individuales.

La investigación analiza las industrias culturales como un reflejo que se proyecta en las sociedades a través de una transformación en el consumo musical y por ende la construcción de identidades.

Dicha investigación es importante porque la autora proyecta desde una construcción cultural con base a las industrias culturales, a la comercialización, al consumo, a la

identidad juvenil que se va arraigando debido a la influencia de lo anteriormente mencionado y de qué manera la música es el factor principal para que los jóvenes se forjen una identidad.

Siguiendo con la línea de investigación de la identidad a través de la música, Jimmy Junior Coronado Vallejos en su investigación llamada, “La influencia de la expresión musical *rockera* en la construcción de la identidad cultural de los integrantes de tribus urbanas en la ciudad de la paz”, argumenta que debido a la globalización se ha creado un grupo social el cual se denomina tribu urbana (la cual en el caso de Bolivia), los jóvenes son marginados y estereotipados debido a su gusto por este género musical (*rock*).

La investigación hace referencia a que los jóvenes que se integran a las denominadas tribus urbanas, lo hacen por desprecio, soledad, etc, con lo cual se sienten identificados y así crean una identidad. El autor busca investigar el por qué de esa identificación, si las letras de dicho género, genera en ellos una ideología propensa a que adopten cierto gusto e identidad y cómo los medios de comunicación contribuyen en la repartición de este consumo musical.

La investigación contribuirá a la presente porque como se ha mencionado anteriormente la identidad se va construyendo y forjando por medio de las aproximaciones que tienen los jóvenes con otros debido a la situación contextual en la que se encuentran y a su vez de qué forma lo manifiestan, claro! Visualizado desde este país.

### **2.3 La influencia del *heavy metal* como construcción de identidad**

La música es un medio de expresión por el cual las personas manifiestan sentimientos y a su vez la arraigan como un sistema de identificación. (Morales, 2014)

Fabiola Morales López en su investigación, “Influencia de la música metal en los jóvenes” argumenta que mediante el *heavy metal*, plantea describir los procesos de identidad que tienen los jóvenes a través de este género.

La autora comenta que adquiere importancia en la comunicación “debido a que los temas juveniles que incluyen al *rock* y sus personajes son apreciados desde la exterioridad; además los imaginarios sociales, emocionales e intelectuales de los jóvenes han ido adquiriendo peso en una construcción ideológica que puede evidenciarse en sus maneras de actuar ante la sociedad.” (Morales, 2014)

El *heavy metal* tiene que ser entendido desde su historia y no desde su denotación exterior. Los jóvenes que se identifican con este género se desenvuelven en un ámbito social que es inherente a sus preferencias y gustos, por lo que su forma de ser radica en el contexto que está ligado a su primacía.

La autora Fabiola Morales utiliza una metodología de forma descriptiva cualitativa, la cual le permitió visualizar que el metal es un movimiento cultural que existe dentro de la sociedad y que a su vez refleja una identidad de los que escuchan este género musical.

Siguiendo con la misma línea de investigación, la aportación de Rafael Corrales Ulate, “Camisetas negras, una expresión alternativa: estudio sobre el movimiento metalero urbano en Costa Rica”, comprende el estudio del metal a través de la poca comprensión que tienen las personas acerca de este género musical en Costa Rica. El metal es estereotipado y que de cierta manera influye a que las personas que lo escuchan, consuman alcohol, drogas y los lleve a ciertos excesos, asumiendo que esta música es satánica.

El objetivo de esta investigación es comprender cómo los metaleros elaboran procesos constitutivos de identidad en relación a la mirada ajena de la sociedad oficial en correspondencia a sus prácticas y estética particular, analizando los procesos que dan origen al movimiento metalero en dicho país.

La metodología que usa el autor es de manera cualitativa, realizando entrevistas a dieciséis personas. “A través de esta técnica se logró conocer la opinión de las personas involucradas dentro del colectivo metal para así establecer con claridad las cuestiones que caracterizan al oyente metalero común, a saber, su identidad, su estética, su simbología y la percepción respecto al otro ajeno al grupo.” (Corrales, 2011)

Esta tesis resulta relevante debido a que el autor, aborda las características por las cuales las personas que gustan del metal, se identifican con él y la forma en que manifiestan ése gusto es a través de formarse una identidad por medio de diferentes rubros, desde su estética hasta lo que los distingue de otros grupos sociales.

Por otra parte para sentirse identificado con el *heavy metal* como con cualquier género musical, es importante la interpretación de las letras de las canciones, cabe mencionar que cada persona las interpreta desde su subjetividad.

Oscar Salvador Miyamoto Gómez en su investigación, “Significación y trascendencias textuales del *heavy metal*”, expresa que, la música, las letras de las canciones y el signo visual, son parte de la construcción de la creación de la música del heavy metal. El autor Salvado Oscar, se enfoca en estos rubros de signo lingüístico, los iconos y el sonido, desde un análisis para entender el significado y estructura que tienen las canciones del heavy metal.

La investigación aborda la comprensión del sentido cultural del *heavy metal*, a través de una disciplina interdisciplinaria, (lingüística, musicología, sociología y comunicación). Esta investigación, orienta a tener una visión del heavy metal desde un estudio semiótico, para que las personas tengan una perspectiva desde otro ángulo de este género musical.

En sus conclusiones el autor argumenta lo siguiente:

El *heavy* no deviene tal por pertenecer a ciertas tradiciones o tratar tales temas, sino del cómo dichos elementos significan e infundan un sentido cultural a sus textos cuyo eje es la universalidad de los arquetipos y la forma oposicional en que los humanos estructuramos nuestro pensamiento; siendo dichos eternos específicos convergencias necesarias para tal fin. (Salvador, 2011)

Por tanto desde la premisa de Oscar Salvador se establecer que el *heavy metal* es una construcción de diversos gustos, pensamientos y actitudes propias de cada individuo que lo llevan a interpretarlo desde lo que significa para cada uno.

Por otra parte dentro del *heavy metal* hay subgéneros que no son del agrado de otros metaleros por lo que se excluyen de esa identidad que los diferencia de los demás

metaleros, constatando que entre los mismos metaleros existen distinciones, rechazos o marginación.

Tales distinciones, rechazos o marginación de ciertos grupos sociales de metaleros respecto a otros, es lo que se puede analizar a manera de analogía en la investigación de Ana Laura Pérez Juan, “En memoria de su extinta malignad, amo de las marionetas. *Heavy metal*, su público mexicano y la palabra *poser*. La autora hace alusión a la forma en que es visto el *heavy metal* en nuestro país, cómo existen metaleros que rechazan el metal de México y a través de la palabra “*poser*” designan a alguien como una persona que no entra en el contexto del *heavy metal*, por lo cual esa persona va construyendo una identidad.

La investigación se basa en un recuento de los iconos del *heavy metal*, posteriormente de cómo el *heavy metal* mexicano no es una industria rentable y por qué no es del gusto de las personas que tachan al metal mexicano de música mala.

La autora lleva una investigación metodológica a través de entrevistas en las cuales se informa de cómo las mujeres se acercaron a este género musical y cuál es su opinión de la misma y por último de qué manera los medios de comunicación dan apertura al *heavy metal* mexicano.

Considero que el *heavy metal* sea el mexicano o el extranjero, es rechazado por ciertas personas o grupos de individuos, de acuerdo a los propios gustos o intereses relacionados con los significados asignados de cada persona, al grupo social al que se sientan pertenecientes viendo a otro grupo como si fuera diferente a ellos, por ende los individuos manifiestan cierta identidad.

#### **2.4 La música, *heavy metal* desde su consumo y cultura**

Esta línea de investigación conlleva a analizar el género *heavy metal* desde su consumo cultural.

La investigación por parte de la autora, Idalí Francia Anabel Terrazas Bañales, “Estudios hábitos de consumo cultural y musical en estudiantes de la Universidad Autónoma de

Chihuahua (México)”, en un principio menciona el concepto de cultura como una definición de diversas formas, las cuales van adquiriendo ciertos significados que las personas o grupos sociales les dan, por ende el consumo cultural y musical se manifiestan a partir de las significaciones, de los gustos, de la identificación, de costumbres, valores y tradiciones los cuales van relacionados directamente con los jóvenes.

La autora citando a otros autores menciona que “el consumo cultural se diferencia por grupos y sectores sociales y está condicionado por los aspectos simbólicos e ideológicos relacionados con una sociedad determinada” (Dittmar, 2008 y Jurgenson, 2010; citados en Terrazas et al., 2014) de esta forma las personas se van identificando y se van forjando una identidad con base a las mismas características que presenta su núcleo social.

Esta investigación es relevante porque la autora plasma el consumo cultural que los jóvenes manifiestan a través de la música, los jóvenes se identifican y arraigan una identidad debido a su gusto que tienen en común con otras personas.

La metodología que usa la autora es de tipo empírica-analítico, de forma exploratoria y descriptiva. Se realizaron encuestas a 607 estudiantes para medir los hábitos de consumo que tiene los jóvenes de la música.

El *rock* es una pieza fundamental para la formación y aparición del *Heavy Metal*, considero que la investigación realizada por las dos autoras, Emilia Bermúdez, Eliana Crespo, “*Rock, consumo cultural e identidades juveniles. (Un estudio sobre las bandas de rock en Maracaibo)*”, tiene relación con mi tema debido a que su objetivo es mostrar la manera en que los jóvenes de Maracaibo (Venezuela) a través del consumo cultural van construyendo una identidad mediante el contexto en el que viven.

La investigación se basa en la observación del ámbito de los jóvenes en conjunto en los *malls* “sus formas particulares de vestirse y de utilizar algunos accesorios, la forma de peinarse y todo lo que para ellos esto significa” (Bermúdez y Crespo, 2005).

Los jóvenes se sienten identificados debido a la misma similitud en cuanto a vestimenta y gusto musical, se sienten en un ambiente de confort debido a que su contexto representa una inmanencia de su ser.

Las autoras comentan:

La observación de las prácticas culturales y de los recorridos de estos jóvenes a través de la ciudad nos convencieron de la importancia que esto tiene en la comprensión del imaginario urbano, de las identidades juveniles y de la necesidad de estudiar los procesos de construcción de identidades, para contribuir a entender las prácticas culturales juveniles, cuestionando la visión estereotipada que de ellos predomina en las visiones tradicionales sobre juventud, tanto en el sentido común como en el ámbito académico y político. (Bermúdez y Crespo, 2005).

Mediante la observación, las autoras interpretaron que los jóvenes tienden a ser estereotipados, que predomina más lo tradicional y se deja de fuera esa construcción que los jóvenes van teniendo debido a su participación e integración dentro de su contexto social, basado en un gusto musical.

La investigación de René Javier Muñoz Vélez, “En el más allá: un estudio de la música y cultura metalera en Tijuana

Esta investigación abarca las dimensiones de la música y cómo se relaciona con el individuo, cómo se va construyendo su identificación con el metal y de qué manera los plasma en el rubro comunicativo.

El autor hace referencia a que la música no es sólo saber tocarla, sino el significado que las personas le van dando al escucharla y claro para los que la tocan. Esta investigación se basa en la expresión de los metaleros en un mismo ámbito en el cual se expresan, conviven, donde crean lo que quieren transmitir, “este trabajo busca establecer aquellas características distintivas que lo reúnen y a la vez separan, que lo identifican y a la vez distinguen.” (Muñoz, 2010)

La investigación busca estudiar la relación entre música e identificación, la música como formación cultural y la identificación como la construcción social de comunicación.

La metodología que usa el autor es por medio de observación, de entrevistas y análisis de documentos para identificar los diversos puntos de vista de cada persona y cómo se desenvuelven en un contexto grupal.

De todas las investigaciones mencionadas, considero que esta es la más relevante debido a que tiene gran parecido a mi tema de investigación.

Fernando David Salazar Franco mediante investigación, “El *heavy metal* como práctica y consumo cultural en los jóvenes del Distrito Federal”, se basa en la manera en que los jóvenes consumen el *heavy metal* y como lo hacen, como van identificándose con el género y la forma de manifestarlo.

También hace mención a que la música que se consume proviene de Europa y Estados Unidos y hace una distinción en cuanto a que el metal de México no es consumido como lo es el occidente y del Norte de América. Enfatiza en que los jóvenes cómo hacen para enterarse de los conciertos si los medios no contribuyen al apoyo de difusión de éste género musical.

Su investigación se apoya en autores como García Canclini para abordar el consumo cultural, en Rossana Reguillo mediante sus temas de los jóvenes y los procesos que establecen una identidad en los mismos.

Realiza una investigación desde la propuesta de los Estudios Culturales para analizar diferentes aspectos que llevan a los jóvenes a consumir este tipo de música.

Se adentra en el origen del *heavy metal*, cómo llega a México, en ese entonces Distrito Federal y de qué forma los medios son partícipes en su distribución.

Para su metodología de investigación, realizó entrevistas, etnografía y las definiciones de técnicas de investigación para analizar la información empírica.

La siguiente investigación considero que es de relevancia ya que el autor utiliza el concepto de contracultura, terminó el cual abordaré más adelante en el marco teórico, por ende se hace alusión a esta investigación.

Maximiliano Sánchez Mondaca en su estudio de, “*Thrash metal: del sonido al contenido*” (Tesis Licenciatura), habla de la forma en que los jóvenes de Chile adoptaron el gusto por el Trash metal (subgénero del *Heavy Metal*) a partir de los problemas políticos y la manera en que los jóvenes enfrentaron esa situación.

Su investigación se basa en el concepto de contracultura como forma de pensamiento que adquieren los jóvenes al atravesar por una dictadura y de qué forma adoptan esa manifestación musical, “la contracultura *Thrash Metal* en Chile en un contexto de dictadura donde la represión policial, la censura a los medios de comunicación y la exacerbada estigmatización por parte de la sociedad adulta hacia las nacientes sub-culturas juveniles” (Sánchez, 2007)

Maximiliano Sánchez argumenta que los medios de comunicación funcionan como un sistema enriquecedor el cual sirve de insumo para que los jóvenes puedan acceder a esos contenidos musicales, sin embargo esos medios, contribuyen a no tener un claro panorama de la situación socio política del país. El trash metal como fenómeno contracultural, ayuda a los jóvenes a que se interesen por los aspectos culturales y sean activos en su realizar diario.

La metodología utilizada por Sánchez de manera cualitativa, exploratoria – descriptiva, fungió para identificar los factores que inciden en la gestación del *Thrash* como contracultura.

Esta investigación manifiesta la manera en que los jóvenes toman un gusto por el *trash metal* y que ideología se van forjando, además que, aborda la explicación de cómo llegó ese género musical a su país y el termino de contracultura.

## Capítulo III. Marco histórico – contextual

Este apartado es relevante para entender el contexto y proceso histórico de esta investigación. En primera instancia conocer de manera breve la historia del *heavy metal*, después cómo se da este género musical en México, conocer la historia del espacio en que se centrará este estudio, el cual se efectuará en el Tianguis del Chopo de la Ciudad de México y conocer cómo es su contexto a la fecha.

### 3.1 Heavy metal como género

El *heavy metal* va más allá de ser un género musical el cual se proyecta mediante ruidos estruendosos, acordes, liras resonantes y sonidos que estremecen los sentidos. Si bien no hay un argumento fijo que establezca esta música como algo en específico, se tiene que hacer alusión a que es un paradigma controversial que puede verse desde una ramificación de aspectos que engloban aspectos culturales e identitarios, que pueden ser bien vistos o no por muchas personas, pero que marca el gusto e identificación de varios grupos sociales en distintas partes del mundo.

El *heavy metal* marca un gusto en sus seguidores a partir de su puesta en escena en los años setenta, una época en la cual de forma paralela se manifestaban diversos movimientos sociales en los cuales levantaban las manos el pacifismo, el feminismo, el ecologismo, los movimientos estudiantiles, el antirracismo, cada uno con sus diferentes posturas para lograr sus ideales y objetivos, pues el metal se postulaba para ser un género que también quería manifestarse y alcanzar un objetivo.

El *heavy metal* o simplemente metal es un género musical que para muchas personas es solo ruido, pero es un estilo que posee su propio código y sus propias reglas que le permiten al oyente identificar y clasificar si determinada pieza musical, álbum, banda o desempeño en el escenario cabe dentro de la categoría de metal. (Weinstein, 1991: s/p. citado en Corrales, 2011: 39).

El estilo que marca el metal y con el cual las personas que gustan de él se identifican, es la manera de manifestarse mediante el adjudicamiento de las ideas y pensamientos que le transmite dicha música y que por tanto los lleva a establecer sus propios códigos.

El metal maneja sus códigos, desde su música, letras, la vestimenta, accesorios y todo insumo que permite la empatía con sus seguidores, pero sin ser algo obligatorio, sino que cada individuo sea libre de sentirse exento de expresarse siguiendo o no estos códigos. Un código en particular del metal es sin duda sus sonidos metálicos, que lo hacen como un identificador en el contexto musical.

El *heavy metal* para que sea identificado como tal, “hay que reconocerle algo más allá que su categoría de mercadeo; el *metal* tiene un sonido distintivo. Posee un conjunto de significados verbales y visuales que se ven alimentados por sus propios artistas, sus oyentes y mediadores que ayudan en su construcción”. (Weinstein, 1991: s/p. citado en Corrales, 2011: 39).

Esta música es en sí una forma de expresión en todo sentido, desde la manifestación de las propias bandas de tocar y llevar el metal a sus seguidores hasta donde sus invenciones les pueda otorgar, ya sea en la vestimenta o fachada que presentan en los conciertos o en las portadas de los cd's. Por ejemplo las ocurrencias de Alice Cooper de mostrarse mediante el maquillaje como alguien atemorizante, una figura que represente lo que no es permitido, lo que no está establecido por el sistema, que rompa con todo estándar legítimo, así mismo *Kiss*, un grupo integrado por cuatro, representados con maquillaje en todo su rostro, lo que los hace característicos de una originalidad e identidad propia, o como la vestimenta de Rob Halford, vocalista de Judas Priest con su singular vestimenta que parecería que incitaba a los jóvenes a un ámbito de sexualidad y drogas, aspecto que en su momento la gente lo llegó a pensar; y así muchos personajes y grupos con su particularidad que en marca un estilo que está rodeado de estereotipos y prejuicios, pero que a pesar de todo eso, el *heavy metal* mediante las bandas y los seguidores rompen con todos esas ideas y se mantienen firmes en su gusto en todo contexto de éste género musical.

“Como lo sostiene Weinstein (1991), el metal llámese en español simplemente *heavy*, *heavy metal* o *rock pesado*, es una música que genera a su alrededor comunidad y solidaridad entre sus seguidores, al mismo tiempo que manda un mensaje inequívoco a sus detractores”. (Rodríguez, s/a: 100)

### **3.2 Breve historia del *Heavy Metal***

Para poder saber de dónde surgió el *Heavy Metal*, se tiene que retroceder a sus fuentes primarias que hicieron posible su aparición, tal es el caso del *Blues*, *Rock* y posteriormente *Rock and Roll*.

Con raíces en el *blues* y *rock*, las bandas que crearon el metal pesado desarrollaron una música, por así llamarle, pesada, centrados en sonidos de guitarras y tambores caracterizados por el uso de la distorsión altamente amplificada y solos de guitarra rápidos.

El *rock* que surgió de las influencias de la música negra americana, fue un símbolo de rebeldía por parte de los jóvenes como fuente principal de oposición social. “El crecimiento demográfico que sufrió la juventud en los años sesenta posibilitó que el rock naciese en el seno de la música popular masiva y, al mismo tiempo, que se organizase en torno a una postura de oposición a la cultura de masas. (Frith, Straw y Street, 2006, p. 176; como se cita en Casado et al., s/a).

Para conocer el *heavy metal*, se tiene que visualizar que, desde el *rock* como corriente musical precursora a éste, los jóvenes lo asumían y manifestaban como un signo de oposición hacia aspectos con los que no concordaban.

Por lo tanto el *Heavy Metal* o Metal Pesado, es un género que se nutre y adjunta elementos del *rock* y del *blues*, del *rock and roll* de los años 60 dependiendo del grupo y subgénero, con una manifestación de oposición hacia la cultura de masas.

El *heavy metal* nació en los años setenta, como mayores representantes y primeros estandartes de su origen, muchas personas consideran que fueron *Deep Purple*, *Led Zepellin* y *Black Sabbath*, adjudicándole a *Sabbath* como el primer exponente de éste

género musical. Sin embargo en el documental de Sam Dunn<sup>1</sup>, *Metal: A Headbanger's Journey*<sup>2</sup>, Geddy Lee<sup>3</sup> (Rush) comenta que si uno quiere investigar sobre las primeras bandas y creación del *heavy metal*, debe remontarse al grupo *Blue Cheer*, debido a que ellos fueron un trío el cual fue el más ruidoso y metálico de su tiempo, mientras que Leemy Kilmister<sup>4</sup>, le adjudica a *Deep Purple* el primer grupo en tocar *heavy metal*, por ser los primeros en tener una puesta en escena, y así cada símbolo de los grupos musicales de dicha corriente dan su opinión de donde se puede establecer que surgió el *heavy metal*, dejando claro que no hay una versión que de veracidad al nacimiento de dicho género; aunque la mayoría de los grupos musicales dentro de este contexto musical (*Cannibal Corpse*, *Lamb of God*, *Rob Zombie*, *Iron Maiden*, *Judas Priest*, etc) establecen que sin duda alguna *Black Sabbath*<sup>5</sup> es el pionero del *heavy metal*.

### 3.3 El *heavy metal* en México

Tras el desarrollo del *heavy metal* y el *hard rock* en Europa y Estados Unidos en los años setenta, el *heavy metal* comenzó a desarrollarse también en España y otros países de Hispanoamérica.

---

<sup>1</sup> Antropólogo, director y músico canadiense. Ex-Bajista de la banda retirada de *Trash/Black Burn to Black*, Principalmente es conocido por su documental llamado: *Metal A Head Banger's Journey*.

<sup>2</sup> Documental que comienza con una discusión de sobre quién es realmente la primera banda de metal. Luego procede a discutir los rasgos y a los autores de algunos de muchos subgéneros del metal, incluyendo, el *Black metal*, *Trash metal* y el *glam metal*, entre otros.

<sup>3</sup> Fue un músico originario de Canadá, Toronto, nacido el 29 de Julio de 1953 cuya popularidad se debe a su participación como compositor, bajista, teclista y vocalista, de la también canadiense banda de *Rock progresivo Rush*.

<sup>4</sup> Fue un cantante, compositor, músico y bajista británico conocido por ser el líder, fundador y vocalista del grupo de *heavy metal MotorHead*.

<sup>5</sup> Es una banda de origen británico formada en el año de 1968 por Tony Lommi, en compañía de Ozzy Osbourne. Desde entonces, la banda ha sufrido multitud de cambios de formación, con más de veinticinco antiguos miembros.

En México dicho movimiento no ha tenido gran esplendor como se da en otras partes del mundo.

Luzbel surgió a mediados de los 80's fue el único que se pudo dar a conocer en Europa, y los pocos pero exigentes jóvenes en ese tiempo, lo aceptaban con sus particularidades. Competía con Ángeles del Infierno de España, con Rata Blanca de Argentina, y nada más, no había otros grupos famosos (la mayoría, independientes de mala calidad) que cantaran en español. (Salazar, 2009)

Para saber un poco más de la historia del metal mexicano, tenemos que a mediados de los 80's y principios de los 90's en una revista llamada *Rock Pop*, José Luis Pluma, daba a conocer una especie de remembranza sobre los grupos que tocaban en esos tiempos, por el año de 1991, ayudándonos a tener una idea de la escena del metal mexicano en esos tiempos, dónde más o menos había una aceptación por parte de los jóvenes fans del metal, apoyando subterráneamente a dichas bandas. (Salazar, 2009)

Mientras el metal en inglés obtiene popularidad llegando a todos sus simpatizantes en el mundo, el metal en español tiene serias dificultades para pasar las fronteras de su idioma; es por eso que muchas bandas nacidas en países hispanoparlantes, apostaron por el inglés para lograr una mayor trascendencia en el mercado mundial aunque no sean vistas de la jerarquía de bandas reconocidas mundialmente. (Bravo, 2014)

A diferencia del *heavy metal* en inglés, en el metal del mundo hispano casi nunca se ha logrado entrar al *mainstream*<sup>6</sup> mundial debido a la falta de internacionalización del rock en español, exceptuando a algunas bandas que lograron gran popularidad en su país y a partir de ello tuvieron la oportunidad de expandirse. Es por eso que el heavy metal en español se ha desarrollado de forma heterogénea en los distintos países de habla hispana, quedando así la música de muchas bandas para uso nacional hasta la llegada de la globalización, desarrollada especialmente en el siglo XXI. (Bravo, 2014)

A principios de la década de los 80's el *Heavy Metal* tomaba fuerza, mientras que en Inglaterra estaba la "Nueva Ola del Heavy Metal Británico" (NWOBHM) en México el Metal llegó primero a las ciudades fronterizas con Estados Unidos debido a que en ese

---

<sup>6</sup> Mainstream es un anglicismo que significa tendencia o moda dominante. La traducción literaria del término *mainstream* es "corriente popular".

tiempo las novedades llegaban más rápido a la frontera, no había manera de cruzar al otro lado para ver a las nuevas bandas y comprar los últimos discos y *cassetes* del momento, obviamente la influencia era más directa, mientras que en la Ciudad de México no fue sino hasta mediados de la década de los 80's cuando repentinamente aparecieron en la escena subterránea nacional decenas de grupos de *Heavy Metal* y una horda<sup>7</sup> de fans que tenían ganas de escuchar Metal en español.

En México el *heavy metal* no es reconocido por las personas que no gustan de este género e incluso por personas que lo escuchan ya que es considerado poco rentable a diferencia del *heavy metal* Europeo y de Estados Unidos, incluso a diferencia de la música pop que tiene mayor popularidad. Sin embargo existieron y existen bandas mexicanas que tocan con gran pasión causando en sus seguidores un seguimiento por ellos. Algunas bandas reconocidas en México son:

**Next:** “Su carrera la iniciaron a mediados de los años 80’s convirtiéndose en una importante banda de thrash metal a nivel subterráneo, con su primer disco *Invasión nuclear* de 1988, dieron a conocer una pieza que fue reconocida por los amantes del *heavy metal* mexicano “Debes morir”” (Cruz, 2011)

**Ramsés:** Posee un largo camino dentro del sendero del Metal Mexicano, a lo largo de casi dos décadas de vida la banda logro subsistir pese a los constantes cambios de alineación y sobre todo al difícil momento que atravesó el *Rock* en México y por supuesto el *Heavy Metal* Nacional. Con su disco *Guerreros de Metal* causaron gran sensación, mostrando gran técnica en sus instrumentos y seriedad a lo que hacían, con su canción *Larga vida al Metal*, se convirtió en uno de los favoritos en su género.

**Makina:** “Banda legendaria en el metal mexicano, con su primer álbum sacó una canción que criticaba al sistema gubernamental llamado “Ciudad de cagadas”, que muchos adoptaron como himno en sus presentaciones. Aunque actualmente tienen una alineación muy diferente a la original, prácticamente hicieron ya su historia en el rock de México”. (Cruz, 2011)

---

<sup>7</sup> Se llama de ese modo a aquella comunidad con características nómadas, es decir, que se desplaza de un lado a otro y sin disponer de un domicilio permanente y que además dispone de costumbres elementales y básicas.

**Luzbel**, Legendaria banda de los 80's, que en sus mejores tiempos dieron excelentes rolas como "Pasaporte al infierno", donde la voz de Arturo Huízar suena con gran calidad y potencia, mientras Raúl Fernández "Greñas" en la guitarra mostraba unos requintos bien diseñados y con mucho sentido, por lo que muchos años fue considerado uno de los mejores guitarristas de rock en México. (Cruz, 2011).

El *heavy metal* mexicano a mí parecer tiene buenos exponentes ya que cumple con los parámetros o la estructura de dicha música, sin embargo siguen siendo poco escuchados en comparación al metal internacional, quizás por la publicidad que se tiene sobre grupos que son los primeros exponentes y creadores del género, ocasionando que el metal mexicano se vea opacado, llevando a que no tenga un crecimiento y no sea reconocido de la misma forma que la música de afuera.

### **3.4 El inicio del Tianguis el Chopo**

El Chopo es un lugar con 36 años de vida, en la que cada semana sigue contando historias, ya sean personales, de la historia del mismo tianguis y de la diversidad musical que se manifiesta en este sitio, como el blues, jazz, punk, rock y metal.

El tianguis se inició en octubre de 1980, cuando Jorge Pantoja, promotor rocanrolero que trabajaba en el legendario Museo del Chopo, convenció a la directora, Ángeles Mastretta, de permitir que en la calle, frente al museo, se abriera "un canal de comunicación" con la finalidad de que se diera un intercambio y venta de discos, libros, revistas y parafernalia rocanrolera - contracultural

La apertura del tianguis fue precedida por una serie de conciertos de rock ("Una alternativa para los lunes" y "Rock desde acá"), que contribuyeron a que se rompiera así el gueto de los espacios siniestros (lugares vistos como lo peor) para el rock nacional. Desde un principio tuvo un gran éxito, pues fue un inmejorable punto de reunión para los chavos que oían rock en México y que podían intercambiar discos con otros, además de que, al menos en las dos cuerdas que comprendía el tianguis, se podía circular libremente con las fachas más locas (vestimenta y accesorios que no eran bien aceptados) de ese momento. Pronto surgieron verdaderos especialistas de todas las corrientes del rock, que, conectados con las

redes de rock alternativo en todo el mundo, podían conseguir discos que se consideraban imposibles. Abundaban los discos, cintas y videos piratas, y allí estaba toda la ropa, la indumentaria y parafernalia para punks, postjipis y machines de todo tipo. También abundaban las revistas y fanzines rocanroleros de todas partes, así es que en unos cuantos años el Chopo se convirtió en la capital de la contracultura en México. (Agustín, 2012: 60)

### **3.5 Transición del Tianguis el Chopo**

El rock en México en 1980 vivía una etapa complicada en parte a lo que había sucedido nueve años atrás en el Festival de Avándaro<sup>8</sup>. Este género había sido vetado y castigado. No había conciertos tal como hoy en día y la música que llegaba al país era muy poca, sin embargo, el Museo Universitario del Chopo lo cambió todo. (Canales, 2013)

En principio, la dinámica era el intercambio de libros, discos y revistas entre los coleccionistas, hasta que meses después, con la aparición de los comerciantes, el tianguis se desprendió del museo y se mantuvo itinerante de 1985 a 1988 entre la colonia San Rafael, el Casco de Santo Tomás, el estacionamiento de la Facultad de Arquitectura de la UNAM y en el Quiosco morisco de la alameda en Santa María la Ribera. (Cultura Colectiva, 2013).

Su historia surge a partir de querer revitalizar al Museo Universitario del Chopo en 1980, con la idea de que los jóvenes con diversos gustos se reunieran en un espacio en el que manifestaran sus diversos gustos principalmente haciendo énfasis en el *Rock*, el cual era el género musical que tenía una gran popularidad en ese momento. (Solo, 2015)

Jorge Peralta quien era promotor cultural del Museo, debido a su participación, fue el que alentó dicho proyecto para que se diera los primeros indicios de lo que hoy en día es el Tianguis del Chopo.

El tianguis del Chopo tuvo que soportar diversas situaciones; José Agustín en su libro *Contracultura* lo narra así:

---

<sup>8</sup> El Festival de Rock y Ruedas de Avándaro fue un concierto de música en Valle de Bravo los días 11 y 12 de Septiembre de 1971, bajo la sombra de la matanza del Jueves de Corpus del 10 de junio anterior y tres años después de la matanza del 2 de octubre de Tlatelolco.

Acosos de los vecinos más azotados, que se quejaban de la concentración sabadera de macizos de todo tipo. No faltaron también los periodistas antichavos que se rasgaban las vestiduras porque era un centro-de-vicio-y-de- pésimo-aspecto. Con todo esto se hizo constante la presencia de la policía, que si no hacía redadas rondaba por los alrededores para atrapar a los pobres jodidos que les tocaba. No extrañó entonces que subsecuentes direcciones del museo, como la de la poeta Elba Macías, retirara el apoyo al rock y al tianguis, y que éste tuviera que mudarse por distintos sitios de la ciudad hasta que quedó junto a la estación de ferrocarriles de Buenavista. (Agustín, 2013:61)

El proyecto no estaba pensado para que se mantuviera, sin embargo gracias a la gran afluencia por parte de los jóvenes se mantuvo por dos años más; así con el paso del tiempo se convirtió en un espacio en el que los chavos/as compraban discos de música y como un ámbito de intercambio cultural.

A partir de ese momento y debido a la gran cantidad de gente que asistía al tianguis, se decide en 1982 moverlo a la calle para no tener problemas con el sindicato de trabajadores de la UNAM, pero surgió otro tipo de problemas para su establecimiento, esto como resultado de la separación como tal del museo como era de esperarse y desde aquellos años, la delegación comenzó a pedir cuotas para poder establecerse en la vía pública. (Cultura Colectiva, 2013)

El tianguis del Chopo comenzó a trasladarse de un lugar a otro, llegaron a instalarse por poco tiempo cerca de las instalaciones de la Facultad de Arquitectura de la UNAM, aunque no fue benéfico para los vendedores y para los que lo visitaban ya que el número de estos venían a la baja, por lo cual las personas que formaban parte de la estructura de éste espacio ocasionó que buscaran la forma de ubicarse de nuevo cerca del lugar de origen, con la premisa de mantener un espacio de lo que en un principio manifestó el tianguis, espacio para que los jóvenes tuviera convivencia en un contexto cultural – musical. Finalmente después de diversas pláticas con la delegación Cuauhtémoc, se definió su ubicación la cual continúa siendo hoy en día en calle Aldama, entre Sol y Luna, en la Colonia Guerrero. (Solo, 2015)

### **3.6 El Tianguis del Chopo en la actualidad**

Con el paso del tiempo toda historia va cambiando y sufriendo transformaciones, el tianguis el chopo es una de ellas.

Durante su existencia el Chopo ha sido víctima de los intereses económicos, políticos y sociales. En todo este transcurso ha sufrido represiones policiacas, rechazo por parte de las personas que no tienen alguna empatía por este espacio y un sinnúmero de prejuicios y rechazos. Sin embargo la mayor fractura que tiene este recinto es ocasionada por la piratería, en palabras de Davis Cortés (escritor de Milenio) “el instigador de esta invasión es el impacto tecnológico de la distribución y consumo de la música” (Cortes, 2014)

En un principio el Chopo solamente era un espacio en el que se visualizaba un contexto de intercambio cultural, revistas, libros, música; eran los acervos que se movilizaban, sin embargo, hoy la venta de todo artículo es expuesta en dicho recinto, lo que deja esclarecer que ha perdido la identidad en comparación con lo que realmente fue en su génesis, pero se ha ido transformando ya que la identidad va transformándose de acuerdo al contexto del presente.

Artículos como ropa, tenis, accesorios, son tan sólo algunos de los muchos que se venden en la actualidad, desproporcionando su enfoque principal, el cual se basaba en un ámbito de trueque y espacio cultural.

En el año 2013 con motivo del 33 aniversario del Chopo, el museo del Chopo llevó a cabo una mesa redonda en la cual se expuso la importancia de la pérdida de su naturalidad, como un espacio en el cual se manifestaba una premisa contracultural.

La exposición era una mirada reflexiva que permitiera situar el contexto que enfrentaba el tianguis: los cambios en el consumo y la economía de la cultura, los nuevos modos de producción artística y la consolidación de Internet como recurso de acceso y distribución cultural. Asimismo, es una revisión de la historia del Museo Universitario del Chopo. (Cultura Colectiva, 2013).

Son esos cambios lo que van transformando y erradicando la propia identidad de algo, en este caso del Tianguis el Chopo, dejando ver a la globalización como insumo a la pérdida de una idea que se había manifestado desde un principio.

Como toda transformación que sufre cierto espacio (en este caso el del Tianguis el Chopo) salen a la luz opiniones e inconformidades, tales como las que expreso Ramón García (especialista en rock mexicano) en el artículo de David Cortés para Milenio Diario, S.A DE C.V, comento que:

Cuando iniciamos nos creíamos honestos, reales y con los años nos dimos cuenta de que reales y honestos somos pocos; mis compañeros se han dado a la tarea de alquilar sus puestos y lo hacen a gente que no tienen respeto al Tianguis del Chopo, que ahora se ha convertido en un tianguis como el de cualquier estación del metro. Hay gente que nos visita en busca de música y ahora les tienes que decir que ya no hay discos de los Beatles, pero en su lugar hay pantalones de mezclilla muy bonitos. (Cortes, s/a).

El comentario de Ramón García permite entender los cambios que se han dado en el aspecto cultural del Chopo y como refleja los factores económicos, sociales y políticos han contribuido para el cambio radical de lo que en un principio manifestaba el Chopo.

## **Capítulo IV. Marco teórico**

En este apartado se expondrán diversos conceptos, Cultura, Identidad, Contracultura, Culturas juveniles, Estudios culturales, Consumo cultural y La música como acto comunicativo, en los cuales se desarrollarán diferentes ideas de cada uno mediante las premisas de diversos autores, como Nestor Canclini, Gilberto Giménez, Stuart Hall, Bolívar Echeverría, Todorov, Jhon Thompson, Clifford Geertz, Urteaga, Sam Dunn, José Agustín, entre otros con la finalidad de poder analizar y comprender el objeto de estudio de la presente investigación.

### **4.1 Cultura**

La palabra cultura es controversial debido a que no se ha establecido una definición que sea igualitaria globalmente, existen diversas definiciones en las diferentes áreas de estudio, desde la geografía, antropología, biología, filosofía, etc., cada una de éstas le da un sentido en cuanto a su campo, aunque la Antropología y Sociología fungen como la mayor rama de acercamiento a dicho concepto.

La intención de este punto no es ahondar en el concepto de Cultura, sino tener diferentes perspectivas sobre este aspecto, en cuanto a los diversos estudios sociales y culturales.

El término cultura tiene una larga historia, Denis Cuche, 2002 afirma que desde el siglo XVIII en Francia es donde aparece tal concepto como una evolución semántica decisiva, que posteriormente se difundió como préstamo lingüístico al inglés y el alemán. Anteriormente en dicho contexto la palabra cultura era asignada en aspectos relacionados con la Educación, Espíritu, Letras, Filosofía, Ciencias. Mantuvo una evolución por lo que se despojó de dichos aspectos y fue considerada como “formadora de educación de la mente”. Después de lo observado se ve a la cultura como una “acción de instruir” que lleva al estado “de la mente cultivada por la instrucción”, los pensadores de aquella época designaron que cultura “es la suma de los saberes acumulados y transmitidos por la humanidad, considerada una totalidad, en el curso de la historia”. (Cuche, 2002:11). Por lo

que el ser humano es el único participante en todo aspecto para la transmisión de conocimientos.

En el siglo XIX con esta designación los etnólogos a diferencia de los filósofos le dieron un sentido distinto ya que ellos no querían saber lo que era la cultura, su descripción la veían como algo singular (cultura), para ellos era un estudio plural (las culturas).

La primera definición etnológica de cultura vino de la palabra de Edward Burnett Tylor: “Cultura o Civilización, tomadas en su sentido etnológico más extenso, es todo complejo que comprende el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y las otras capacidades o hábitos adquiridos por el hombre en tanto miembro de la sociedad”. (Citado en Cucho, 2002: 20).

Para este autor la cultura es concebida desde la sociedad como ámbito de totalidad; para él si no se pertenece a una sociedad no puede adquirir conocimientos. Esta idea representó como punto indiscutible para la elaboración de nuevas ideas acerca de lo que es la cultura hasta mediados del siglo XX.

Posteriormente el término de cultura continuó cambiando, pues Franz Boas (Antropólogo) contraponía a Tylor estableciendo que la cultura debe ser vista desde el particularismo histórico. “Con Boas la cultura recupera la historia que obliga a enfatizar más bien las diferencias culturales y la multiplicidad de sus imprevisibles derroteros. Es decir, frente al rígido esquema evolutivo tyloriano, Boas afirma la pluralidad histórica irreducible de las culturas.” (Giménez, 2007:26). Por lo tanto Boas ve que la cultura debe ser considerada desde el aspecto contextual de cada cultura, no se puede percibir la cultura sin sus aspectos más recinticos.

A partir de la premisa de Boas la cultura atraviesa por tres fases: la fase concreta, la fase abstracta y la fase simbólica.

La fase concreta alude a Edward B. Tylor, la cual centra en el aspecto de las costumbres, en el que las mismas definen a la cultura desde las formas o modos de vida que cristalizan y particularizan a un sector social. Carla Pasquinelli,

Observa con razón que la introducción de este componente en la definición de Tylor, si bien (...) el conocimiento, las creencias, el arte, la moral y el derecho habían sido considerados siempre como partes de la cultura, las costumbres eran su antítesis más radical. En efecto, mientras el arte y la moral son universales, las costumbres –los mores– representan lo particular concreto, los escenarios locales dentro de los cuales las personas tejen la trama de su existencia cotidiana. (Citado en Giménez, 2007:27).

La fase abstracta le da un giro al concepto de cultura, en el que los “modelos de comportamiento” vienen a ser considerados como punto de estudio, desairando al de las “costumbres”. Ahora el concepto de cultura es visto desde los valores y las normas que rigen o establecen el comportamiento de una sociedad.

“La cultura se define ahora en términos de modelos, pautas, parámetros o esquemas de comportamiento”. (Giménez, 2007:27). La cultura ya no es vista desde toda su complejidad, al no ser considerada desde una particularidad que enfatiza la autenticidad de un cierto sector, como son las costumbres.

La fase simbólica se da con la formulación del concepto de cultura en la obra de Clifford Geertz. Él mismo acuña su pensamiento de cultura desde un concepto semiótico. (Geertz, 1973) “Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones.” (p 20). El autor le da peso al significado que le dan las personas a ciertas circunstancias en su devenir, lo que conlleva a lo simbólico y a la manera es que interpretan su realidad.

Jhon Thompson (1990) considera que “la concepción simbólica es un punto de partida adecuado para desarrollar un enfoque constructivo para el estudio de los fenómenos culturales”. (p, 184), sin embargo Thompson manifiesta que la premisa de Geertz no considera la atención que desarrollan las relaciones sociales estructuradas, mismas que incluyen las acciones simbólicas y los signos.

Esta cuestión lo lleva a plantear “la concepción estructural de la cultura”. Thompson (1990) afirma. “De acuerdo con ella los fenómenos culturales pueden entenderse como formas simbólicas en contextos estructurados; y el análisis estructural puede interpretarse como el estudio de la constitución significativa y de la contextualización social de las formas simbólicas”. (p, 185). Con esta idea, el autor considera que puede empezar el surgimiento de desarrollo de comunicación masiva, dicha comunicación produce y transmite formas simbólicas.

Por otra parte para Díaz (1987), la cultura:

es la suma de conocimientos transmitidos de una generación a otra; la memoria colectiva; la herencia social que hace posible la integración de los miembros de una comunidad, impregnándoles sus normas de comportamiento, valores materiales y espirituales de una sociedad determinada; el marco organizador de la autoconciencia nacional, asimismo debe comprenderse que la cultura expresa la experiencia histórica particular de cada pueblo y encarna sus resultados, en tanto que constituye su fisonomía peculiar y su personalidad colectiva. (p 24).

Entendiendo lo que plantea Díaz la cultura es la cosmovisión que cierto grupo social tiene de su antecedente y por consiguiente la arraiga para posteriormente ser transmitida a los prosiguentes en su sociedad.

La cultura al ser transmitida se va reproduciendo de tal manera que se ve inmersa en un cumulo que permea socialmente y conlleva a un significado en cada grupo social; así la cultura toma un sesgo que se reproduce y conduce a que las sociedades desarrollen un desenvolvimiento en su forma de vivir y coexistir.

La cultura como sesgo es la forma de cultivar, “el cultivo son las formas identitarias en las que una sociedad se reproduce, en el que la lengua es el sinodal, así como el estandarte de los usos y costumbres” (Echeverría, 2009), por ende el cultivo es la forma en que las sociedades se reproducen en su contexto de convivencia y que los hace parte de forjar una identidad, para la sociedad es más importante la forma en la que reproduce como ser personal y colectivo.

Siguiendo con la idea de cultivo de Bolívar Echeverría, éste mismo autor manifiesta que el ser humano siempre está cultivando, es decir, busca permear en todo lo social y busca su propia autonomía, misma que le permitirá una autocrítica de sí mismo y de manera colectiva, lo que lo conlleva a romper con una vida automática y lo logra a través de la festividad, de un contexto festivo.

El automatismo y lo que no es rutinario, lo que rompe con la cotidianidad, el ser humano se da cuenta de que es libre y no es un ser automático, el comportamiento festivo “es una repetición o mimesis” la fiesta es una repetición de una forma reconstruida y desmontada, en el momento festivo es ideal para la actividad cultural, es donde la cultura es de manera libre, se vuelve un momento mimético. (Echeverría, 2009)

Por lo tanto la cultura y la fiesta se convierten en una simbiosis, en la que el hombre se da cuenta de que es un ser libre y que se puede desenvolver de la manera que guste y que lo conduzca a un acto en el que se puede expresar de una manera que no está establecida como parte de verse nada más como un simple ejecutor sino como un constructor de su propio ser y de una identidad.

Aunado a esta idea la actividad cultural se desarrolla “en la experiencia estética, la actividad artística, el arte y la literatura cultivan las formas identitarias de una comunidad, en las que el ser humano las reproduce por medio de ciertas ocasiones de experiencias”. (Echeverría, 2009).

Sin embargo, siguiendo la idea del mismo autor, adjudica que la cultura se encuentra en una crisis, misma que desde los cánones de la cultura occidental, lo han llevado a un momento de esclavitud en el que va destruyendo toda esencia de sí mismo, “la herencia cultural desde los cánones de la cultura occidental, ocasionan una opresión por las formas que el mismo realizó para aligerar su vida, se convirtió en un peso insoportable porque el ser humano se deja ahogar por un mundo institucional”. (Echeverría, 2009).

Por tanto la cultura en esto a lo que Bolívar Echeverría le llama un estado de crisis, rompe con lo natural, en el que aspectos como lo económico y político se convierten en esquemas que administran la forma en la que deben de vivir las sociedades, “el ser humano se vuelve

impotente ante el funcionamiento de la reproducción y producción de la riqueza social en su modo capitalista”. (Echeverría, 2009).

Esta pérdida del ser humano de poder desarrollarse de una manera natural, es a lo que Echeverría le nombró falta de libertad, porque el mismo hombre/mujer no se construye de su propia naturalidad, misma que si reproduce desde lo festivo, introyectándolo a adoptar e interiorizar modos de convivir y a que se puedan posicionar dentro de un círculo social y que le permite producir una identidad, aspecto que en el siguiente punto se expondrá.

## **4.2 Identidad**

El concepto de identidad se abordará en la presente investigación debido a que en la construcción de los sujetos es la parte que los identifica de una manera personal y colectiva con la que se desenvuelven mediante la interacción con otras personas en los grupos sociales, tal es el caso de los metaleros.

La identidad va de la mano con todo ámbito cultural, debido a que ambos conceptos forjan una homogeneidad, la identidad se forma por los procesos culturales que a su vez desarrollan una identificación en los individuos que los conlleva a una construcción de identidad.

En primer instancia para abordar y ahondar en el concepto de identidad, se tomará como partida que la concepción de dicho término es “un sentimiento de mismidad y continuidad que experimenta un individuo en cuanto tal (Erickson, 1977, citado en Mercado y Hernández, 2010: 231), por tanto cada persona se percibe desde su propia subjetividad y posteriormente sus vivencias lo llevarán a involucrarse con otras en un ámbito social.

Las personas para formar parte de ciertos grupos sociales, deben sentirse aceptados bajo la premisa de que sean reconocidos como únicos. “Se entiende que el individuo puede permanecer pasivo, y obedecer sin dudarle al horizonte que su entorno le ofrece. Pero aun en ese caso, su identidad contará como suya, como resultado de un consentimiento tácito...” (Taylor, 1996:12). El individuo al sentirse identificado y aceptado bajo la túnica de poder expresarse libremente es lo que lo conduce a expresar una identidad ya que lo

pone de una manera igualitaria, sin embargo también se necesita una revolución expresivista que es la que “reconoce en cada individuo su propio modo de ser humano y que, por tanto, le conjura a realizarlo en toda su originalidad antes que a ajustarse á un patrón impuesto desde el exterior. Esto otorga un nuevo sentido, más radical, al ideal de la autenticidad, a la fidelidad hacia uno mismo”. (Taylor, 1996:12). Por tanto cada individuo debe sentirse satisfecho con el contexto al que se hará participe antes de arraigarse en ese núcleo social.

Ese sentido de satisfacción en cada individuo es inherente a cada proceso cultural en el que son participes, en las que sus características propias de alguna forma son similares a la de los que les rodean, es “el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al cual se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido”. (Castells, 1998:28) Son esos atributos los que fundamentan y adentran a las personas a formar parte de un grupo y de una identidad, sin embargo, Castells argumenta que, ése sentido<sup>9</sup> que los individuos le dan, es de acuerdo a los roles que desempeña en su vivir (trabajadores de oficina, músicos, profesores, etc), aunque esos roles “se definen por normas estructuradas por las instituciones y organizaciones de la sociedad. Su peso relativo para influir en la conducta de la gente depende de las negociaciones y acuerdos entre los individuos y esas instituciones y organizaciones”. (Castells, 1998:29).

En esta idea del autor, las personas solamente se vuelven participes si las arraigan y las aceptan en su construcción social. Cada individuo le da sentido de pertenecer a cierto grupo con base al valor simbólico que le den y a su vez con la identificación que tengan con ese círculo o espacio social.

Esa construcción de identidad mediante la identificación que establecen las personas con otras, también es debido al reconocimiento que quieren que se les otorgue, esa diferenciación de uno y otro, les permite que se vean vistos como individuos libres en cualquier aspecto pero que a su vez se sientan parte de un grupo.

---

<sup>9</sup> entendiendo por sentido desde la idea del autor, como “la identificación simbólica que realiza un actor social del objetivo de su acción”)

Los hombres quieren no sólo ganarse la vida, sino también recibir un reconocimiento social; cuando los otros modos de reconocimiento les son inaccesibles, se conforman con el simple sentimiento de pertenencia. Necesito sentir mi existencia; si la mirada de los otros no me confirma en mi identidad, si no puedo entregarme a ninguna actividad que me haga crecer a mis propios ojos, busco este reconocimiento en el hecho de pertenecer a un grupo cualquiera, así fuera puramente imaginario. (Todorov, 2001).

Así las personas buscan ser parte de cierto grupo, pero si no son reconocidos, su construcción toma otro camino, se moldea y permea en otro sitio con diferentes factores, pero, siempre y cuando éstos se adecuen a sus satisfacciones y al valor simbólico que tengan al contexto que quieran ser pertenecientes.

Establecido lo anterior, en el caso de algunos metaleros al escuchar por primera vez *heavy metal* y al tomar cierto gusto por dicho género posiblemente los pueda llevar a tomar un sentido en el cual los introduzca en un contexto por el cual se harán partícipes de un determinado grupo o espacio en el que se refleje su mismo gusto y que le permita diferenciarse de otros, “(...) el individuo no está solo, sino que convive con otros, el autoconocimiento implica reconocerse como miembro de un grupo; lo cual, a su vez, le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos”. (Mercado y Hernández, 2010: 231).

Las personas al convivir con otras se reconocen a uno mismo pero en paralelo se saben diferentes a los demás, por lo que interiorizan una identificación, “la identificación se construye sobre la base del reconocimiento de algún origen común o unas características compartidas con otra persona o grupo o con un idea, y con el vallado natural de la solidaridad y la lealtad establecidas (...) la identificación se ve como una construcción, un proceso nunca terminado: siempre en proceso.” (Hall, 2003: 15).

Por tanto los sujetos al sentirse identificados los conlleva a una unión con otros, pero tomando cierta distancia en cuanto a su propio ser; es decir, experimentan un lado de empatía, a lo que Sigmund Freud expreso que,

“la primera expresión de un lazo emocional con otra persona”, los individuos comparten singularidades, sin embargo están sujetos a su propia historia, sus vivencias a través de su devenir, “su identidad sólo puede construirse a través de la relación con el Otro, la relación con lo que él no es, con lo que justamente le falta.” (Hall, 2003: 19). Cada individuo necesita de otro para poder sentirse identificado y así forjarse una identidad.

Si bien es cierto que la identidad de cada persona es única e inigualable y que para forjar dicho aspecto se necesita esa diferenciación y reconocimiento del otro para marcar cierta distinción, en la que se establecen ciertas similitudes mediante representaciones y que a su vez conlleva a un significado al cual se le da un valor simbólico. Así la identidad,

Constituye hecho enteramente simbólico construido, en y por en el discurso social común, porque sólo puede ser efecto de representaciones y creencias (social e históricamente condicionadas), y supone un percibirse y un ser percibido que existen fundamentalmente en virtud del reconocimiento de los otros, de una mirada exterior. (...) una identidad implica conocerse y reconocerse como un tal, y simultáneamente darse a conocer y hacerse reconocer como un tal. (Giménez, 2005:90).

Sin embargo ese reconocimiento lleva a una realidad, en la que se presentan sustituciones o imposiciones de identidad, tal es el caso del colonialismo, el racismo, o en relación con la presente investigación con los metaleros que asisten al Tianguis el Chopo, en donde se presenta una estigmatización de estas personas que gustan del *heavy metal*, y en cada uno de los aspectos mencionados tuvieron su propia historia para así marcar y forjar una identidad, “las identidades sociales sólo cobran sentido dentro de un contexto de luchas pasadas o presentes: se trata siempre según Bourdieu, de un caso especial de la lucha simbólica por las clasificaciones sociales, ya sea a nivel de vida cotidiana – en el discurso social común - , o en el nivel colectivo y en forma organizada”. (Giménez, 2005:92).

Así cada individuo o grupo establece una lucha por mantener o forjar una propia identidad, discrepando con algún tipo de imposición o de legitimación, buscan su propia naturalidad con lo que se sientan identificados y a lo que le tienen un valor simbólico, por ende es una lucha en la que buscan una representación en cuanto a sus valores e ideales.

### 4.3 Juventud, culturas juveniles

Este apartado abordará las categorías de juventud y el estudio sobre las culturas juveniles, debido a que los jóvenes son el núcleo de la presente investigación en cuanto a su relación con el género musical *heavy metal*.

Entender la palabra juventud puede llevar a una idea social y estereotipada en la que se encuentran y convergen diversos aspectos, (ninis, vándalos, grafiteros, anarquistas, estudiantes, millennials), en los que se desvirtúa la idea de juventud, ya que dicha palabra se vuelve ambigua debido a que es clasificada de varias maneras, ya sean éstas bien vistas o malas por parte de la sociedad. Por dicho término, se piensa que la juventud es la gama en la que se inmersan varias cuestiones y que solamente se proyectan a través de los jóvenes, ya que el ser joven o adolescente pareciera que es la etapa en la que el ser humano comete errores y en la que debe ser guiado pero a la vez juzgado sino se apega a lo legitimado bajo un contexto de orden social.

Para poder esclarecer en primera instancia lo que se puede entender por juventud desde la idea del autor Alfredo Nateras (2010), es diferenciar la adolescencia de la juventud ya que, “a la adolescencia la entendemos como una edad biológica, por lo que los cambios a nivel corporal y la capacidad de reproducción de la especie explican las actitudes y los comportamientos sociales de los adolescentes” (p. 19), entendiendo que su análisis es de una manera individual, mientras que la juventud se caracteriza “como una edad social cuya visibilidad está cruzada por la diversidad en sus acciones sociales y manifestaciones culturales, especialmente en los espacios públicos de las grandes ciudades del país y del mundo, que conllevan tanto construcción como su reproducción socio-cultural”. (Nateras, 2010:19).

Teniendo en claro esta disociación, se puede pensar que la categoría de juventud es una construcción histórica, de manera que los jóvenes son partícipes en la construcción desde diversos aspectos sean económicos, políticos y sociales, “la juventud es resultado de los cambios sociales propios del capitalismo temprano que fincaron las condiciones para la apropiación de un espacio simbólico que hizo posible el surgimiento de la infancia y la juventud. (Nateras, 2002:48).

Los cambios sociales son la génesis en la que los jóvenes se puedan manifestar, pero estos cambios son por medio de los modos de producción, es decir, esa separación que debían de tener los jóvenes de la familia, para poder insertarse a un contexto educativo y público con la finalidad de que existiera un espacio en el cual fuese reconocible la juventud. De esta manera “la juventud pasa necesariamente por su consideración histórica, y sólo cuando la demanda social de la calificación se relaciona con el papel social de la burguesía aparece el periodo juvenil”. (Nateras, 2002: 50).

De esta manera es como la juventud debía estar ligada a una formación en la que fuera adentrándose a la estructura en función de una sociedad, sin embargo los jóvenes no sienten una aprehensión por lo que se les dictamina, sino que parten desde un marco subjetivo al visualizar su entorno vivencial el cual los conlleva a discrepar de lo que socialmente se da por establecido, por permitido o no permitido. Los jóvenes exteriorizan una inconformidad frente a estas circunstancias, primera hacia la mamá y el papá, entendiendo a éstos como el primer referente de autoridad, así como posteriormente la escuela y todo tipo de institución que fungirán como

“(…) culturas hegemónicas, quienes detentan el poder y lo tratan de imponer permanentemente a través de la configuración de concepciones del mundo desplegadas o instrumentadas vía las normas, los valores, las reglas, las percepciones, las representaciones, los estigmas y prejuicios, que sustentan la construcción de sentido de la vida institucional, social y cultural adulta. (Nateras, 2010:18).

Frente a esto los jóvenes se empoderan ya que no se ven bajo las premisas que socialmente deben seguir, por lo que se construyen mediante una contraposición, “(…) tienen formas de vida esencialmente contrarias o diferentes a los deseos oficiales y expectativas de adultos (...)” (Berger, citado en Pérez & Valdez & Suarez: 2008:177), en la que se sientan parte de un contexto en el cual se refleje sus necesidades y su cosmovisión hacia su presente. Aunque no todos los jóvenes son homogéneos, ya que se desarrollan y construyen socialmente en distintos contextos sea por su territorialidad, creencias, nivel socioeconómico o raza; sus necesidades, cosmovisión y convicciones que dimanen de un ámbito cultural por el cual se sientan identificados.

Esas identificaciones claramente son compartidas mediante la pertenencia a un grupo o sector social, el ser parte de una agrupación lo lleva a sentirse incluidos y escuchados, por lo que “las identidades juveniles se constituyen a través de una *praxis* diferenciada o discordante, que contiene comportamientos sociales y culturales compartidos, que dan sentido de pertenencia a un grupo, a una colectividad o a una generación” (Nateras, 2002:56), tal puede ser el tener lugar en alguna Universidad, en dicho espacio convergen e interactúan mujeres y hombres de distintas edades, por lo que se abre un panorama amplio de subjetividades ya que en el caso de México según el INEGI, el ser joven es considerado de los 15 a los 29 años, por tanto un estudiante de 28 años puede tener una ideología distinta a uno que tiene 18 años respecto a un tema, sin embargo pueden relacionarse e identificarse, el mismo gusto por el metal puede ser un ejemplo de esto, debido a que se puede presentar un antagonismo sobre dicho género; el de 28 años en relación con el que tiene 18 puede tener una perspectiva muy diferente o en viceversa sobre el metal, sin embargo comparten algo en común, lo cual es la misma escena musical.

Por medio de sentirse identificados es como se va forjando un valor simbólico, construido por esa diferenciación con respecto a entender el mundo bajo la premisa de manifestarse de una manera única, es decir, distinguirse de los demás a través de forma colectiva y de percibir, producir y construir códigos culturales, a esto se le podría denominar culturas juveniles.

Las culturas juveniles buscan la manera de distinguirse de los demás, buscan un reconocimiento, y lo plasman de diferentes formas a través de grupos sociales, tales como son los punks, los rockeros, cholos, fresas, bandas, metaleros, *skates*, *gamers*, entre otros, arraigan una identidad, crean códigos los cuales los diferencien de los demás, pero siempre por medio de la *praxis* y de la interacción con otros, de su vivencia y experiencias las cuales los llevarán a una identificación y apropiación de cierto espacio, lo que les da un posicionamiento para cuestionar o manifestarse a circunstancias con las que no están de acuerdo. “Las culturas juveniles son una respuesta adaptativa de algunos adolescentes a los problemas que se les presentan en su sociedad y cultura” (Berger, citado en Pérez & Valdez & Suarez: 2008:177).

Los jóvenes manifiestan inconformidad ante un hecho social y el placer de hacerse escuchar ya sea desde un contexto musical, tal es el nacimiento del *Punk rock* (finales de los años 60 y principios de los 70), jóvenes de clase media – baja, cansados de la opresión y espejismo de las normas instituidas por su gobierno, reflejada por la crisis económica, hicieron que estallaran en lo que en su momento pareciera un acto de rebeldía, sin embargo el significado era más profundo que un mero acto de rebelión, era un forma de expresarse, así como antes de ellos, los *Hippies* con su ideología del rechazo al sistema a través de un pensamiento pacifista mediante su lema “amor y paz”, buscaban que todo ámbito de violencia fuera erradicado para poder vivir en una sociedad que se viera arropada de tranquilidad y paz.

Dichas manifestaciones pueden ser observables desde una perspectiva que pareciera que meramente sólo compete a ése estilo<sup>10</sup> de ser joven. “El estilo puede definirse como la manifestación simbólica de las culturas juveniles, expresada en un conjunto más o menos coherente de elementos materiales e inmateriales, que los jóvenes consideran representativos de su identidad como grupo” (Feixa, 1996:8), esto se puede observar en distintos grupos juveniles seguidores del metal, como en los darketos, caracterizados por su maquillaje negro en el rostro y su vestimenta totalmente negro, o bien los del *heavy metal*, los cuales se les ha identificado por usar el cabello largo, playeras negras o de alguna banda en particular, pantalones de mezclilla o bien de color negro y con accesorios como pueden ser cadenas, perforaciones, pulseras, etc.

El estilo puede interpretarse de acuerdo con Carles Feixa desde dos conceptos de la semiótica. “El bricolage sirve para comprender la manera en que objetos y símbolos inconexos son reordenados y recontextualizados para comunicar nuevos significados” (1996:82), tal podría ser el caso en el cabello de los punk’s, con sus peinados coloridos o el de los metaleros con su cabellera larga, para cada uno de estos grupos representa una estética, significado y parte de su identidad.

La homología es el otro concepto para analizar el estilo, refiriéndose a “la simbiosis que se establece, para cada cultura particular, entre los artefactos, el estilo y la identidad de grupo”

---

<sup>10</sup> Entendiéndose estilo como la manera que caracteriza a cierto grupo sea por medio del pensamiento, vestimenta, sector social, forma particular de hablar, etc.

(Feixa, 1996: 83), dentro de los metaleros existen subgéneros, como el power metal, death metal, viking metal, metal gótico, cada uno de estos géneros tiene una particularidad, pero todos convergen de alguna manera mediante la música, en un concierto pueden presentar todas estas escenas musicales, y los grupos que se hacen pertenecientes a las mismas, participan en el mismo contexto musical.

Sin embargo los jóvenes también son partícipes en manifestarse de manera grupal; es decir en la unión de diversos estilos para poder expresarse, un ejemplo sería lo acontecido en el movimiento estudiantil del 68 en el cual se exigía los derechos de los estudiantes a manifestarse y a su inconformidad con la situación del país y ante la represión que vivían, así “la construcción del sujeto juvenil se debe más a la divergencia que a la convergencia, debido a que el joven, como sujeto social, es heterogéneo, diverso, múltiple y variable (Reguillo, 2000, citado en Mendoza, 2011:198).

Existen diversas maneras en las que el joven interactúa y conforma una idealización con base a sus pretensiones y demandas en cuanto al espacio y contexto social del que es perteneciente y al cual le adjudica un símbolo. Un espacio en el que puede socializar, sentirse identificado y a su vez irse construyendo podría ser la calle, en ella se desenvuelven y desinhiben, se reflejan como actores naturales y a su vez se vinculan con cierto grupo o sector, se desvirtúan de las normas que les son establecidas. “Los jóvenes en la calle parecerían no tener vínculos con ningún tipo de institución, ajenos a cualquier normatividad y censura por parte del mundo adulto y oficial...” (Reguillo, 2003:107), su forma de expresión, el vestir, uso de accesorios, de peinarse, la forma de convivir radica en un plano distinto al que se da por institucionalizado, así los jóvenes se van forjando un ser en apariencia libre.

Respecto a lo anterior se puede interpretar que las culturas juveniles “son la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional” (Feixa, 1998:60).

Las culturas juveniles son el paradigma de la contraposición a cuestiones culturales, económicas, sociales o políticas, en las que se desenvuelven y fungen como actores sociales

los cuales quieren ser partícipes y reconocidos bajo sus propias premisas y así poder plasmar y defender sus ideales, mismos que pueden ser vistos como aspectos contraculturales.

#### **4.4 Contracultura**

Regularmente se ven a los y las jóvenes como agentes sociales cuyas maneras de manifestarse va en contra de lo establecido, dándoles el estereotipo de ser rebeldes y que éstos no se rigen bajo las leyes que son reconocidas y aceptadas por la sociedad, pareciendo que van en contra de todo aspecto cultural, institucional, económico, social o político.

Existen diversas investigaciones (desde la antropología y la sociología) de darle un estudio y seguimiento a las culturas contraculturales, el por qué de éstas y cómo entenderlas. Es importante mencionar que a la contracultura se le ha clasificado y nombrado de diferentes maneras, ya sea subcultura, tribu, culturas juveniles, culturas subterráneas, etc, con la finalidad de entender las diversas posturas de dichas culturas.

El termino subcultura (desde la línea de los estudios culturales) fue así nombrado por Stuart Hall, el cual mediante éste, estudió a los jóvenes como personas sociales en resistencia desde conceptos como ideología, dominación, clase y hegemonía, llegando a una primera conclusión: “la subcultura es una oposición social de la clase trabajadora” (Hall, 2005, citado en Arce, 2008:261). Los jóvenes vienen a ser el motor de la producción de las fábricas o de las empresas; mismos que se convierten en actores que se manifiestan cuando no existe una reciprocidad de ganancia. Así como se mencionó en el apartado de culturas juveniles, los jóvenes buscan una distinción, identificación y un significado en todo lo que realizan, sin importar la actividad que desempeñen, ya que finalmente lo que buscan es que se les reconozca. Posteriormente Dick Hebdige, también estudia a los jóvenes desde el término subcultura, manifestando que las subculturas juveniles objetan cuando se rompe el consenso de las normas dadas en la sociedad o en un grupo social.

Toda sociedad es heterogénea, las personas cohabitan a través de normas establecidas por un grupo de personas a otro grupo, mismas que son permitidas por éstos debido a que

dichas normas son introyectadas por una ideología que las hace ver como algo legítimo, las cuales sirven como parámetros estandarizados en todo aspecto social económico, político o religioso con el fin de coexistir aparentemente de manera plena; a todo esto se le puede nombrar, hegemonía.

La hegemonía alude a una situación en la que una alianza provisional de determinados grupos sociales puede ejercer una <<autoridad social total>> sobre otros grupos subordinados, no sólo por coerción o imposición directa de las ideas dominantes, sino <<ganándose y configurando la aceptación de manera tal que el poder de las clases dominantes parezca a la vez legítimo y natural>> (Hall, 1997, citado en Hebdige, 2002:31).

Por tanto, para que se establezca un poder hegemónico debe existir un mínimo de obediencia por un grupo en cuanto tal cumpla con las satisfacciones de éste, de otra manera se fracturaría tal consenso el cual termina por fraguar una discrepancia ente el grupo dominante y el subordinado. Al suscitarse una inconformidad la hegemonía dada por el grupo dominante se ve mermada lo que conlleva a un cambio ya que así como la cultura, la hegemonía a traviesa modificaciones, Gramsci añade que “(...) el poder hegemónico, precisamente porque requiere del consentimiento de la mayoría dominada, jamás podrá ser ejercido de forma permanente por la misma alianza de <<fracciones de clase>> (Hall y otros, 1976a citado en Hebdige, 2002:32).

En el caso de los jóvenes al verse desfavorecidos y desprovistos de sus satisfacciones, mismas que recaen en un aspecto significativo, se vuelven en contra de todo ámbito hegemónico y lo proyectan a través de una identidad formada por los valores significativos que emanan y que se construyen al pertenecer a cierto grupo social. “El desafío a la hegemonía representado por las subculturas no emana directamente de ellas: en realidad se expresa sesgadamente en el estilo”. (Hebdige, 2002:33).

El estilo para Hebdige es la manera por la cual los jóvenes expresan su rechazo a lo normalizado o institucionalizado, proyectando de otra manera lo que para la sociedad es algo legítimo, en otro sentido dotarán y producirán un significado distinto en comparación del normalizado lo que a su vez les conferirá una identidad.

El *heavy metal* en su surgimiento es un ejemplo de estilo del que habló Hedbige, dicho género musical fue estereotipado y visto como una música inadecuada para los jóvenes por el tipo de vestimenta, la música estruendosa y las letras que aparentemente profesaban mensajes oscurantistas, sin embargo a la fecha, los jóvenes sólo expresan signos y significados, proyectados a través de su vestimenta, sus poses, palabras, ideología, etc, mostrando su gusto y resistencia por el metal y así contraponiéndose defendiendo su gusto por éste.

Posteriormente, los términos subcultura, contracultura, culturas juveniles, subterráneas, etc, han ido teniendo pequeñas variaciones e incorporaciones de acuerdo a los estudios y a las premisas de los autores sobre éstas. Andy Bannett (2001), asume que “la contracultura ayuda a entender la desilusión de los jóvenes de esa época acerca del control de la cultura parental y de la falta de deseo de no querer formar parte de la máquina de la sociedad” (citado en Arce, p. 263).

Para Villareal (2000), la contracultura “puede entenderse como aquello que se opone a toda forma de convención social o de conservadurismo, a todo lo establecido que permanece inmutable o incambiable” (citado en Arce, p. 264).

Pareciera que las culturas contraculturales están en contra de todo aspecto político, económico o social, provocando un enfrentamiento en el cual se diese una guerra física y moral, sin embargo, sí se suscita una lucha cultural, debido a que se torna en un valor simbólico. Esta “comienza cuando ante la cultura dominante surge una subcultura que diverge de ella. La batalla se traba cuando esta subcultura contradice abiertamente a la cultura dominante: desde entonces se convierte en contracultura”. (Britto, 2005:6) Por tanto como punto de partida la contracultura debe ser entendida como un proceso en el cual un grupo de personas no están de acuerdo con otras, regularmente éstas últimas se ven o se sienten dominadas.

Cabe recordar que toda cultura no se mantiene de una forma homogénea, ésta va evolucionando a través del contexto en el que se encuentre, siendo así que cuando una cultura siente que no cuadra su concepción hacia cierta circunstancia aparece una disociación, como ejemplo en el ámbito político, social y educativo, esta lo acontecido con

el movimiento del 68, movimiento en el cual se exigía los derechos de los estudiantes a manifestarse y a su inconformidad con la situación del país y ante la represión que vivían. Con la toma de las escuelas por parte de los estudiantes y el movimiento de los médicos, trabajadores, padres, etc, los cuales también exigían sus derechos fue la forma de manifestar su inconformidad a los abusos por parte del gobierno.

Cuando una subcultura llega a un grado de conflicto inconciliable con la cultura dominante, se produce una contracultura: una batalla entre modelos, una guerra entre concepciones del mundo, que no es más que la expresión de la discordia entre grupos que ya no se encuentran integrados ni protegidos dentro del conjunto del cuerpo social, (...) La subcultura se impone a medida que lo hace el grupo clase que la adopta, hasta que, al llegar ésta a una posición hegemónica, la convierte a su vez en cultura dominante, usualmente con aspiraciones de someter a su denominador común a las restantes parcialidades culturales. (Britto, 2005:8)

En el caso de los jóvenes buscan dar un sentido y significación tanto a cuestiones sociales como a aspectos materiales que determinen una identidad en ellos. Por tanto la contracultura como la define José Agustín “es el rechazo a la cultura institucional, mediante movimientos y expresiones culturales, usualmente juveniles, colectivos, que rebasan, se marginan, se enfrentan y muestran una profunda insatisfacción”. (Agustín, 1996:129).

La contracultura debe ser entendida no sólo desde su aparición que alude a los años 60's sino que puede darse y expresarse en cualquier momento a lo establecido, misma que puede ser expresada por distintas formas, manifestaciones ante aspectos políticos, huelgas estudiantiles, maneras de vestir o la música (como lo es el caso del *heavy metal*), mediante su consumo, lenguaje, forma de vestir, de movimientos corpóreos, son aspectos contraculturales que proyectan ideas, significados y señas de identidad.

#### 4.5 Música como acto comunicativo y social

*<<La música se ubica sola frente a las demás artes... No expresa ninguna definitiva o particular alegría, tristeza, angustia, horror, deleite o sensación de paz, sino alegría, tristeza, angustia, horror, deleite o sensación de paz en sí mismas, en lo abstracto, en su natural esencia, sin accesorios y por ello sin sus motivos usuales. Y sin embargo nos permite aprehenderlas y compartirlas plenamente en su quintaesencia.>>  
Arthur Schopenhauer\**

El presente apartado no pretende definir lo que es comunicación y lo que es música ya que ambos términos sin duda son extensos, además de que ambos tienen diversos significados, esto dependiendo desde las perspectivas en las que sean estudiados. Ambos aspectos terminan siendo polisémicos. Sin embargo se abordarán para poder relacionar dichos aspectos y principalmente tener una idea de por qué la música funge como un fenómeno comunicativo y social.

Desde que la humanidad existe, la comunicación ha sido parte inherente del desarrollo de las sociedades, de una estructura económica, social y política, es un aspecto para la propia supervivencia. La comunicación va más allá de la idea simplista y acotada de lo que se pudiese tener sobre dicho término, el de ser un canal por el cual se emite un mensaje hacia un receptor y éste último responde. Este término es más complejo que una simple funcionalidad de una misiva entre personas.

La comunicación humana es la fuente vital de aportar y recibir conocimientos, “por fuentes de conocimiento debemos entender aquellas prácticas (más o menos institucionalizadas), dentro de una cultura, cuyo objeto es la acumulación, la organización y la transmisión de las relaciones observadas en la naturaleza y la especie humana” (de Miguel, 2010:12), así dicho término es incipiente en las relaciones que tiene el ser humano para su forma de vivir y para existir.

Este término radica en hechos existenciales en los que presenta diversas perspectivas; por ejemplo desde un aspecto antropológico y social, “se considera a la comunicación como un instrumento de participación conjunta entre dos o más hombres con el propósito de acción común de apertura hacia los demás, y valiosa en contenidos acrecentadores de la personalidad.”(García, 1996:1), las personas tienen la necesidad de relacionarse, de hacerse

participes socialmente para que se genere un aprendizaje y así irse construyendo de manera individual y colectivamente. En esta misma idea, la praxis es lo que hace posible dicho fenómeno, el ser humano al integrarse y pertenecer a cierto espacio y grupo social, le permite tener acción en cuanto a la interacción con otros sujetos, lo que le proporcionará una visión y entendimiento de su alrededor, esto se puede relacionar con lo que Jürgien Habermas nombró “Mundo de vida” el cual se compone de tres aspectos: “la cultura, la sociedad y la personalidad, cada uno de los cuales hace referencia a pautas interpretativas o suposiciones sobre cómo la cultura ejerce una influencia sobre la acción, sobre cómo se van estableciendo pautas determinadas en las interacciones sociales de los sujetos y finalmente, cómo se estructura un modo de ser de los individuos.” (Garrido, 2011:6), este autor asume que a partir de esos tres aspectos es como las personas pueden interaccionar para establecer una comunicación.

Justamente la interacción es lo que permite que la comunicación humana sea un sistema abierto. La comunicación permite que se establezcan relaciones en las que el ser humano se desenvuelva con otros, por lo que se verá provisto de significaciones para poder entender el mundo que le rodea, y con ello tener una interpretación del mismo para poder emitir un juicio sobre su contexto.

La comunicación obedece a ciertos principios: el principio de totalidad, que implica que un sistema no es una simple suma de elementos sino que posee características propias, diferentes de los elementos que lo componen tomados por separado; el principio de causalidad circular, según el cual el comportamiento de cada una de las partes del sistema forman parte de un complicado juego de implicaciones mutuas, de acciones y retroacciones; el principio de regulación que afirma que no puede existir comunicación que no obedezca a un cierto número mínimo de reglas, normas, convenciones.” (Watzlawick, citado en Rizo, 2011:2)

Con estos tres principios aportados por la Escuela de Palo Alto, permiten entender el fenómeno que es la comunicación, ésta se constituye de diferentes elementos en los que cada uno tiene sus particularidades, los cuales se conjugan para desarrollarla, siguiendo ciertas características propias de ella.

Ahora bien, para concluir lo que es la comunicación, se explicarán de manera breve los cinco axiomas<sup>11</sup>del autor Paul Watzlawick (1985) en los que se puede entender que la comunicación es compleja y no sólo implica que sea mensajes de ida y regreso.

1er axioma: **La imposibilidad de no comunicar.** Establece que es imposible no mostrar comunicación, ya que todo tipo de conducta es manifiesta de producir un efecto comunicativo, mediante características como: comunicación verbal, no verbal, el tono de voz, posturas corporales, contexto en el que se establece la comunicación, etc. Mediante el comportamiento de los individuos se puede interpretar una comunicación simbólica; influyendo en las personas para que éstas interactúen y conlleven una comunicación en la que se obtiene un entendimiento mutuo, un ejemplo de esto, puede ser el contexto del Tianguis Cultural el Chopo, en éste los jóvenes metaleros interactúan con diversos públicos, pero todos bajo la visión de la escena musical, por ende es un espacio de entendimiento en el que pueden manifestar el género musical que les gusta, por medio de aspectos verbales, la vestimenta, o gestos corporales.

2do axioma: **Los niveles de contenido y relaciones de la comunicación.** “Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, de tal manera que el último clasifica al primero, y es, por tanto, una metacomunicación”. (Watzlawick, 1985:56). La comunicación no solo transmite información, también impone conductas, un individuo puede hacer referencia al qué, de lo que está comunicando, mientras que la otra parte entiende el tipo de relación que se establece.

3er axioma: **La puntuación de la secuencia de los hechos.** Cuando los participantes intercambian mensajes, se sigue un flujo de comunicación, es decir; no se interrumpe la transmisión de ideas, por ejemplo, cuando un individuo le sede el turno de la palabra a la otra persona al abordar cierto tema, tal como puede ser sobre los gustos musicales del *heavy metal*.

---

<sup>1111</sup> Los axiomas son proposiciones que se admiten como ideas que no necesitan demostración. Sus características son dos: idemostrabilidad y evidencia. Definición tomada del Diccionario de la Real Academia Española.

4to axioma: **Comunicación digital y analógica.** La comunicación digital hace hincapié a los elementos verbales, ya sea escrito o hablado, por su parte la analógica, se corresponde con los elementos no verbales que se establecen en la interacción (expresiones faciales, gestos, posturas corporales, etc) y ambas se complementan para compartir diferentes mensajes. “El lenguaje digital conecta con una sintaxis lógica, pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones”. (Watzlawick, 1985:68).

5to axioma: **Interacción simétrica y complementaria.** La comunicación es simétrica cuando ambos participantes adoptan el rol de igualdad en su interacción, y se vuelve complementaria cuando los participantes establecen diferencias, se complementan entre ambos, ambas partes manifiestan sus ideas y se ayudan uno al otro para el flujo de lo que se está comunicando.

Teniendo en cuenta lo escrito anteriormente, se puede tomar de partida que la música es participe en todos los elementos que se expusieron.

La música puede tener diversos matices, denotaciones y connotaciones que, al igual que la comunicación, la vuelven compleja y difícil de asumirle un solo significado. Este término para muchas personas puede ser entendido y significativo desde un aspecto emocional que les permite expresarse de manera libre, por ejemplo para algunos metaleros el metal significa poder, para otros provoca una exaltación o se conjugan varias expresiones que les evocan los sonidos y letras del *heavy metal*. Otras personas la consideran un arte, otro término que sin duda alguna también es profundo y exploratorio. Puede ser vista como algo que causa todo tipo de emociones y sentimientos, Beethoven decía que <<la música debe ir de corazón a corazón>>, de un ser viviente a otro ser viviente. Nietzsche afirmaba que <<la música es humana>>. Comparaba la percepción interna a una <<tercera oreja>> diciendo <<imaginemos que un alma le habla a nuestra alma. (Glowacka, 2004:59).

Dicho término tendrá la definición y concepción de acuerdo a la cultura, persona, artistas o intérpretes que la produzcan y reproduzcan, pero para tener una descripción de ésta se puede partir de que,

la música es una construcción humana de sonidos encauzados la cual, mediante instrumentos finamente ajustados y una expresión motora optimizada, se constituye en un estímulo sonoro espacio temporalmente organizado que resulta en una percepción auditiva compleja al estar dotada de estados emocionales y figurativos conscientes estéticamente significativos y culturalmente valorados. (Díaz, 2010:543).

La música es una combinación de sonidos de la voz humana con diversos instrumentos o en dado caso, de unos y otros a la vez por lo que se crean ciertos efectos (como los de la guitarra acompañados del bajo y de la batería) es un sistema que establece comunicación entre el que transmite y el oyente, es un medio por el cuál permite transmitir una enseñanza, abre el panorama de conocer elementos que son propios de otras culturas.

Desde la antigüedad diversas culturas se han dado a conocer y se han expresado a través de la música, siendo ésta un medio por el cual se comunican, que a la vez llevará a establecer una interacción, debido a que es parte de un proceso de interculturalidad. “La música tiene la capacidad de transmitir conocimientos, habilidades y valores intrínsecos a la cultura del compositor, y al mismo tiempo transmite emociones y sentimientos comunes a todas las culturas; por ello puede decirse que la música es un instrumento idóneo para el establecimiento de un diálogo intercultural.” (Bernabé, 2012:87) De esta forma la música establece una comunicación intercultural, ya que al ser producida se torna un significado cuando ésta es percibida por el otro; es decir cuando éstos de una manera racional comprenden la significación que tiene para sus similares, podría decirse que se manifiesta una alteridad. En esa misma línea de pensamiento, “la «Hoja de Ruta para la Educación Artística», elaborada por la UNESCO en el año 2006, estableció que cada cultura desarrolla unos medios a través de los cuales comparte y se comunica para tratar de comprender el mundo, además menciona la existencia de elementos básicos que serán comunes a todas ellas.” (Bernabé, 2012:91).

Por tanto la música es un instrumento de conocimiento, es un medio por el cual se puede manifestar la expresión de ideas, las emociones, aspectos culturales, como costumbres, (esto tiene relación con lo que establece el 1er axioma, la imposibilidad de no comunicar), rituales y todo un espacio que forja el núcleo de una identidad, misma que se desarrolla a

través de una interacción y participación del ser humano. En el caso de los jóvenes metaleros que van al Tianguis cultural el Chopo, se forja una identidad cuando dicho espacio los hace sentir cobijados, es decir; cuando se sienten parte de un mismo contexto en el que pueden expresarse porque también hay similares a ellos, porque comparten gustos y significados desde el ámbito musical. “Como actividad simbólica que es, ha de ser vivida y experimentada socialmente para que se puedan verificar su realidad, su eficacia y su poder comunicativo.” (Hormigos, 2012:76), la música se convierte en una interrelación de percepciones y comprensiones de una gama de elementos que componen una expresión cultural, misma que está llena de significados, debido a que esta transmite mensajes, mismos que pueden ser interpretados de diferentes maneras, dependiendo de lo que éstos le transmitan a cada persona, ya que la música cuenta con un código, un lenguaje que consta de un canal, un receptor, emisor y la construcción de un mensaje. Es justo lo que puede desarrollar la interpretación que las personas decidan darle, debido a que en ella se encuentra una estructura plagada de emociones y significaciones (esto tiene relación con el 2do axioma, los niveles de contenido y relaciones de la comunicación).

El lenguaje se convierte en la materia prima no sólo de la música para poder comunicar, debido a todo su campo semántico que desarrolla, éste se caracteriza por ser el transbordador de la comunicación humana, y se puede expresar de una manera verbal, escrita, gestual y melódica, lo que lo imbrican con todo contexto musical y social. Weber llega a un estudio evolutivo del lenguaje musical, concluyendo que:

Este no se cierra en sí mismo, sino que nace en conexión con una serie de acontecimientos que no son solamente musicales, nace en conexión con las exigencias de comunicación musical de una determinada sociedad y con la progresiva extensión de la racionalización de los lenguajes y de las relaciones sociales. (Hormigos, 2012:79)

Así la música como un medio de comunicación solamente se realiza cuando tiene vínculo con la sociedad, ambas se complementan y se construyen de acuerdo al desarrollo que presenten las culturas en sus diversos contextos. Lo imperativo de esto viene a relucir cuando el acto comunicativo de la música, se realiza en función de las sociedades; Adorno establece que “la música es un hecho social porque está en la sociedad y, por tanto, lo verdaderamente importante será conocer cuál es la función o funciones de la música dentro de la sociedad”. (Hormigos, 2012:81). La música presta importancia a la perspectiva que

tenga cada sociedad de ésta, ya que las significaciones, valores simbólicos que aporta todo tipo de música no es lo mismo para una cultura que para otra, por ejemplo para la audiencia que gusta del género musical *heavy metal*, éste no puede ser percibido de la misma manera por parte del público mexicano en relación con las personas que viven en Europa, debido a que dependen de factores como son la forma de recepción; la forma en que se consume la música, muestra la construcción de identidades debido a que una característica del consumo cultural es que, parte de un conjunto de procesos socioculturales en los que se realizan apropiaciones y usos particulares de los productos; así finalmente sólo importa el hecho de que la música crea una relación y significación que se establece entre las personas y las sociedades, mismo factor que crea un acto comunicativo.

La música termina siendo un fenómeno en el cual cohabitan diversos aspectos que permiten que ésta se vuelva un acto comunicativo. Las emociones, sensaciones, sentires, son sólo parte de una estructura que se concreta debido a la manera en que los individuos interpretan la música, situación que da lugar a una decodificación, mismo aspecto que permite un desarrollo y establece una interacción, para que de esta manera se dé una interpretación y un valor que proviene de una estructura comunicativa intercultural.

#### **4.6 Enfoque desde los Estudios Culturales**

El enfoque metodológico de la presente investigación se basa en los Estudios Culturales, debido a que son un campo de estudio inmerso en la relación que hay entre los medios de comunicación, la cultura y sus relaciones de poder con el consumo cultural desde la propuesta latinoamericana de Nestor García Canclini

Dichos estudios se centran por una parte en los medios de comunicación en cuanto que estos contribuyen a interiorizar una imagen de la realidad focalizándola como parte de la cultura y por otra parte la manera en que se consumen los medios y cómo la sociedad los manifiesta en su cotidianidad.

El interés de los estudios culturales es analizar los procesos sociales con la finalidad de poder esclarecer la realidad desde el desarrollo de la cultura, misma que conlleva a que los

grupos sociales puedan manifestar valores y significados a través de sus prácticas y sus devenires.

#### **4.6.1 Los Estudios Culturales de la escuela de Birmingham**

Los Estudios Culturales se basan en diferentes estudios de diferentes disciplinas, como la antropología, sociología, lingüística, psicología, filosofía, ciencias políticas, con la finalidad de esclarecer sus objetivos.

Los Estudios Culturales de la Escuela de Birmingham (1964) se realizan por medio de dos enfoques, el primero del marxismo el cual elabora una explicación desde los procesos sociales del capitalismo; y el otro enfoque por medio de la tradición culturalista, el cual aborda que lo cultural es inherente a los aspectos sociales.

Dichos estudios nacen en Inglaterra después de la Segunda Guerra Mundial, con el antecedente de la creación del *Centre Contemporary Culture Studies* (CCCS) en el que Richar Hogart funge como su primer director hasta el año de 1969, posteriormente se colocaría en su lugar Stuart Hall. (Urteaga, 2009: s/n).

Stuart Hall en su texto “Estudios Culturales: dos paradigmas” aborda dos vertientes las cuales reflexionan sobre dichos estudios; por una lado está el culturalismo y por el otro el estructuralismo. Para ello se basa en las premisas de los autores, “Richard Hoggart, (*The Uses of Literacy*), las obras de Raymond Williams (*Culture and Society* y *The Long Revolution*) y el trabajo del historiador E.P. Thompson que, en retrospectiva, manifiestan una ruptura significativa con sus tradiciones de pensamiento”. (Hall, 2006: 234).

Stuart Hall rescata de Williams dos maneras de concebir a la cultura, la primera establece que las sociedades se reproducen así mismas, es decir, a través de sus descripciones manifiestan un sentido por medio de sus experiencias que tienen en común, lo que se basa solamente a un momento histórico.

La segunda manifiesta su idea desde lo antropológico, asumiendo que la cultura se describe desde las prácticas sociales,

“el estudio de las relaciones entre elementos en una forma total de vida” (citado en Hall, 2006), la cultura no solamente se concibe desde las costumbres o hábitos de las sociedades, sino que está relacionada con diversas conexiones de las interrelaciones de las prácticas sociales.

Posteriormente Williams hace hincapié en la “actividad constitutiva en general, en la actividad sensorial humana como práctica, a partir de la primera tesis de Marx sobre Feuerbach, en diferentes prácticas concebidas como una insoluble práctica total en la totalidad social” (Hall, 2006:239), esta forma de concepción enfrenta a las definiciones idealistas, asumiendo que no es la base y la superestructura lo que se debe estudiar, la cultura se debe de estudiar como centro de reflexión en cuanto a procesos específicos.

Por otra parte Thompson asume que “cualquier teoría de la cultura debe comprender el concepto de la interacción dialéctica entre la cultura y algo que no es cultura” (Hall, 2006, p 240), Thompson observa a la cultura desde los elementos de conciencia y condiciones como aspectos que van entorno con la experiencia.

Stuart Hall contrasta desde una reflexión estructuralista, en la que plasma que la experiencia no se daba a partir de la misma, sino que era un efecto de la cultura, como un conjunto de categorías por las que el individuo le da sentido a su propia existencia. El estructuralismo permite analizar la forma en que se conjuntan las prácticas sociales y económicas, ya que las personas tienen una concepción de su identidad con base en estos aspectos.

Siguiendo con los Estudios Culturales, éstos se encargan de analizar los siguientes aspectos:

- Los movimientos populares, centralizados en las subculturas.
- La etnografía de las subculturas desde las sociedades urbanas, analizando cómo interpretan sus experiencias culturales.
- El análisis de los medios de comunicación, desde la estructura del lenguaje, como se relaciona con las ideologías.
- La producción cultural a través de los medios. (Urteaga, 2009).

Los Estudios Culturales tienen como partida abordar el estudio del concepto Cultura, palabra que no tiene una definición propia, sino que ha generado diversas controversias, sin embargo no de gran problemática, sino de una serie de diversas opiniones entre los estudiosos de dicha noción que llevan a una convergencia.

Ahora bien, poniendo de partida que los Estudios Culturales no estudian a la cultura como un término particular, en conclusión buscan comprender la cultura en toda su diversidad desde aspectos, políticos, económicos y sociales, partiendo de una reconstrucción crítica.

#### **4.6 Consumo cultural**

Para comenzar a argumentar sobre lo que es el consumo cultural, parto de la idea de por qué es importante hablar de esta teoría, si bien, es la parte sustancial de la presente investigación, va más allá de una superflua explicación de lo que es dicha conjetura, sino que es una premisa que ayudará a comprender por qué el *heavy metal* forma parte del consumo cultural.

Si bien el consumo cultural ha estado ligado a que puede ser comprendido desde un aspecto meramente economicista, su estudio radica en que diversos factores como la cultura, identidad, las sociedades, los símbolos, son inherentes para poder concebir el consumo cultural.

El concepto de consumo está ligado a la idea de la posesión o adquisición de todo bien, ya sea material como la vestimenta, el comprar un carro o visitar algún espacio cultural como un museo, una exposición fotográfica, o simplemente escuchar música, desde esta idea toda persona pasa su tiempo consumiendo, sin embargo no simplemente consumen como una acción que fuese incontrolable y por la cual no puedan dejar de hacerlo, sino que existe un aspecto intrínseco el cual es el coadyuvante para que los individuos consuman.

Ese aspecto intrínseco puede ser resultante de lo que Pierre Bourdieu manifestaba en sus investigaciones, mediante la interrogante de cómo estaban estructuradas económicamente y simbólicamente, y cómo se reproducían y diferenciaban las sociedades. Él partía de dos ideas centrales del marxismo: “que la sociedad está estructurada en clases sociales y que las

relaciones entre las clases son relaciones de lucha”. (1990:9). Esta idea estaba relacionada con el vínculo de producción, circulación y consumo. Las clases se diferencian, “igual que en el marxismo, por su relación con la producción, por la propiedad de ciertos bienes, pero también por el aspecto simbólico del consumo, es decir por la manera de usar los bienes transmutándolos en signos”. (Bourdieu, 1990:10). Sin embargo estos signos son asociados de diferente forma debido a que se vislumbran bajo el panorama de los diferentes modos de producción, es decir la sociedad como una sistematización de clases sociales (como la clasificación de clases sociales que hace la secretaría de economía en México, las cuales son: Baja baja, Baja alta, Media baja, Media alta, Alta baja y Alta alta). Para Bourdieu el consumo de las personas se desarrolla por parte de las diferencias de clases y éstas a cada bien, le dan un valor y un modo de usarlo, a lo que llamaría “modos de producción cultural”.

Otro aspecto que Bourdieu maneja es que “trata de reconstruir en torno del concepto de *habitus* el proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas” (Canclini, 1990:26 citado), es decir; que las personas insertan en su día a día todo aspecto social que los conlleve a realizar actividades o prácticas culturales. El ser humano va adoptando gustos a través de sus percepciones y de sus pensamientos por medio de sus prácticas, lejos de que los medios y la publicidad tengan inferencia en ello, así los individuos manifiestan su propia elección de lo que necesitan o no, ya que a medida van creando hábitos e insertando significaciones lo que a su vez va marcando un signo y símbolo de distinción. Por lo que para Bourdieu el consumo son prácticas sociales mediante signos en la que se establecen distinciones y apropiaciones simbólicas.

Ahora bien, las personas que consumen pueden ser visualizadas desde cualquier estrato social y no solamente desde la idea que se podría tener sobre los individuos con un mayor poder adquisitivo, (es decir, que los individuos que tienen mejor posición económica con respecto de los demás, pueden consumir sin mayor problema) en comparación del pensamiento que se puede tener de las clases “medias o populares” ya que éstos si se deciden a consumir parecería que caen en dispendios, por lo que se asume que si no tienen

para vivir plenamente hacen gastos innecesarios, cayendo en la noción de un consumo reflejando una avidez que es canalizada a través de la publicidad o los medios.

El consumo cultural debe entenderse desde una transdisciplinariedad para poder comprender por qué las personas consumen lo que consumen, partiendo de la crítica de dos nociones, necesidades y bienes. Estos dos principios no tiene que ser percibidos desde una concepción naturalista, por ejemplo; toda persona tiene la necesidad de alimentarse para poder vivir, sin embargo la manera en la que come cierto individuo puede variar a la manera en la que comen otros, “lo que llamamos necesidades – aun las de mayor base biológica – surgen en sus diversas “presentaciones” culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y de la elaboración psicosocial de los deseos” (Canclini, 1993:262), de tal manera que las personas son parte de un grupo social ya sea familiar o de amigos, de esta forma es que van construyendo y enraizando gustos y necesidades, y a su vez la manera en la que las necesidades forman parte de cómo serán usados los bienes. Tomando en cuenta lo anterior García Canclini propuso en primera instancia que, el consumo es “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta ubicación del consumo como parte del ciclo de producción y circulación de los bienes permite hacer visible aspectos más complejos en comparación de una mera compulsión consumista” (1993:263). Por ejemplo, en el caso de una persona que tiene gusto por el *heavy metal* al comprar un artículo relacionado con dicho género musical el uso de éste puede ser distinto al de otra persona, mientras que un individuo escucha cierta canción para aprendérsela y posteriormente poder tocarla el mismo, otro puede escuchar la misma canción durante su traslado a algún lugar.

El mismo autor propone analizar seis modelos para poder esclarecer lo que es el consumo cultural.

**Modelo 1.** El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de la expansión del capital. Este primer modelo explica que las personas consumen en concordancia con las estrategias de las empresas mercantiles, éstas provocan un aspecto ilusorio en el que los individuos manifiestan una necesidad de adquirir cierto producto, sin embargo no se puede percibir el consumo desde las estrategias empresariales que aparentemente causan que las personas consuman; sino que el consumo por parte de las sociedades se tiene que ver desde

el conocimiento que tiene la gente al comprar, entendiéndose que existe una racionalidad entre el productor y el consumidor.

**Modelo 2.** El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. El modelo plantea que las sociedades disputan la forma de la apropiación de cierto producto, puesto que la visión que se tiene de cierto sector social respecto al otro se configura de tal manera que el consumo de cierto producto es usado diferentes formas, pero en un contexto en el cual todo tipo de clases quieren ser participes.

**Modelo 3.** El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. Si bien el modelo anterior plantea que se disputa socialmente lo que se produce y a su vez la manera en que las personas lo usan; es precisamente que el modo de usar los bienes que se poseen es un diferenciador de clase social, entendiéndose que no precisamente esa diferencia recae no por la mayor posesión de bienes que se tengan, sino en la transformación mediante signos que se le dan a los objetos, y no solo a la cuestión material sino también a la de aspectos como el arte o la música, puesto que cada sector social puede tener una perspectiva diferente. Esta diferenciación debe ser entendida desde lo que el consumo significa para cada grupo o sector, puesto que para cada uno se convierte en un valor simbólico, tal podría ser el caso de los metaleros al escuchar metal, tenga una representación simbólica mediante el significado que este género les represente.

**Modelo 4.** El consumo como sistema de integración y comunicación. Hasta este modelo se puede comprender que mediante el consumo las sociedades forman un esquema de interacción, la cual hace que cada sector tenga cierto gusto, interés o necesidad de apropiarse de un bien material o moral, puesto que finalmente el consumo funge como un integrador social y comunicativo las personas tienen gustos particulares o similares a las de otras que a su vez le dan un significado, tal como podría ser el de escuchar música como el género *heavy metal*. Por ejemplo podría ser que al asistir a una fiesta de cumpleaños, seguramente habrá diversos e iguales gustos de géneros musicales, pero al encontrarse en un contexto grupal en el que predomina dicho género musical, se forma una integración la cual forma una aceptación de la diversidad sonora y la significación que pueda tener para cada persona.

**Modelo 5.** El consumo como escenario de objetivación de los deseos. Las personas pueden mostrar un consumo que no pertenece ciertamente a sus gustos, pero que le pueden dar un valor significativo. El consumo puede ser percibido desde un contexto que no meramente recae en el deseo del individuo sino de lo que le puede evocar, por ejemplo una pareja que tiene el mismo gusto por el género musical *heavy metal*, escuchan cierto disco, pero para alguno de los dos ese álbum no es de su agrado, el no gustarle pasa a segundo plano y el hecho de compartir ese momento con la pareja toma un valor significativo.

**Modelo 6.** El consumo como proceso ritual. Este modelo plantea que las personas tienden a ritualizar ciertas circunstancias dándoles significaciones, puesto que más allá de sus deseos se encuentra la interacción que se encarga de dar un significante, como podría ser el ver o no ver televisión en familia a la hora de la comida, se asume la importancia que dicho acto tiene en el entorno familiar, así mismo se va formando un acuerdo mutuo y una elección.

Partiendo del estudio de estos seis modelos es el comienzo para poder analizar lo que es el consumo cultural. Se entiende que el consumo no es irracional, sino que es parte de una apropiación en la que cierto sector social le dará un uso mediante un aspecto simbólico, que a su vez permea en un contexto de comunicación e interacción y se da una ritualización mediante la proyección de un significado, por lo que cada uno de estos aspectos son inherentes a un contexto cultural.

Dicho contexto cultural es desarrollado por la conexión global que se manifiesta a través de las diversas sociedades por medio de la producción, circulación y consumo que se da en todas las clases, ya que “los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles” (Canclini, 1993: 267).

Cada sociedad, grupo o individuo asigna un valor simbólico a cada bien que consume sea material o no material; para una persona un anillo de oro puede tener un valor porque le costó su esfuerzo de trabajo para conseguirlo, por lo que para otra persona puede tener un valor sentimental porque un familiar se lo regaló.

Por lo tanto, es posible definir la particularidad del consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica. (Canclini, 1993: 268).

El consumo cultural es una estructura sostenida por la reproducción de las sociedades, en la que todos son partícipes (los medios masivos, las industrias, los públicos), cada uno es una rama de la integración comunicativa en la que se toman decisiones de producción y de consumo con base en las necesidades e interés de cada rubro mediante el conocimiento de un contexto cultural y no solamente de la “apropiación o del adueñarse, sino también las variables de los usos sociales, la percepción/recepción, el reconocimiento cultural, así como la construcción de ciudadanía en sentido de pluralidad, por tanto de concepción democrática de la vida”. (Bisbal. 1999: 37).

Los individuos son parte de una construcción social en la que finalmente en su raciocinio está la manera en la que consumen y el por qué lo hacen, son receptores culturales y también emisores de los que son partícipes de una reproducción cultural de acuerdo a una identificación, misma que los conlleva a ser parte de un grupo social en el que son partícipes de una constante interacción por la que comunican sus deseos, obteniendo lo que quieren, pero al mismo tiempo construyendo y actuando en un rol comunicativo caracterizado por distintas maneras de pensamientos y de significados.

## Capítulo V. Aparato metodológico

### 5.1 Justificación del método elegido

En este apartado se desarrolló la estrategia metodológica que se utilizó para analizar e interpretar los datos proporcionados por los informantes.

Hernández Sampieri menciona que una investigación se lleva a cabo “mediante la perspectiva de alguno de los dos enfoques metodológicos, en el cual prevalece, y el estudio conserva componente(s) del otro enfoque” (Hernández, 2003:176). En este caso el enfoque que tendrá presencia en esta investigación será el cualitativo, cuyas características definidas por Taylor y Bogdan (1986) son las siguientes:

- Es Holística. Se estudia a los sujetos y su escenario en su contexto
- La interacción entre investigadores y sujetos se da de manera natural y no intrusivo
- Los investigadores tratan de percibir a sus sujetos de estudio dentro del marco referencial de ellos mismos
- Se busca la comprensión detallada de las perspectivas de otras personas
- El investigador se puede valer de otro método, pues no es prisionero de un método.

En la presente investigación se utilizó la estrategia cualitativa ya que tiene como objetivo descubrir las cualidades de un fenómeno, así como, comprender a profundidad el por qué de éste. El enfoque cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.” (Hernández, Fernández y Baptista. 2006: 16)

La investigación cualitativa transporta al investigador a un contexto natural en el cual las personas se desenvuelven de tal forma que le aporta al investigador el poder construir una realidad a través de lo empírico. El investigador al construir esa realidad, muestra la complejidad que es el poder estudiar a los sujetos en un ámbito social, ya que se necesita de insumos y técnicas para que éste pueda ahondar en su investigación lo mayor posible, para así se coadyuve a la construcción de lo que quiere saber, conocer o interpretar.

La metodología cualitativa, “busca estudiar de manera científica los imaginarios, las representaciones, las culturas y subculturas humanas. En una palabra, todo aquello que guarda relación con el universo social y el mundo representacional del ser humano”. (Katayama, 2014: 17), en el caso de los metaleros que asisten al Tianguis Cultural el Chopo, dicha metodología ayudó al estudio de las personas que acuden a este espacio, en cómo se desenvuelven y cuáles son los aspectos que producen en ellos una identidad.

Dicho lo anterior se puede considerar que la metodología cualitativa: “es un proceso de indagación de un objeto al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas, que le permiten involucrarse con el objeto para interpretarlo de la forma más integral posible”. (Orozco, s/a: 83).

Es así que las técnicas que se utilizaron como instrumentos de investigación fueron la “observación y entrevista” las cuales ayudaron a entender de una manera personalizada el por qué los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis el Chopo de la Ciudad de México consumen el género musical *heavy metal* en dicho espacio y así tener una mayor claridad en cuanto a la construcción de su identidad. “El investigador cualitativo obtiene un conocimiento directo de la vida social, no filtrado por conceptos, definiciones operacionales ni escalas clasificadoras” (Álvarez, 2003: 30)

Este método cualitativo menciona que todos los puntos de vista son valiosos, éste no busca "la verdad" o "la moralidad" sino la comprensión detallada de la perspectiva de las personas, son puntos de vista importantes para la investigación.

Esta metodología a comparación de la cuantitativa aportará más a la investigación, ya que como menciona Steve Taylor y Robert Bogdan:

"Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas. Para la perspectiva fenomenológica y por lo tanto para la investigación cualitativa es esencial experimentar la realidad tal como otros la experimentan. Los investigadores cualitativos se identifican con las personas que estudian para poder comprender como ven las cosas". (Steve y Bogdan, citado en Álvarez, 1990: 20).

Por ello se pretende conocer por medio de este método cómo es que a través del consumo cultural del *heavy metal* se forja parte de su identidad en los jóvenes metaleros que lo escuchan y asisten al Tianguis el Chopo.

## **5.2 Selección de técnicas utilizadas**

### **5.2.1 Observación participante**

En esta investigación una de las técnicas que se aplicó es la observación, misma que se da de una manera consciente y tiene como objetivo hallar una relación entre los hechos que se vayan suscitando y que a su vez sean precisos. La observación se aplica mediante una metodología cualitativa por la cual el investigador cualitativo obtiene un conocimiento directo del ámbito en el que se involucra.

La observación ha sido un medio por el cual los seres vivos han desarrollado un aprendizaje. Los humanos como agentes sociales, siempre observan, sin embargo pasan desapercibidos (en algunos casos) a lo que acontece a su alrededor, por ejemplo, ya sea por falta de tiempo o por vivir en un contexto social en el que el factor tiempo es visto como una pérdida de dinero de un sistema capitalista y moderno, pero eso podría ser otro tema.

La finalidad de la observación radica en mirar un fenómeno social con la ayuda de una mirada científica, es decir, divisar todo aspecto de una manera clara y objetiva. Al observador participante se le puede entender como, “aquel método por el cual el observador participa en la vida cotidiana de la gente que está siendo objeto de estudio, sea de forma abierta en el papel de investigador, sea de modo encubierto, observando las cosas que ocurren, escuchando lo que se dice y haciendo preguntas a la gente, a lo largo de un período determinado de tiempo”. (Becker y Geer, 1957:28 citado en Jankowski y Jensen 1993: 77), Por tanto realizar la observación participante estriba en mirar a los metaleros en un espacio al cual acuden como lo es el Tianguis cultural el Chopo, desde una perspectiva analítica en éste ámbito social y cultural.

También se consideró importante toda acción que realizan las personas en el Tianguis Cultural el Chopo, puesto que se debe tener una noción o conocimiento de cada aspecto que presentan en dicho contexto de manera natural.

### **5.2.2 Entrevista**

Esta técnica no solamente se basa en hablar con otra/s personas como un emisor y un receptor los cuales decodifican mensajes, sino que por medio de la entrevista se puede tener una proximidad con el informante; fungiendo como un medio en el cual el entrevistado emite sentimientos, formas de pensar, lo que visualizan, anécdotas, etc.

La entrevista “es una interacción dialógica, personal y directa entre el investigador y el sujeto estudiado. Se busca que el sujeto exprese de manera detallada sus motivaciones, creencias y sentimientos sobre un tema.” (Katayama, 2014: 80). Esta técnica permite adentrarse en los pensamientos de las personas entrevistadas desde el paradigma de su propia subjetividad, aportando sus conocimientos que van de la mano del contexto en el que socialmente se encuentran.

Por tal motivo la entrevista permitirá tener una interacción con los metaleros que asisten al Tianguis cultural el Chopo de la CDMX de tal manera que ambas partes (entrevistador / informante compaginen para formar una conexión en la que no solamente se vea el interés del entrevistador por escuchar a los informantes como un medio de obtener información sino en la que el informante sienta la atención y la misma importancia al momento que se exprese.

La entrevista cualitativa es una técnica de investigación que se desenvuelve como una conversación y permite la expansión narrativa en las respuestas de los sujetos, se encuentra a medio camino entre la conversación cotidiana y la entrevista formal, es también un sistema de comunicación. (Sierra, 1998, citando en Uribe, 2013: 217).

## **5.3 Diseño de instrumentos metodológicos**

### **1) Guía de observación**

Para la observación, previamente se realizó un cuadro en el cual se especifican las categorías a observar, Elementos del *heavy metal*, Aspectos físicos de los metaleros, Elementos característicos del tianguis cultural el chopo, heavy metal nacional e internacional, para tener un claro registro de cada una de estas. (Ver anexo 1).

### **2) Guía de entrevista**

Para las entrevistas, se realizaron 38 preguntas que tuvieran una relación con el objeto de estudio a través de varias categorías: Información personal, Consumo cultural, Identificación con el heavy metal, Características de los metaleros, Elementos del tianguis, Factores entre heavy metal nacional e internacional y Expresión contracultural. (Ver anexo 2 y 3).

## **5.4 Selección de los informantes**

### **Observación**

Esta técnica se enfocó en los actores sociales, en este caso los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis cultural el Chopo de la Ciudad de México, en un contexto real; en el que se analizó cada aspecto como la fachada (vestimenta) de los metaleros que acuden a dicho espacio, lo que consumen del *heavy metal* (tipo de música nacional o internacional), los elementos que caracterizan al espacio al cual acuden los metaleros y la manera en la que se desenvuelven e interactúan. De esta manera se pueden capturar los aspectos más significativos del tema a tratar, para así obtener datos que sirvan para comprender el proceso que forja la identidad de los jóvenes metaleros a través del consumo cultural del *heavy metal*.

## **Entrevista**

Para la entrevista, los informantes fueron siete, cinco que oscilan entre los 15 y 29 años de edad, que sean metaleros y que asistan al Tianguis cultural el Chopo. Mientras que los dos restantes son locatarios con la finalidad de tener más claramente el contexto actual del Tianguis cultural el Chopo.

Se realizaron una entrevista a una mujer y cuatro entrevistas a hombres, las dos restantes a los locatarios.

Por tanto, para obtener los resultados deseados, las aplicaciones de los instrumentos fueron de una manera ética, en la que el acercamiento con los actores sociales fuera de una manera respetuosa y con la finalidad de poder vincularse con éstos para que la interacción fuese de una manera empática.

## Capítulo VI. Interpretación de resultados

El presente apartado se enfocará en un análisis a partir de los discursos obtenidos de los informantes a través de las entrevistas, así como los resultados de las observaciones que se obtuvieron del Tianguis Cultural el Chopo. Estas técnicas de recogida de datos se vincularon con lo establecido en el objeto de estudio, aunado con el apartado del marco teórico, para poder analizar de qué manera el consumo cultural del *heavy metal* participa en la construcción identitaria de los jóvenes metaleros que lo escuchan y asisten al Chopo de la CDMX.

Cabe aclarar que en un principio se pretendió realizar un número igualitario de entrevistas tanto para mujeres y hombres metaleros, para tener el discurso de ambos géneros y no solamente se tuviera una sola línea (masculina o femenina), sin embargo fue difícil poder conseguir informantes que fueran mujeres, debido a que al momento de pedirles una entrevista, primero porque rebasaban la edad, otras se negaron ya sea por pena o simplemente porque no quisieron. En el caso de los hombres, también fue difícil encontrar informantes de este género, pero éstos fueron más accesibles. Por tanto se entrevistaron a una mujer y a cuatro hombres.

Para esto se realizaron en total siete entrevistas, cinco basadas en seis categorías, las cuáles son: Consumo cultural, Identificación con el *heavy metal*, Características de los metaleros, Elementos del tianguis, Factores por los cuales los jóvenes metaleros consuman más *heavy* nacional o internacional y Expresión contracultural.

Cabe aclarar que las otras dos entrevistas fueron realizadas a locatarios (metaleros), abordando las mismas categorías, pero principalmente con la finalidad de tener una perspectiva del contexto actual del Tianguis Cultural el Chopo, y para poder realizar una breve comparación entre los discursos de los jóvenes metaleros que asisten a dicho espacio y la visión que tienen los locatarios, para poder analizar cómo el consumo cultural del *heavy metal* por parte de los jóvenes metaleros construye su identidad.

Para el análisis las personas entrevistadas son, los jóvenes metaleros, Mónica de 24 años, ocupación, estudiante de la UAM, vive en la delegación Iztapalapa. Víctor de 25 años, ocupación estudiante de la UACM, vive en la delegación Iztapalapa. Daniel 23 años,

estudiante de la UAM, vive en la delegación Iztacalco. Christopher 19 años, estudiante de preparatoria, vive en la delegación Azcapotzalco. Guillermo 18 años, ocupación mesero, vive en la delegación Gustavo A. Madero.

Los locatarios, son: Sergio 44 años, ocupación Abogado y vendedor del Tianguis cultural el Chopo y Rafael 35 años, ocupación valuador de inmuebles y vendedor del Tianguis cultural el Chopo.

### **6.1 La cultura y comunicación de los jóvenes metaleros con el contexto del Tianguis Cultural el Chopo.**

Este apartado alude a la interpretación del por qué los jóvenes metaleros acuden al Tianguis Cultural el Chopo, en correlación con uno de los objetivos planteados, el cual es describir qué elementos caracterizan al Tianguis cultural el Chopo, así como qué relación tiene dicho lugar con que sea cultural y con la comunicación.

Como se mencionó en el marco histórico contextual, el Tianguis Cultural el Chopo es un espacio donde convergen diversos tipos de contextos culturales, la mayor parte relacionados con la música, como el rock, punk, blues, etc, pero el que interesa en cuestión es el del *heavy metal*.

Durante la observación que se hizo, el Tianguis Cultural el Chopo es un espacio geográfico pequeño; como su nombre lo dice, es un tianguis y tiene las características que la mayoría de éstos en la ciudad tienen, es pintoresco los puestos están organizados de manera que cada uno tiene un cierto espacio oficial. Rafael comenta que, “sí, existe una especie de directiva que son quienes organizan aquí el tianguis, hay también esta directiva se encarga de poner en orden los locales, de ponerles un número a cada local, tienen juntas para el mejoramiento del Tianguis del Chopo.” (2018). A pesar de que es pequeño, tiene gran variedad en el que se encuentra desde ropa, cd’s, acetatos, accesorios (aretes, pulseras, collares, anillos, etc), ropa, calzado, artesanías, hacerse tatuajes y muchas cosas más. Cabe mencionar que su ubicación se encuentra en la calle Aldama entre las calles Sol y Luna de la colonia Guerrero de la Ciudad de México; el Tianguis solamente se encuentra los días

sábados, en un horario de 11:30 am a 17:00 pm hrs aproximadamente. A este sitio acuden diversos tipos de personas, que les gusta distintos géneros de música.



Foto por autoría

Ahora bien en primer instancia y aunado a esto, la comunicación entre los lugareños del Tianguis es fundamental para la organización del mismo, ya que esta se desempeña “(...) como un instrumento de participación conjunta entre dos o más hombres con el propósito de acción común de apertura hacia los demás, y valiosa en contenidos acrecentadores de la personalidad.”(García, 1996:1). Desde los directivos, locatarios y personas que asisten a éste tianguis tienen finalidades en común. Se convierte en un núcleo de comunicación, primero porque toda persona tanto locatarios como el público que visita el Tianguis se involucran para que el lugar funcione como un ámbito en el que satisfaga las necesidades de todos, segundo porque todos los que se hacen partícipes en ese espacio dan apertura o posibilitan el consumo de diferentes bienes culturales, como son la escena musical y demás mercancía, y tercero porque confluye una relación social en la que de manera individual cada persona se desenvuelve en dicho contexto.

Sin embargo su escenario ha ido cambiando con el pasar de los años, no es lo mismo que cuando comenzó, a la actualidad, su transición ha tenido un cambio radical, como por ejemplo en la cuestión musical, el locatario Rafael comenta que,

Pues bueno la transición, hace muchísimos años no había tantos locales como ahorita, esto comenzó como un espacio para intercambiar discos, este quizás si tú tenías un disco que no te gustaba pues tu venías y lo intercambiabas por otro, y así poco a poco esto se fue consolidando lo que nosotros conocemos, ya hay locales de tenis, de playeras, de chamarras, pantalones y obviamente todo lo relacionado a la música del *heavy metal*. (2018)

Está clara la diferencia de lo que era en un principio el contexto de este espacio con lo que es ahora, a pesar de ello la gente sigue acudiendo y adquiriendo diversas cosas, tanto las personas que laboran y las que lo visitan, lo que al final forma parte de la cultura del tianguis el chopo.

Dentro de las personas que están inmersas en dicho lugar, están los metaleros o bien personas que les gusta la escena musical del *heavy metal*. Empezando por los locatarios que en su mayoría llevan un considerable tiempo en el Tianguis cultural el Chopo, Sergio comenta al respecto, “Bueno de conocerlo, vengo desde el año 88 de conocerlo, y de venir al lugar, cada 8 días vengo desde hace 10 años, precisamente a exponer la cuestión cultural sobre todo de lo que vendo yo, son parches, básicamente.” (2018), por otra parte Rafael expresa, “relativamente yo tengo muy poco acá en este puesto, pero en el local que me encuentro el 149, creo que este local tiene sino me equivoco 20 años aproximadamente, se vende pues básicamente relacionado al metal son playeras, pines, discos, cassetes, dvd’s, vinilos, y lo que más se vende son discos y playeras.” (2018).

Existe una gran diversificación de productos en cuanto a la escena musical, en estos casos descritos, el público se acerca para comprar parches, discos y playeras, mismos aspectos que se confirman durante la observación, en ésta, efectivamente las personas adquirirían dichos materiales, además de otros, como ropa tanto de mujer y de hombre, acetatos, pulseras, collares, incluso se observó a mujeres y hombres haciéndose una perforación y algunos otros tatuándose. Es relevante mencionar que, acuden todo tipo de personas, es decir; “en realidad viene de todo público, porque bueno el *rockanroll* se basa desde los 60’s 70’s y como lo mencionaba, acá hay de todo un poco, *ska*, *heavy metal*, *hard rock*, *glam*, *rock* psicodélico de los 70’s, música de los 80’s también hay punk, prácticamente vienen de todas las edades, personas de 50 años, 40, 30, etc”. (Rafael, 2018).

La escena musical es parte del bagaje cultural que es peculiar de dicho espacio, además de los diversos productos se expone el contexto musical de una manera libre, diversas bandas se presentan al final de los dos pasillos que estructuran el Tianguis Cultural el Chopo, (los llamados toquines), en los que se proyectan diversos subgéneros no sólo del *heavy metal*, sino también de otros, como el *rock*, *el folk rock*, *ska*, *entre otros*. Aunque estos ya no se hacen tan visibles como en años anteriores con frecuencia, se sigue promoviendo dicho contexto, respecto a esto Sergio expresó que, “ammm sí, se siguen haciendo todavía eventos de *black metal*, *death metal*, *heavy metal*, vienen muchos grupos, siguen viniendo y seguirán viniendo, pero es muy concentrado, es un ambiente muy definido, toda la gente se conoce, cada ocho días si hay conciertos no son arriba de 500, 600, 700 personas, quizás depende mucho el grupo, pero sigue habiendo gente (...) (2018).

Así el Tianguis cultural el Chopo es un lugar que tiene su historicidad, que está bañado de diversos matices lo cual lo convierten en un espacio único en su materia, plagado de diversidad y de ser cultural, esto tiene relación con la premisa de Boas “la cultura recupera la historia que obliga a enfatizar más bien las diferencias culturales y la multiplicidad de sus imprevisibles derroteros. Es decir, frente al rígido esquema evolutivo tyloriano, Boas afirma la pluralidad histórica irreducible de las culturas” (Giménez, 2007, p 26), así el Chopo es cultural porque tiene su particularidad histórica, se tiene que concebir desde cada parte que conforma su estructura, debido a que es un ámbito en el cual:

encuentras lo que no encuentras en otros lados, aquí encuentras cosas artesanales que no encuentras en ningún otro lado con muy buena calidad, inclusive con calidad de exportación porque a mí me ha tocado ver a extranjeros que se llevan muchas cosas, cosas que aquí mismo hace la gente y eso yo creo que es el plus porque hay cosas que no vas encontrar en otro lado, música que o vas encontrar ni en *mixup* ni en ningún otro lugar más que internet, pero vaya yo creo que ése es el plus, que hay variedad de todo. (Sergio, 2018).

Las variedades que existen en dicho espacio tanto materiales como los diversos públicos que acuden, es parte de su proceso histórico que hacen énfasis del por qué es parte de la cultura y de la abstracción de conocimientos; ya que en este sitio convergen distintos gustos e interpretaciones del contexto que envuelve al Chopo, mismos aspectos que aluden lo que Edward Burnett Tylor expresó,

“Cultura o Civilización, tomadas en su sentido etnológico más extenso, es todo complejo que comprende el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y las otras capacidades o hábitos adquiridos por el hombre en tanto miembro de la sociedad.” (Citado en Cuche, 2002, p 20). En el chopo se entrelazan todos los elementos mencionados, se relacionan distintos aspectos culturales, mismos que se conectan y llegan a formar un espacio en el que traslada la comprensión de distintos aspectos que convergen.

Ahora bien, teniendo idea de la estructura y contexto que se manifiesta en el Tianguis cultural el Chopo, al que acuden distintos públicos, se abre la pregunta ¿por qué los jóvenes metaleros acuden a este espacio?

Dentro de los diversos públicos que visitan el espacio en cuestión, están los jóvenes metaleros, mismos que acuden por diferentes aspectos, cuestiones y gustos. Mónica acude “porque tienen buena música, porque normalmente viene la gente a este lugar porque encuentra lo que les agrada, ¡no! vienen por mercancía, entonces yo también asisto para eso, para comprar mercancía, discos, collares, pulseras, ropa, cosas así” (2018). Desde lo que expresa Mónica, lo material es un aspecto por el cual los metaleros asisten al Tianguis cultural el Chopo, por su parte Victor, exclamó que, “por la facilidad de conseguir material musical *underground*, es un punto, o más bien por muchos años, ahorita el internet lo está desplazando, pero antes conseguir música y más de metal internacional *underground* era muy difícil, entonces el chopo era el punto (...) (2018), La cuestión musical es otro elemento que atrae al metalero, la facilidad con la que se puede conseguir ahora la música del metal, sin embargo más allá de dichas cuestiones, está la de sentirse parte de un contexto social, Christopher asiste,

Porque aquí encuentro cosas que no encuentro en ningún otro lado, porque la gente que está aquí te entiende, te hace sentir cómodo, te hace sentirte ammmm porque como les gusta lo mismo que a ti, no te sientes tan excluido, ¡no! como muchas veces en otras partes que se te quedan viendo raro, que te ven y así como de ay no me vaya a robar, no me vaya hacer algo, o sea si es muy variado todo eso. (2018)

Los metaleros acuden al Tianguis cultural el Chopo no solamente por gustos materiales; sino por el sentir que experimentan, el conocimiento que les genera, por la gran diversidad

de personas que hay en dicho sitio, lo que en su conjunto termina en una relación con el aspecto musical y con la comunicación humana, la cual es la fuente vital de aportar y recibir conocimientos, “por fuentes de conocimiento debemos entender aquellas prácticas (más o menos institucionalizadas), dentro de una cultura, cuyo objeto es la acumulación, la organización y la transmisión de las relaciones observadas en la naturaleza y la especie humana” (de Miguel, 2010:12), así también la comunicación es parte importante en las relaciones que tienen los metaleros para su forma de vivir y de interpretar su alrededor, en este caso el de dicho Tianguis.

A los jóvenes metaleros les gusta visitar el Chopo, pero aparte tienen gustos específicos sobre el lugar, Mónica rescata que,

“a pesar de que no creo en los estereotipos, en este lugar se encuentra pues como el estereotipo de los metaleros muy marcado, entonces el hecho de venir a lugares así, hace que conozca más de la música porque incluso que la gente que viene aquí, no solamente son jóvenes, son personas que ya conocen de mucho tiempo, pues entonces si tú te acercas a preguntar por algún cantante, por algún artista, entonces ellos te recomiendan más cosas, entonces para conocer. (2018)

Por su parte Guillermo expresa que lo que le gusta del Chopo es, “venir a comprar ropa o de repente venir a algún toquín que armen o algo”, mientras que a Víctor “el ambiente, siempre hay metaleros, punks, gente normal, extranjeros, turistas, es un clásico echarte la chela ahí, esta padre”. (2018). Se conjuntan una serie de elementos que hacen que sea un aspecto repleto de interacciones que van permitiendo construir significaciones para los metaleros, todo esto forma parte de una cultura, de acuerdo con Geertz, (1973), “el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones.”(p 20). Los metaleros empiezan a dar significados al espacio al que acuden, lo que posteriormente los sumergirá en aspectos simbólicos que por ende les dará una interpretación a lo que viven en aquel lugar. En relación con lo dicho Jhon Thompson (1990) considera que “la concepción simbólica es un punto de partida adecuado para desarrollar un enfoque constructivo para el estudio de los fenómenos culturales”. (p, 184).

Entre los jóvenes metaleros se va construyendo un contexto cultural, plagado de comunicación, participación e interrelaciones, significados que les permite dar un juicio sobre dicho lugar. Mónica al respecto dice que, “realmente como sociedad pues, más bien como una comunidad muy urbana, te repito, el estereotipo está muy marcado, pero me siento a gusto, el identificarte con otras personas que escuchen ese mismo género o que les gusten cosas parecidas a ti, pues te hacen sentir bien.”(2018), por su parte Christopher opina que,

es un lugar que si bien se ha ido perjudicando con el paso del tiempo, para mí es un espacio muy padre porque es un espacio cultural, es un espacio que no te encuentras en cualquier lugar del país y para mí está muy chido que exista esta diversidad tanto de ropa como de música, que si bien se han ido metiendo otros géneros, otras cosas que nada que ver con el metal pues si es algo muy chido (...) (2018)

Mientras que Victor expresa que, “es un punto cultural muy chido, histórico, a la fecha se ha vuelto histórico el Tianguis cultural el Chopo, ya es patrimonio casi casi mexicano y es una aportación cultural, así que te digan algún metalero ve al Chopo, si tú no sabes nada del metal ve al Chopo y vas a ver más o menos qué es”. (2018).

Los jóvenes metaleros van acuñando diversos elementos por los cuales van creando símbolos y una “concepción estructural de la cultura”, misma que Thompson (1990) afirma. “De acuerdo con ella los fenómenos culturales pueden entenderse como formas simbólicas en contextos estructurados; y el análisis estructural puede interpretarse como el estudio de la constitución significativa y de la contextualización social de las formas simbólicas”. (p, 185). Así los metaleros también van forjando no solamente significados sino también parte de una comunicación misma que les transmite y a la vez transmiten aspectos simbólicos.

Ahora bien, los jóvenes metaleros asisten al Chopo porque tienen una relación con el contexto del lugar lo cual los hace sentirse identificados con características de éste, por ejemplo con elementos anteriormente mencionados como son la música y los discos (cd's), la identidad en primer instancia se entiende como “un sentimiento de mismidad y continuidad que experimenta un individuo en cuanto tal (Erickson, 1977, citado en Mercado y Hernández, 2010: 231), cada persona se percibe desde su subjetividad, desde lo que le llama la atención y le gusta, para después tener relación con otros individuos.

Victor piensa que se siente identificado “con el apoyo musical porque en el Chopo se han dado muchos eventos donde se ha apoyado a la música mexicana, por lo general es ir al Chopo y si hay tocada hay tocada y han pasado muchísimas bandas chidas, entonces eso es como recíproco.” (2018), mientras que Daniel se identifica “con los discos musicales”, por tanto dichos aspectos que mencionan los informantes son formas en que los jóvenes metaleros se reproducen de manera personal, social y que tiene relación con la idea de cultura del autor Echeverría “el cultivo son las formas identitarias en las que una sociedad se reproduce, en el que la lengua es el sinodal, así como el estandarte de los usos y costumbres” (Echeverría, 2009), estas identificaciones que manifiestan los informantes son parte de concebir a estos elementos del Chopo como un aspecto cultural, como parte de su identidad.

Por otra parte como se mencionó al principio de este apartado, está la opinión de los locatarios que también siendo metaleros pueden tener otra visión contextual del Tianguis cultural el Chopo, para comparar ideas del por qué los jóvenes metaleros acuden a este.

Rafael asume que los jóvenes metaleros asisten “pues porque es el único lugar que vas encontrar básicamente de todo con respecto a lo que es el metal, pues vas encontrar desde ropa, quizás los accesorios, *spikes*, parches, chamarras, chalecos, discos, cassetes, dvd’s, todo lo relacionado al metal”, mientras que Sergio tiene la idea de “porque es multicultural, aquí nadie te va a criticar si vistes de una forma, si piensas de x forma, nadie te va criticar de ello y puedes displayarte, entonces ehhs aquí hay gente rica, hay gente pobre, hay gente media, hay gente extranjera, hay gente de todo, hay de todo, es gente multicultural y por ello yo creo que la gente se siente más a gusto.” (2018).

Por tanto las ideas no son divergentes entre unos y otros, se puede asumir que los jóvenes metaleros van al Chopo porque éste representa aceptaciones, significaciones, representaciones simbólicas, identificaciones, sensaciones de pertenencia y un espacio que permite generar conocimientos, mismos aspectos que son parte de una cultura, de las identidades juveniles y de la comunicación, “las identidades juveniles se constituyen a través de una *praxis* diferenciada o discordante, que contiene comportamientos sociales y culturales compartidos, que dan sentido de pertenencia a un grupo, a una colectividad o a una generación” (Nateras, 2002:56), Esas identificaciones claramente son compartidas

mediante la pertenencia a un grupo o sector social, el ser parte de una agrupación los lleva a sentirse incluidos y escuchados, por lo que esto se puede relacionar con lo que Jurgüen Habermas nombró “Mundo de vida” el cual se compone de tres aspectos: “la cultura, la sociedad y la personalidad, cada uno de los cuales hace referencia a pautas interpretativas o suposiciones sobre cómo la cultura ejerce una influencia sobre la acción, sobre cómo se van estableciendo pautas determinadas en las interacciones sociales de los sujetos y finalmente, cómo se estructura un modo de ser de los individuos.” (Garrido, 2011:6).

Cada individuo que forma parte del terreno social del Chopo, le permite tener interacción con otras personas, lo que los dotará de una interpretación para entender su contexto cultural y su manera de manifestarse en el mismo. Así el Tianguis cultural el Chopo se configura como un espacio de comunicación debido a la relación que se establece entre todo su campo semántico.

## **6.2 El *heavy metal* como constructor de identidades y su relación con la comunicación**

El presente apartado abordará aspectos y causas del por qué los jóvenes metaleros se identifican con el *heavy metal*, esto en relación con dos objetivos de la presente investigación, que son: conocer de qué manera la música del género *heavy metal* genera comunicación entre los jóvenes metaleros para que éstos la consuman y conocer cuáles son los elementos del *heavy metal* con los que se identifican los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis cultural el Chopo.

Durante esta investigación se ha dicho que la música es un medio de comunicación por el cual las personas se manifiestan, el *heavy metal* es uno de los muchos géneros que existen por los cuales los jóvenes expresan ciertos aspectos y con el cual se identifican. Para poder identificarse con algo como en este caso con la escena musical del metal, primero hay que conocer el por qué y desde cuándo alguien escucha este tipo de música.

En el caso de Mónica, a ella le gusta el *heavy metal* porque “desde chiquita mis papás, mi familia me han inculcado un poquito del *rock*, del metal, del *heavy metal*, entonces siento

que es una forma de expresarse muy padre y pues yo cuando lo escucho me gusta, me hace sentir muy bien, me hace sentir alegre con mucha energía, no sé, por muchos factores.” (2018). En ella el gusto por el metal comenzó a través del núcleo familiar, le genera un sentimiento de alegría y bienestar. A Christopher “porque te dice las cosas como son, porque tiene ritmos fuertes, porque es muy chido, de cierta manera hasta varonil, porque pues tiene sonidos bastante rápidos y porque te dice las cosas como son, si el metal te quiere hablar de Satanás te va hablar de Satanás si el metal te quiere hablar de una historia te lo va a decir”. (2018) Para él, el *heavy* expresa algo directo, consta de sonidos y ritmos fuertes y de alguna forma asume que es un género para hombres; mientras que para Daniel, es agresivo y atrayente, “creo que es un género musical muy apasionante, bastante fuerte y la agresividad que muestra me es muy atrayente”.(2018)

Las primeras ideas parten de que el metal les gusta a los jóvenes por una cuestión familiar, porque el metal tiene expresiones directas, sonidos y ritmos rápidos y fuertes y por ser agresivo y atrayente. Es curioso que todos los informantes rayan en la edad cuando comenzaron a escuchar esta escena musical, tanto la única entrevistada y los cinco hombres, antes del comienzo de la adolescencia (12 años) dieron inicio a escuchar el metal, por tanto la mitad de sus vidas llevan escuchando dicha música y han desarrollado gustos específicos de los elementos que el metal expresa, Mónica asume “me gusta mucho cómo suena la batería y los solos del bajo y la guitarra me enciende un buen.”(2018), Victor dice que “te hace sentir libre, poderoso, es difícil de aceptar, tienes que irte acoplando a cómo vas escuchando el metal, alguna vez escuchas algo muy suave, algo muy fuerte y es experimentando, conforme vas creciendo personalmente también vas creciendo musicalmente.”(2018), Daniel expresó:

Para mí es el mejor, a mí me gusta muchísimo, es un género muy completo el cual es muy diversificado a través de sus instrumentos musicales, del heavy hay muchas vertientes entonces creo es un género muy completo muy apasionante y quienes lo desarrollan, los músicos, muchos son muy detallistas en hacer una canción, en cómo suena un bajo, cómo suena un riff de guitarra, la batería, son muy meticulosos en desarrollar una canción con los ritmos y todos los instrumentos. (2018).

Los sonidos que emite el metal son parte fundamental para el gusto de los jóvenes, la variedad que hay en ellos, su diversificación y su complejidad forman parte de una concepción cultural:

la música es una construcción humana de sonidos encauzados la cual, mediante instrumentos finamente ajustados y una expresión motora optimizada, se constituye en un estímulo sonoro espacio temporalmente organizado que resulta en una percepción auditiva compleja al estar dotada de estados emocionales y figurativos conscientes estéticamente significativos y culturalmente valorados. (Díaz, 2010:543).

El *heavy metal* les evoca a los jóvenes un estímulo que causa diversas emociones y pautas para tomarle un gusto, un conocimiento que posteriormente les permitirá hacer un juicio u opinión sobre éste mismo, Mónica opina que,

“otros géneros no los considero tanto como música, me agradan alguna bandas porque expresan muchas cosas como su vida cotidiana, como problemas sociales, problemas políticos, entonces yo siento que es una forma muy liberal de expresar todo lo que se siente y sin dañar a nadie, pues cualquiera es libre de escuchar lo que quiera, pero en especial esta música es dedicada a eso.” (2018).

Por su parte Guillermo opina “pues esta verga, el *heavy metal* musicalmente hablando está muy bien elaborado y la música se trata de sentir las cosas entonces yo creo que te ayuda bastante a todo el *heavy metal*.” (2018). Uno de los aspectos del *heavy* que gusta a los jóvenes es que éste les hace sentir distintas emociones y que se expresa de manera libre, si bien podría esta idea parecer un tanto obvia puesto que la música de cualquier género se expresa de tal forma, en este caso para los jóvenes el metal viene siendo el único género que les manifiesta un significado que posteriormente es inherente a su identidad, porque “el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al cual se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido”. (Castells, 1998:28), a los jóvenes metaleros les da una satisfacción, situación que es participe de un proceso cultural, debido a que su manera de entender dicho género es similar a la que les rodea, es decir, a personas que conocen y comparten la historia de éste, lo que es otro factor en el forjamiento de su identidad.

El *heavy metal* además de la emisión de sus característicos sonidos fuertes, estruendosos, rápidos, etc, que causan distintas emociones y opiniones en los jóvenes, por medio de las letras de esta música también cobran un sentido en los metaleros, Mónica al respecto expresa, “creo que bandas que he escuchado me gustan porque la letra que expresan es más al sentido de que te sientas alegre, de sí por decir, si tú vas a una fiesta convivas sanamente, para que tu cuerpo se exprese, son cosas como más internas pero que también no te están dañando todo el tiempo, no te incitan a hacer cosas que normalmente la sociedad lo ve mal”, para Guillermo, “ah pues son muy extensos los temas de los que habla cada canción y cada banda pero, en general lo que yo escucho tiene más que ver con cosas personales que les pasan a los artistas o situaciones de política y cosas por el estilo.” (2018) Mientras que para Christopher, “es tanta la variedad que existe que no hay como algo fijo, ¡no! algo que yo te pueda decir ah es lo que me gusta lo que no me gusta, pero por ejemplo la letras lo que más me gusta es que son muy metafóricas que te hablan algo de una manera para representártelo de otra, pues a través de ese tipo de líricas es lo que más me gusta.” (2018).

La letras son una simbiosis y a la vez son inherentes a la construcción y a la identificación de los jóvenes con el metal, éstas les transmiten valores, como pueden ser, honestidad, respeto, optimismo, integridad, equidad, etc, sienten empatía porque les expresa situaciones que han vivido y una diversidad cultural; las letras se conjugan con la música para poder comunicar, debido a todo su campo semántico que desarrollan, caracterizándose por ser el transbordador de la comunicación humana, así se va construyendo un lenguaje musical, mismo que Weber asume que, “este no se cierra en sí mismo, sino que nace en conexión con una serie de acontecimientos que no son solamente musicales, nace en conexión con las exigencias de comunicación musical de una determinada sociedad y con la progresiva extensión de la racionalización de los lenguajes y de las relaciones sociales.” (Hormigos, 2012:79). En el caso del *heavy* sus temáticas (letras) son diversas, además que provienen de diferentes países por lo que se vuelve un aspecto intercultural, por ende dicho género cuenta con lo siguiente, “la música tiene la capacidad de transmitir conocimientos, habilidades y valores intrínsecos a la cultura del compositor, y al mismo tiempo transmite emociones y sentimientos comunes a todas las culturas; por ello puede decirse que la música es un instrumento idóneo para el establecimiento de un diálogo intercultural.” (Bernabé, 2012:87).

Con base en todo lo anterior que el metal proyecta en los jóvenes, son insumos para la identificación y la significación que le dan, unos se identifican por particularidades, otros por emociones que también pueden tener su peculiaridad, otros en el cómo se ven ante los demás, Victor alude a esto que, “eres diferente, eres raro, te ven raro y te gusta ¡no! a parte te gusta que te vean raro, ahuevo yo no soy cómo ustedes, a mí me gusta la sangre”, para él es ser distinto encuentra su identificación en ello, además que le toma un significado intrínseco, el metal para él toma un sentido de “pues es una vida, es tu vida, porque si en verdad te gusta, te va a gustar hasta que te mueras, entonces es una vida, qué significado le puedes dar a tu vida, pues una vida musical, una vida sentimental.” (2018). Daniel asume su identificación por un sentir positivo “yo creo que en la euforia que causa por la fuerza de la música, pues es lo que me causa y me apasiona”, para él toma un significado, por:

Es un estilo realmente, se adopta a mucho al estilo de vida, no necesariamente porque te vistas como un metalero o por las características que por lo regular a nosotros nos hacen ver, como estereotipo, pero para mí a parte de la música que, es la que más me gusta, significa pasión para mí, significa también respeto porque siempre hay como una confrontación entre personas que eligen un estereotipo, un estilo musical distinto y como que siempre se insulta, ¡no! entonces para mí no necesariamente tienes que hacer esto, te enseña el respeto, te enseña una disciplina, algo similar. (2018).

A través del conocimiento que han tenido al escuchar el *heavy metal*, se produce una serie de comprensiones por las vivencias y por su asimilación de la misma, se torna en un aspecto simbólico, así, esto se relaciona con la idea del autor Hormigos, “como actividad simbólica que es, ha de ser vivida y experimentada socialmente para que se puedan verificar su realidad, su eficacia y su poder comunicativo.” (2012:76) la música tiene diversas percepciones y comprensiones, mismos que son parte de una expresión cultural debido a que el mensaje que les evoca el *heavy* a los informantes citados anteriormente, es el que importa de acuerdo a la interpretación y valores que éste les transmite.

Parece ser que el *heavy metal* para los jóvenes metaleros, es una rama del tronco de su vida, éste va más allá de una simple explicación del por qué les gusta, a nadie le gusta algo sólo porqué sí, sino que se conjugan una serie de elementos los cuales son participes en todo lo que connotan y denotan los informantes al manifestar su gusto por el *heavy* connotación.

La música se presenta como un medio de conocimiento, no es un aspecto superfluo que solamente alguien la escuche sin tener un efecto, por ejemplo para Christopher, tiene un significado el cual hace alusión a esto, “pues a mí el metal significa mucho en mi vida porque gracias a que me gustó, comencé a tocar la batería, realmente toda mi personalidad cambió, yo baso prácticamente muchas cosas de las que a mí me gustan en el metal, todo como que va relacionado, siempre va conjunto en el metal y en mi vida personal, van muy de la mano” (2018). Se entiende que la música como el metal se mira como un instrumento generador de aprendizaje y conocimiento, esto tiene relación con lo siguiente “la «Hoja de Ruta para la Educación Artística», elaborada por la UNESCO en el año 2006, estableció que cada cultura desarrolla unos medios a través de los cuales comparte y se comunica para tratar de comprender el mundo, además menciona la existencia de elementos básicos que serán comunes a todas ellas.” (Bernabé, 2012:91).

Para la cultura de los jóvenes metaleros el tocar un instrumento también es otro factor para identificarse con el *heavy*, éste además de ser un gusto que se da por aspectos mencionados anteriormente, es un aliciente para practicarlo y un medio de interacción. En la observación que se realizó en el Tianguis cultural el Chopo, se observó que varias personas lo practicaban, durante las visitas a este lugar, había grupos tocando para el público. También se observó a algunas personas que se acercaban al único puesto en el que se vendían guitarras. El *heavy metal* también es participe en la creación y/o interpretación de la música y por supuesto de la interacción; otro factor por el cual demuestra que la música es un sistema de comunicación.

Dentro del paradigma del contexto de los jóvenes metaleros se entiende que existen símbolos y con el que más se identifica un seguidor de tal género musical es el del cuerno con las manos.



Foto por autoría

Los jóvenes metaleros tienen cierto conocimiento de la historia de este símbolo, Victor comenta que “la más común es el cuerno con las manos, creo que fue en un concierto Hippie, donde era representada el amor y paz” (2018), Daniel, “yo realmente conozco uno que es el universal el de las manos con los dedos en forma de cuerno, que según quien lo creo fue un músico, ya en los años 70’s Ronnie James Dio, que simula los cuernos del diablo, ése es como el más universal.” (2018), Guillermo, “bueno nada más el típico del rock, de Dio, el de los cuernitos. Dio inventó esa señal por su abuelita o algo así que significa para el mal, bueno detén el mal, que es contra el mal. (2018). Si bien a ciencia cierta no se sabe con exactitud el origen de dicho símbolo y su significado, sin embargo en el documental *headbangers journey* el mismo Ronnie James Dio argumenta la historia de la mano en forma de cuernos, además que otros grandes exponentes de éste género le adjudican a él como el creador de tal símbolo

Lo que es cierto es que los informantes lo reconocen, cada quién tiene su versión de éste, pero sin duda alguna es un símbolo entre los metaleros, en conciertos, parte de los públicos lo hacen, en videos de varias bandas se ve que lo expresan, o se usa como una seña de algún saludo entre metaleros. Este símbolo se mira en diversos países lo que lo hace un aspecto intercultural y una universal manera de identificación y comunicación entre los metaleros. (Sería interesante indagar y tener una connotación profunda sobre ello.)

Lo anterior se puede relacionar con el 3er axioma de Watzlawick, “**La puntuación de la secuencia de los hechos.** Cuando los participantes intercambian mensajes, se sigue un flujo de comunicación, es decir; no se interrumpe la transmisión de ideas” (1985), el mismo símbolo al que se hace referencia puede presentar o representar un mensaje que hace énfasis en el gusto por el *heavy metal* o bien la interpretación de otros símbolos.

Otros símbolos para los jóvenes metaleros los encuentran en otros aspectos, Cristhoper comenta,

Pues no hay como tal un símbolo que nos defina, pero si hay algunas cosas que conocemos o compartimos, por ejemplo que tu playera de Baphomet, un demonio que es más conocido, o lo que si sería son los logos de las bandas, por ejemplo, si le quitas el nombre a una banda y le dejas su puro logo que sea una águila o una estrella lo identifico, por ejemplo hay bandas que tienen leones o estrellas algunos símbolos y tú los identificas que es de esa banda y ya los conoces, pero como tal que haya signos entre nosotros que identifiquemos para mí en lo personal yo siento que no.

Para él no hay un símbolo específico que defina a un metalero, pero sí otros que hacen que compartan cuestiones en común, como bien lo dice, se puede identificar a alguna banda por los logos ya sean de las playeras o portadas de los cd's, por tanto también son fundamentales para identificar parte del contexto que engloba la escena musical del metal y de la comunicación.

Ahora bien, la identificación por parte de los jóvenes metaleros con el metal abarca diversas cuestiones, la mayoría en primera instancia desde su subjetividad, para que posteriormente tengan una vinculación con otros, con lo que comienza la identificación con sus similares. Mónica se identifica,

porque cómo que esas personas entienden, cuando he ido a fiestas o barcillos por donde yo estudio, me encuentro con muchas personas que no escuchan *heavy metal*, (...) me hacen sentir que a fuerzas haga lo que ellos quieren y a mí no me gusta, entonces cuando yo me encuentro con personas que yo sé que les gusta el mismo género musical hasta me divierto, compartimos música, platicamos, incluso nos paramos a bailar, pero ya sé que son personas que les agrada lo mismo y que no se ven obligadas hacer cosas que no quieren.(2018).

Una parte fundamental de la identidad es que el ser humano tiende a pertenecer a ciertos grupos sociales, mismos en los que se sienten aceptados, tal como el caso de Mónica, ella necesita un contexto diáfano, que sea empático con su gusto, esto tiene relación con lo que dice el siguiente autor. “Se entiende que el individuo puede permanecer pasivo, y obedecer sin dudarle al horizonte que su entorno le ofrece. Pero aun en ese caso, su identidad contará como suya, como resultado de un consentimiento tácito...” (Taylor, 1996:12). El joven metalero se identifica porque puede expresarse libremente, porque se relaciona bajo su mismidad y con la semejanza de sus similares.

En el caso de Daniel se identifica con otras personas porque, “me identifico con bastantes personas, obviamente tenemos una ideología y una opinión con respecto al metal bastante similar, obviamente claro que diferimos bastante, algunos les gustan otros subgéneros del metal, algunos que a mí sí, a ellos no, pero en general creo que nos identificamos por lo que decidimos seguir” (2018). En el caso de Guillermo por amistad “por mi compita, por el desmadre igual jajaja” (2018). Esto que expresan los informantes se puede relacionar con el 2do axioma: **Los niveles de contenido y relaciones de la comunicación.** “Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, de tal manera que el último clasifica al primero, y es, por tanto, una metacomunicación”. (Watzlawick, 1985:56). La comunicación no solo transmite información, también impone conductas, un individuo puede hacer referencia al qué, de lo que está comunicando, mientras que la otra parte entiende el tipo de relación que se establece.

Los jóvenes reconocen al otro por sus similitudes, tanto en el gusto musical y el pensamiento que tienen, aunque tengan discrepancias, el *heavy* abre las puertas al acto comunicativo del ser humano por medio del debate, a través de la expresión por lo que “reconoce en cada individuo su propio modo de ser humano y que, por tanto, le conjura a realizarlo en toda su originalidad antes que a ajustarse a un patrón impuesto desde el exterior. Esto otorga un nuevo sentido, más radical, al ideal de la autenticidad, a la fidelidad hacia uno mismo”. (Taylor, 1996:12). Por tanto el joven metalero siente una satisfacción debido al contexto en el que se hace partícipe y en el que posteriormente se arraigará.

Por su parte Victor se identifica por otras urdimbres emocionales, él expresa,

A veces tenemos muchas cosas en común a las personas que nos gusta esta música, por muy diversas que sean las personas siempre encuentras lazos que a ti te han pasado, precisamente por ser metalero, que qué, pues a la mejor el rechazo o que también eres músico, pasa mucho que casi siempre que conoces a una persona que le gusta el metal por lo general toca algún instrumento, ¡no! no profesionalmente, pero le gusta, eso es lo que te incita el metal a tocar, simplemente no te incita a nada más, sino a tu poder reproducirlo. (2018).

A pesar de la diversificación de ideas que pueden tener los jóvenes respecto al metal, se presenta y se coadyuva el entender y comprender a otro por medio de vivencias, en este caso el rechazo social hacia el metalero o la compaginación de mismas prácticas como lo es tocar un instrumento. Así esto tiene relevancia con el 5to axioma: “**Interacción simétrica y complementaria**. La comunicación es simétrica cuando ambos participantes adoptan el rol de igualdad en su interacción, y se vuelve complementaria cuando los participantes establecen diferencias, se complementan entre ambos, ambas partes manifiestan sus ideas y se ayudan uno al otro para el flujo de lo que se está comunicando.” Así la identidad se produce por el acto comunicativo que presentan en este caso los informantes, se forja y se da un reconocimiento hacia el otro; esto tiene relación con la premisa de Todorov,

Los hombres quieren no sólo ganarse la vida, sino también recibir un reconocimiento social; cuando los otros modos de reconocimiento les son inaccesibles, se conforman con el simple sentimiento de pertenencia. Necesito sentir mi existencia; si la mirada de los otros no me confirma en mi identidad, si no puedo entregarme a ninguna actividad que me haga crecer a mis propios ojos, busco este reconocimiento en el hecho de pertenecer a un grupo cualquiera, así fuera puramente imaginario. (2001).

Los jóvenes metaleros e incluso toda persona es parte de un grupo social, porque requiere de un reconocimiento para forjar su identidad y si éste no se les da, su construcción identitaria marcará otro sendero, debido a que no se cumplen sus necesidades y sus satisfacciones, “(...) el individuo no está solo, sino que convive con otros, el autoconocimiento implica reconocerse como miembro de un grupo; lo cual, a su vez, le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos”. (Mercado y Hernández, 2010: 231). Esto mismo tiene relación con el factor musical, Adorno establece que “la música es un hecho social porque está en la sociedad y, por tanto, lo verdaderamente importante será

conocer cuál es la función o funciones de la música dentro de la sociedad”. (Hormigos, 2012:81). La música es el medio principal que impera en el gusto y la identificación del joven metalero, ésta debe ser compartida y situada en un contexto de aceptación porque se requiere de una convivencia con similares para que se desarrolle una exploración de su mismidad, aspecto que le llevará a diferenciarse de los demás (de otros grupos sociales), así la identidad se da en los jóvenes metaleros por una serie de procesos (subjetividad, comunicación y relaciones sociales) que requieren similitudes con otros para poder dar pie a decir “yo soy un metalero.”

### **6.3 Características culturales de los jóvenes metaleros y su relación contracultural**

En los apartados anteriores de esta sección se abordaron factores que son parte para la construcción de la identidad de los jóvenes metaleros. En éste también se analizarán otros aspectos que son parte de su forjamiento identitario, de su cultura y de sus percepciones que tienen sobre sí mismos, por lo que se partirá de otros dos objetivos establecidos en el apartado del objeto de estudio, los cuales son, identificar qué atributos físicos (atuendo o fachada) caracterizan a los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis cultural el Chopo y que escuchan heavy metal, así como explicar si es o no el *heavy metal* para los jóvenes metaleros una expresión contracultural.

Durante la aparición del *heavy metal*, desde un ámbito social, político, cultural e incluso religioso, al igual que su música las vestimentas que usaban los jóvenes seguidores de dicho género fueron cuestionadas, criticadas, juzgadas y valoradas negativamente, ¡claro! esto tenía relación por el tipo de sonidos que emitía y que sigue proyectando el metal, por el tipo de ideas que se tenían a raíz de su surgimiento los cuales dieron pauta a la creación e idealización de estigmas y estereotipos, mismos que en la actualidad perduran aunque parece que con menor fuerza.

Como toda situación y contexto se transforman, esto ha llevado un proceso en el que la vestimenta que caracterizaba al metalero ahora ya no es tan visible, así como también las opiniones hacia su música, pero esto se explicará a través del presente apartado.

Durante la observación que se realizó en el Tianguis cultural el Chopo, se observó que la apariencia del metalero ya no está tan marcada como lo fue en los principios cuando salió a escena el *heavy*, o como hace algunos pocos años. La vestimenta se caracterizaba por usar pantalón de cuero ajustados o jeans, con playeras negras ya sea con el logo de alguna banda o no, junto con la indumentaria de cadenas, pulseras de púas, cinturones con tachas y con botas negras; pero una de las características principales es que tuvieran el cabello largo.



Foto por Autoría

Bien, ahora se visualiza un número mucho menor de jóvenes metaleros no con las mismas características, pareciera que esto se volvió multicultural, es decir; que su apariencia es diversa, pueden estar vestidos de distintas maneras, sean shorts, camisas, pantalones de vestir, sudaderas, etc, pero ¿en realidad se necesitaba o se necesita una fachada específica para ser metalero? o ¿será que otros factores ideológicos o la globalización, incidieron para que esa identificación tan marcada fuera disminuyendo o cambiando? o ¿será que sólo fue un proceso y que nada tiene que ver con ser un seguidor del metal, pero que aún algunos de los jóvenes metaleros continúan vistiéndose así para que sean reconocidos y diferenciados de los demás? está última pregunta tiene relación con una de las premisas que responden a lo que son las culturas juveniles, “son una respuesta adaptativa de algunos adolescentes a

los problemas que se les presentan en su sociedad y cultura” (Berger, citado en Pérez & Valdez & Suarez: 2008:177). Los jóvenes buscan un reconocimiento a través de grupos sociales como bien lo son los metaleros, por lo que forjan una identidad por medio de la praxis y su relación con otros.

En la observación de dicho espacio, se pudo revelar que aún hay jóvenes metaleros que visten con la idea que se tiene marcada de la fachada de un metalero, por lo que presentan una identificación, sin embargo como se mencionó anteriormente son menos en comparación de años atrás, lo curioso fue ver que las personas mayores (40 a 50 años) en su mayoría presentaban esa apariencia típica del metalero, pero ¿qué es lo que opinan los personajes principales del tema en cuestión? ¿La vestimenta o fachada representa o es la identificación para ser un metalero? a esto Mónica respondió

“creo que eso ya es dependiendo de la persona, o sea yo ya no identifico a un metalero porque se vista como tal, tengo amigos que no se visten como metaleros y sin embargo yo me acerco a ellos y les pregunto ¿oye que música te gusta? y/o sea me dicen, rock gótico, metal, o sea me dicen géneros como que digo, ay guau, no se te ve!, pero porque está el estereotipo marcado, pero yo no lo considero así. (2018).

Guillermo expresa algo similar que Mónica, “no, yo siento que eso es una mamada jajaja, igual tú no vienes vestido muy meral<sup>12</sup> pero pues te puede gustar un chingo el *heavy metal*, entonces yo siento que no tiene nada que ver.” (2018). Para ambos la apariencia que se tiene como dada del metalero no tiene alguna importancia para serlo, tiene más relevancia en gusto y conocimiento por el género musical que la fachada que presente el seguidor del *heavy*.

Victor opina que “siempre hay un definido, todos vestimos diferente, unos más unos menos, pero siempre notas cuando a alguien le gusta, a la mejor el arete o el cabellito largo por muy Godínez que andes dices ¡ah! ¡a ese wey le gusta el metal! o la pulserita negra, entre todo el tacuche traen algo que dices, ahuevo le gusta, un anillo tal vez una calavera, un dije colgando, etc.” (2018), él considera que hay aspectos en este caso accesorios (que son parte de la indumentaria que comúnmente usa el metalero) en las

---

<sup>1212</sup> Meral hace alusión a ser un metalero

personas que hace notar que le gusta dicho género musical, lo que da pauta a otro aspecto de la identidad; reconocimientos simbólicos, mismos que son observables cuando las personas también se identifican con éstos.

Cabe mencionar que todos los jóvenes entrevistados, presentaban características en su aspecto de ser metaleros, pero ¿por qué si opinan que no es fundamental que se vistan como ha sido marcado el estilo de los seguidores del *heavy*, ellos vistan así?

Victor expresó “porque así te influyes, a las bandas que ves siempre has visto que son tumbadas, cabellos largos, pantalones tumbados, bermudas, es como desfachatez, no sé esta chido. Siempre he vestido así, nunca he cambiado el estilo, no porque no pueda, sigo siendo estudiante a la fecha pues entonces así.” (2018), mientras que Daniel, “realmente a mí me gustan bastante los colores oscuros, a mí sí me gusta el estereotipo del metalero y es por eso porque yo me visto así.”(2018).

Los jóvenes metaleros manifiestan que les gusta esa imagen que se tienen del metalero y arraigan una identidad, porque establecen sentires en relación con lo que les gusta escuchar, la música que emiten las bandas que ellos escuchan son el filtro primordial para que en ellos forje la idea de un seguimiento, posteriormente la ropa es la vista del grupo, es el exterior; se puede decir que la estampa que los representa, por tanto el joven metalero da un reconocimiento de ello; lo anterior tiene relación con la premisa de Stuart Hall, “la identificación se construye sobre la base del reconocimiento de algún origen común o unas características compartidas con otra persona o grupo o con una idea, y con el vallado natural de la solidaridad y la lealtad establecidas (...) la identificación se ve como una construcción, un proceso nunca terminado: siempre en proceso. (Hall, 2003: 15).

Los jóvenes metaleros que visten bajo las ideas que se tienen de cómo es la apariencia que debe tener un metalero van cambiando, en estos ejemplos unos lo siguen manteniendo hay otros jóvenes que ya no, por tanto entre los metaleros son procesos sociales que no dictaminan que se debe seguir algo específico, sino que van con base en un seguimiento y reconocimiento. Estos jóvenes visten todos los días de forma similar, siguen manteniendo la apariencia que se tiene del ser metalero por lo explicado anteriormente, se podría decir que mantienen un aspecto contracultural, debido a que está vestimenta (por parte de otras

culturas) no es bien vista porque es considerada informal, por ejemplo, en pocos trabajos te permiten ir vestido de tal manera, siendo así que un poder hegemónico puede ejercer una idea del cómo vestir, sin embargo los jóvenes remiten o arremeten ante éstas porque se ven desfavorecidos y desprovistos de sus satisfacciones, porque todo esto se engloba en lo que es significativo para ellos, mismos que nacen y construyen al sentirse partes de un mismo grupo, por tanto, “el desafío a la hegemonía representado por las subculturas no emana directamente de ellas: en realidad se expresa sesgadamente en el estilo”. (Hebdige, 2002:33). La vestimenta de los jóvenes metaleros es una manera de expresar su rechazo ante lo normalizado, así producen y proyectan un significado que les permite forjar su identidad.

Siguiendo con la fachada que presenta el metalero, se encuentra la cabellera, gran parte de los grupos y los seguidores de dicha música tienden a tener el cabello largo, en el caso de los informantes, todos presentan dicha característica.

Durante la observación en el Tianguis cultural el Chopo, se encontró que este aspecto lo siguen presentando los jóvenes, incluso la gente adulta que se representa como seguidor del *heavy metal*, pero ¿por qué presentan dicho estilo? Al respecto Victor menciona que “no sé, ha sido más personal, más visual, se supone que me dejé crecer el cabello y por parecer más rudo, pero te gusta tener tu cabello largo y a veces termina siendo más vanidad que verte como tal, porque ya cuando te das cuenta, hay mucha gente que lo tiene así y no necesariamente tiene que ser metalero, los hippies, hay raperas que tienen el cabello largo”(2018). Para él tiene un significado de cómo se ve a sí mismo con el cabello largo, en el que convergen aspectos como la vanidad el verse más imponente y no necesariamente la persona que tiene la cabellera larga significa que es metalera. Para Cristhoper tiene otro significado,

Pues yo siento que el cabello es vista, es más estética, es imagen y a parte porque la sensación que te causa el metal y en general los géneros musicales que son fuertes así es lo que te hacen, te causan una euforia que te hacen quererte mover o por eso existe el slam, el mosh pit<sup>13</sup>, porque al escuchar el metal muchas veces no te puedes quedar quieto sientes la necesidad de moverte o querer andar así, entonces el cabello tú lo has visto siempre, nos ponen a los que son metaleros o rockeros, siempre moviendo el cabello en los conciertos, siento que es parte de todo eso, es imagen pero también es cultura dentro del metal, es como una regla, bueno no como una regla pero algo como muy cotidiano, algo muy típico del metalero, no!(2018)

Para él tener la cabellera larga representa una extensión más de su cuerpo que va en sincronía con sus sentires al escuchar el metal, viendo esto como parte de la cultura que representa el *heavy*, el cabello largo es parte del estilo dentro del ser metalero, es parte de la expresión de las culturas juveniles, ya que “el estilo puede definirse como la manifestación simbólica de las culturas juveniles, expresada en un conjunto más o menos coherente de elementos materiales e inmateriales, que los jóvenes consideran representativos de su identidad como grupo” (Feixa, 1996:8), esto mismo es lo que se observa en el pensar de los jóvenes metaleros, son características propias que definen su cultura identitaria. Los jóvenes metaleros le dan ciertos significados a su estilo de acuerdo a su contexto, las culturas juveniles los representan desde lo que Carles Feixa define como Bricolage, ya que este “sirve para comprender la manera en que objetos y símbolos inconexos son reordenados y recontextualizados para comunicar nuevos significados” (1996:82).

Estas ideas que expresaron Victor y Cristopher las comparten y muestran también Daniel y Mónica, sin embargo para Guillermo, considera que tiene la cabellera larga porque, “yo creo que es un trauma de la secundaria en el que te decían “córtate el cabello cabrón” y decías la verga, no quiero”(2018). La idea que él plasma puede ser entendida desde un aspecto contracultural misma que “puede entenderse como aquello que se opone a toda forma de convención social o de conservadurismo, a todo lo establecido que permanece inmutable o incambiable” (Villarreal, 2000, citado en Arce, p. 264). El joven metalero declara la idea de Dick Hebdige, expresa su rechazo ante algo institucionalizado,

---

<sup>13</sup> Mosh Pit, es un grupo de personas ya sea en un concierto o en algún otro espacio donde se presente dicha escena musical donde saltan y se golpean unos con otros.

pensamiento que enraizó y lo plasma en la actualidad por medio de su cabellera, es un símbolo de su identidad.

Se ha expresado que la vestimenta que presentan en este caso los informantes son estilos que manifiestan parte de su identidad, a través de sus sentires y pensares, que a su vez denotan aspectos contraculturales, sin embargo ¿también a través de la cuestión musical se transmiten ideas similares?

Cuando surgió el *heavy metal* fue considerado como un movimiento contracultural por toda la escena que representó y el impacto que causó en los jóvenes de aquellas épocas. Se ha establecido que todo hecho tiene cambios a través del tiempo y de su misma historicidad, por tanto puede ser que no tenga la misma connotación en la actualidad en comparación de su exégesis. El *heavy metal* al parecer en el caso de nuestro país no ha sido valorado como en algunos otros de Europa incluso en América del sur, en síntesis no se le ha dado tanto seguimiento, por tanto ante este hecho qué opinan los jóvenes metaleros... Mónica opina no ha sido valorado por la temporalidad “porque antes el *heavy metal* si era como que volteabas a todos lados y todo el mundo escuchaba *heavy metal*, pero ahora ya no, ahora ya está, llamémoslo devaluado, porque ya es como ammm te repito, géneros como el reggaetón, la banda, los corridos y esas cosas, es lo que normalmente escucha la sociedad, por eso estamos como estamos jajajaja” (2018), ella considera que las sociedades de ahora prefieren otro tipo de música porque esas son las que ahora en su mayoría se escucha, dejando asumir que el metal ha perdido esplendor y no es tan reconocido en comparación de otros géneros musicales.

Por su parte Daniel comenta, “pues la mayoría de la sociedad no le gusta mucho porque son muy agresivos los sonidos, son muy fuertes, rápidos y además por el tipo de vestimenta, la ideología es que es satánico, entonces creo que no ha sido valorado o visto como debería serlo, porque no se atreven a conocerlo”; (2018). El asume desde su experiencia que la mayoría de la sociedad no le gusta ni valora por sus características musicales, porque se piensa que es satánico y por falta de conocimiento. Mientras que Víctor asume que “por siempre, siempre ha sido un poquito rechazado, hasta la actualidad que se ve que deja dinero, es cuando le están dando un poquito más la atención, pero siempre ha sido rechazado precisamente por las productoras de música grandes no apoyan

esos pedos, no! (2018), él considera que el metal no es valorado porque a las productoras no les interesa y atienden mejor otros géneros musicales.

Las opiniones de los jóvenes metaleros manifiestan un notorio disgusto e inconformidad, aspectos que son parte de una contracultura, asumen que gran parte de la sociedad no ve a dicho género ni se le reconoce como a otros más, por tanto para ellos la masa está esparcida en gustos musicales que se dan por otros que tienen mayor auge y reconocimiento, pero ¿por qué creen que se da este fenómeno? Mónica considera que por

“cuestiones religiosas, porque normalmente, bueno porque a mí me pasó, cuando yo empezaba a escuchar un poquito más, llamémoslo en bocinas a todo volumen el *heavy metal*, la abuelita decía, ah es que mira estás escuchando música del diablo, eso no se hace, mira si sigues así te vas ir al infierno, cosas así, siempre adjudican con que el *heavy metal* tiene letras satánicas” (2018)

Es cierto que el aspecto religioso al inicio de la exposición del *heavy metal* arremetió fuertemente contra éste, asumiendo que todo lo que expresaba eran cuestiones satánicas y que incitaba en los jóvenes a adentrarse en las drogas y el alcohol, esto podría ser que por parte de la sociedad se estigmatice al *heavy*, la religión sin duda alguna es una institución que influye mucho en el idealizar de las sociedades. Por su parte Daniel y Guillermo tienen ideas similares a la de Mónica. Cristhoper argumenta que,

Pues porque precisamente se quedan en el estereotipo y no se dan cuenta realmente de cómo es, es decir la gente juzga antes de conocer, por ejemplo por muy mal que se ven a veces los artistas o la apariencia que tengan, ¿qué es lo que piensan? ¡Ah! son unos mugrosos que tocan puro ruido, ¡no! pero no se dan cuenta que componer metal para empezar no es nada fácil y hay que tener mucho talento y mucha habilidad en los instrumentos que se ejecutan, porque son ritmos raídos que también si hay metal que es lento y bastante sencillo también hay metal que es muy complicado, no se meten a ver cómo son sus letras, sus composiciones, no se dan cuenta del trabajo y lo difícil que es hacer metal.

Hay una clara discrepancia inconmensurable entre lo que los informantes opinan y consideran sobre el *heavy* en comparación de cómo lo ve la sociedad (de acuerdo con ellos), siendo así que estos aspectos recaen en lo que es la contracultura ya que,

“ante la cultura dominante surge una subcultura que diverge de ella. La batalla se traba cuando esta subcultura contradice abiertamente a la cultura dominante: desde entonces se convierte en contracultura”. (Britto, 2005:6) En este caso la contracultura debe ser entendida como un proceso en el cual un grupo (los jóvenes metaleros) no están de acuerdo con otras, se establece una disociación porque no hay una similitud entre las significaciones, emociones, aceptaciones e identificaciones.

Queda claro que la primera barrera para los jóvenes metaleros es el núcleo familiar, de ahí emanan los choques culturales que dan pie a un proceso contracultural. Victor, Cristopher y Guillermo manifiestan aspectos similares a los de Daniel “mi familia, muchos de mis amigos, dicen que son puros gritos que puros guitarrazos, que es del diablo, son sus argumentos del porque no les gusta”. Sus cercanos son los primeros que consideran que difieren con el pensar del que ellos pueden tener sobre el *heavy*, siendo así que se comienza a construirse en ellos parte de su identidad, de su cultura juvenil, “la construcción del sujeto juvenil se debe más a la divergencia que a la convergencia, debido a que el joven, como sujeto social, es heterogéneo, diverso, múltiple y variable (Reguillo, 2000, citado en Mendoza, 2011:198).

El metalero disocia y se manifiesta ante lo que encuentra más cercano como una amenaza a sus intereses y cuando se les quieren imponer otras cuestiones que están fuera de sus significantes, por ejemplo Mónica al respecto opina

“conozco varias personas y uno que otro amigo si me han dicho que por qué escucho esa música, y si les he explicado, quieren que empiece a escuchar música cumbia, salsa, para ir a bailar a todos los lugares, entonces pues yo al decirles que no, como que si rechazan mucho esa música, pero pues cada quien su significado, ¡no! yo no critico su música pero tampoco dejo que critiquen la mía.” (2018)

Por ende ante dichas cuestiones buscan similitudes en otros grupos sociales en los que se sientan libres, aceptados y compaginados en el mismo contexto, el musical, mismo que está bañado de diversos matices, porque ellos consideran que la visión que se tiene tanto por parte de sus seres cercanos y la sociedad es nebulosa y desairada, mientras que ellos lo atisban desde una profundidad de sus emociones, vivencias y conocimientos, aspectos que al tenerse claramente uno puede conocer cualquier aspecto, por tanto su posición

contracultural como la define José Agustín “es el rechazo a la cultura institucional, mediante movimientos y expresiones culturales, usualmente juveniles, colectivos, que rebasan, se marginan, se enfrentan y muestran una profunda insatisfacción”. (Agustín, 1996:129).

Así el *heavy metal* para los jóvenes metaleros en cuestión lo siguen manifestando desde una ideología contracultural, porque van en desacuerdo con lo que las mayoría les puede imperar, tanto en aspectos de vestimenta, ideas y gustos, éstas últimas son sus herramientas con las que atenúan su manifiesto por ser parte de la cultura que expresa el *heavy metal*.

#### **6.4 El Consumo cultural del *heavy metal* por parte de las culturas juveniles**

En este último apartado se expondrán premisas que permitan conocer qué y por qué los jóvenes metaleros consumen *heavy metal*, así mismo se analizará otro de los objetivos planteados en la presente investigación, el cual es, conocer qué tipo de metal consumen más los jóvenes (internacional o nacional) y cuáles son los factores que influyen para que los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis el Chopo tengan mayor consumo de uno sobre el otro. En el apartado del marco teórico “consumo cultural” se argumentó que éste mismo no es un aspecto por el cual las personas consumen nada más por consumir, sino que contiene bagajes por los cuales los individuos adquieren todo tipo de aspectos materiales e inmateriales y estos se conjugan con la cultura, identidad, símbolos y con las relaciones sociales para que de esta manera se dé un consumo cultural.

Teniendo en cuenta lo anterior el consumo radica en la posesión de diversos bienes culturales tales como los que se expresaron a través de los pensares de los informantes en los apartados anteriores, como lo es la vestimenta, accesorios, la música o un mismo espacio como lo es el Tianguis cultural el Chopo, siendo así que desde dicho contexto los jóvenes metaleros con el simple hecho de asistir a tal espacio ya están consumiendo.

Durante las varias observaciones a los grupos de los jóvenes metaleros en dicho lugar, se observó que los jóvenes metaleros consumen una gran diversidad de aspectos culturales, que engloban la escena del *heavy*, éstos adquirirían todo tipo de accesorios como, pulseras,

cinturones, ropa, calzado, pero principalmente las playeras con los estampados de diversas bandas del metal; los cd's que pareciera que en la actualidad ya es algo obsoleto, pero muchos jóvenes metaleros se apropiaban de éstos. Otro aspecto que se observó es que los tatuajes (éstos también se le adjudican al metalero, muchos metaleros se tatúan imágenes de algunas bandas o símbolos que tengan alguna relación con el metal) eran consumidos por esta cultura metalera, sin embargo y cabe aclarar que ninguno de los informantes se ha tatuado, aunque varios los están considerando.

En cuanto a la concepción de la música, se observó que aparte de que los jóvenes metaleros consumen cd's, también y por más extraño que parezca sólo unos pocos adquirirían acetatos, ( extraño, porque ya no se producen en demasía y ya no es un medio primordial por el que se consuma la música), esto puede ser porque los precios de los mismos son elevados, en esta cuestión para la mayoría de los jóvenes metaleros es difícil acceder a éstos, no porque no puedan sino porque les representa un presupuesto que no tienen. Se debe entender que en el Tianguis cultural el Chopo asisten lo que se le denomina tipos de clases sociales, hay jóvenes metaleros que pueden tener acceso a ciertos productos y otros no, esto tiene relación con una de las premisas de Pierre Bourdieu “que la sociedad está estructurada en clases sociales y que las relaciones entre las clases son relaciones de lucha”. (1990:9), esto es un primer acercamiento hacia el acto de consumir culturalmente se da una apropiación material y simbólica de ciertos bienes. Esto a su vez tiene relación con el segundo modelo que establece Néstor García Canclini, el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. El modelo plantea que las sociedades disputan la forma de la apropiación de cierto producto. El consumo cultural no conjetura en quiénes si pueden adquirir algo o quienes no, simplemente es un factor por el cual unos tienen acceso a ciertos aspectos en comparación de otros. A pesar de que la situación económica es factor para poder hacerse de un producto o no, principalmente radica en la manera de usarlo; un ejemplo es el de los mismos acetatos, mientras que un metalero o no metalero lo compra para regalárselo a alguien, otra persona lo puede adquirir por un valor simbólico, ya sea para colección o por el gusto que tiene por cierta banda musical.

El Tianguis cultural el Chopo es para los jóvenes metaleros un espacio que gustan frecuentar, unos en demasía otros menos, en el caso de los informantes, por ejemplo

Guillermo asiste todos los sábados, los otros actores, acuden de vez en cuando, sin embargo cuando lo visitan es para adquirir algo y encuentran todo lo que tienen en mente. Mónica al respecto expresa “normalmente vengo a comprar discos o playeras, pero sí, siempre me he ido con algo” (2018), Daniel y Guillermo consumen lo mismo que Mónica, playeras, pulseras y discos, por su parte Guillermo compra ropa, en el caso de Victor,

Depende, como lo dice su nombre es un Tianguis, si un día vas a visitarlo y en 20 minutos fuiste porque solo querías comprar una sudadera, unos tenis y solamente fuiste a eso y te regresas, pues vas a turistar, vas a caminar, a dar el rol, a ver que se te pega, ¡no! o sea hay como que dos formas de asistir al tianguis, una de rápido porque el calzado y los tenis están chidos u otra que vayas al Chopo nada más a empedarte, es diferente.(2018).

En general por parte de los informantes al asistir al Chopo el consumo de cd's, accesorios (pulseras) y playeras es lo principal que adquieren, sin embargo también están otros aspectos por los cuales hacen de este lugar un espacio de consumo cultural, crean un hábito por acudir a éste porque en él se configuran una diversidad de elementos que son participes de la cultura, esto tiene relación con otra idea que Bourdieu plantea “en torno del concepto de *habitus* el proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas” (Canclini,1990:26), es decir; los jóvenes metaleros insertan en su día a día todo aspecto social que los conlleve a realizar actividades o prácticas culturales, como lo es el consumir en dicho lugar o bien fuera de éste. Los metaleros van creando hábitos a partir de su relación con el contexto y por lo que le van dando significados y adjudicando símbolos que los distingue de los demás.

La indumentaria o accesorios son insumos para que los jóvenes metaleros adopten significados, mismos que arraigan porque lo visualizan en su entender y comprensión del contexto en que se insertan, Mónica opina que, “Por ejemplo al usar algún collar o alguna forma de peinarme es porque alguna banda de rock lo usa o una banda que en algún momento me ha gustado, entonces digo, ¡se ve padre! entonces por eso lo uso” (2018), lo que la señorita expresa se puede relacionar con el 5to modelo que establece Canclini, las personas pueden mostrar un consumo que no pertenece ciertamente a sus gustos, pero que le pueden dar un valor significativo. El consumo puede ser percibido desde un contexto que no meramente recae en el deseo del individuo sino de lo que le puede evocar, por ejemplo

ella hace uso de los accesorios o de su apariencia a través de algún peinado porque le causó un gusto ocasionado por lo que le proyecta algún grupo. Cristhoper se adueña de accesorios porque “es imagen, los accesorios los vas adquiriendo, porque hay muchos metaleros que nada más se visten con su playera y pantalón, pero si te pones de repente un anillo, una pulsera, un reloj, un collar, tiendes a verte más estético o tener más imagen como tal, entonces eso ya es más un gusto personal” (2018).

Los informantes crean significados por los aspectos como indumentaria, accesorios, estilos, de los que se van adueñando, fuera y dentro del Tianguis cultural el Chopo, como se mencionó en los apartados anteriores, se identifican con el contexto social, con la diversidad, con la escena musical o con artículos específicos, como lo expresa Daniel “con los discos musicales”.

Ahora bien en el aspecto específico del consumo musical por parte de los jóvenes metaleros se da de manera directa e indirecta; es decir, para consumir la escena musical no solamente y necesariamente acuden al lugar en cuestión, sino que usan otros medios por el cual consumen la música. En el caso de Mónica, “por todos los medios posibles jajajaja si por disco, por radio, internet, pues ya normalmente uso este medio porque pues descargo la música por ahí al celular” (2018), Victor “pues actualmente por internet, ya se acabaron las barreras de no poder conseguir música, ahora todo mundo puede compartir su música y esta súper chingón eso”(2018), Daniel, Cristhoper y Guillermo expresan que también hacen uso del internet a través de diferentes páginas o aplicaciones para consumirlas, aunque prefieren adquirir los álbumes (cd’s), al respecto Guillermo enuncia, “pues cuando empecé chavito yo trabajaba y compraba los álbumes, hice una colección un poquito decente, ya después cuando fui creciendo pues empecé a visitar más lo del internet y todo este pedo entonces ahorita es más fácil descargar una rola, pero aún así en lo personal prefiero comprar el álbum”.(2018), queda claro que para ellos el tener la música físicamente connota un significado que es proyectado al tener acceso al *heavy* de manera física a través de comprar el álbum (cd’s) o bien por medio del internet, en una analogía no es lo mismo consumir un libro a través de lo digital que tenerlo en forma material, puesto que les genera un valor simbólico.

El consumo de la música por parte de los jóvenes metaleros es cotidiano, éstos la consumen diariamente, absolutamente todos expresaron que no hay día que no escuchen *heavy metal*, al respecto Mónica expresa “ diario, todos los días, a toda hora, antes de dormir también jajaja” (2018), todo lo dicho a lo largo de éste apartado hace alusión a que los jóvenes metaleros le asignan un valor simbólico a lo que consumen, sean aspectos materiales o no, porque ambos aspectos son inherentes a las particularidades que tiene el consumo cultural en este caso del *heavy metal*, así esto tiene relación con la teoría de Canclini, “la particularidad del consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.” (Canclini, 1993: 268). El consumo cultural se produce con base en la relación de un proceso social, misma en la que se conjugan particularidades, significados, con base en la necesidades e intereses de los actores sociales aunado a los usos que éstos les den.

Siguiendo con la cuestión del consumo musical del metal al principio del presente apartado se mencionó que se abordaría qué tipo de *heavy metal* consumen más los jóvenes metaleros si el nacional o el internacional y por qué razones consumen más uno sobre el otro, porque se considera que es parte de su identidad, de su percepción y de su consumo hacia dicho género musical. ¿Cuál es la opinión que tienen los informantes sobre uno y otro? Victor opina que,

Los músicos mexicanos deben aprender un poquito más de los músicos extranjeros, pero de que hay talento, lo hay, hay talento comparado con el europeo, por ejemplo aquí en México hay cosas muy chingonas, muy fuertes, aquí la cosa es el pensamiento tal vez de los músicos de las bandas, en otros países las cosas son muy diferentes, las economías son muy diferentes, aquí el metal siempre ha sido de pobres y la meta querer hacer música es invertir mucho varo, hay gente muy buena que ha trascendido en el metal, han llegado a otros países, han enseñado, ha demostrado que en México hay banda que si sabe tocar.(2018)

Por su parte Cristhoper expresa que,

Mira siéndote muy honesto, la verdad yo siento que se hay muchas bandas y mucho talento mexicano que es muy bueno y realmente han llegado a ir a otros países, es más escaso que en otros lados, por ejemplo en Europa en estados unidos el metal es o sea lo admiran bastante, hay más seguidores en Estados Unidos y en Europa que aquí en México o en Latinoamérica. Siento que comparando las bandas nacionales con las extranjeras la verdad que si bien hay talento, no estamos al nivel de ellos, la verdad. (2018)

Hay varias cuestiones que bien podrían ser extensas de abordar, cómo las económicas las cuales de acuerdo con Victor no permite tener un desarrollo y crecimiento el *heavy* mexicano, aunque considera que hay talento el cual se equipara con el europeo, por lo que su opinión radica en que el metal mexicano debería tener más atención por las productoras musicales. Por su parte Cristhoper comparte una opinión similar a la de Victor sobre el talento mexicano, pero no se ha alcanzado ese impacto que ha dejado el *heavy* internacional. Por su parte Daniel y Guillermo comparten ideas similares.

Los jóvenes metaleros son conscientes que el *heavy* internacional predomina sobre el nacional y que dentro de su sociedad incluso ellos mismos consumen más el *heavy* internacional que el nacional; durante la observación en dicho aspecto, se observó que efectivamente los jóvenes adquirirían más música a través de la compra de cd's de *heavy metal* internacional, así como también se acercaban a los puestos a conseguir boletos para toquines de metal donde los principales y mayores exponentes son de procedencia internacional.

Cristopher menciona que, “el metal internacional se escucha muchísimo más porque para empezar el metal no es algo mexicano, el metal no es algo que se inventó en México, siempre van haber más bandas y mas movimientos de todo, tanto de eventos como de ropa, de música en otros países de primer mundo, como te digo en Europa, Australia, en Estados Unidos que en Latinoamérica.” Por su parte Victor argumenta, “el internacional, por los años que se llevan en el mercado, el nacional apenas tiene un bum muy cortito, pero pues está menos escuchado, siempre por mucho el internacional va a predominar” (2018).

Desde estas perspectivas se puede interpretar que los jóvenes metaleros asumen que en cuestiones estéticas, de seguimiento, circulación y de producción a través de las sociedades, el *heavy* internacional impera sobre el nacional, estos mismos aspectos que se mencionan son parte del consumo cultural que premisa Néstor Canclini, ya que “los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles” (Canclini, 1993: 267). Así los jóvenes metaleros desde esta concepción cultural, le dan al metal tanto internacional y nacional valores simbólicos y significados, entendiendo el contexto histórico de cada uno, a partir de sus necesidades y satisfacciones.

Teniendo en cuenta lo anterior los informantes consumen más el *heavy* internacional, escuchan bandas como por ejemplo, Darkeish, Ramstein, Judas Priest, Megadeth, Tankard, Mago de oz, Fortaleza, Saratoga, Tierra Santa, Nightwish. Todos estos grupos son pertenecientes a diversos países, como Argentina, España, Estados Unidos, Inglaterra, Alemania. Sin embargo tienen conocimiento de grupos mexicanos como, Majestic Downfall, Ninfalica, Vulgar Adiction, Caizan, Bulopacs, Croiquen, All misery, Shivalva. Se puede entender que efectivamente el *heavy metal* es global e intercultural.

Se puede interpretar que el consumo cultural del *heavy metal* por parte de los jóvenes metaleros se realiza por aspectos intrínsecos e inherentes a sus percepciones contextuales e históricas, parten de un raciocinio debido a que los actores consumen la mayoría de las veces en relación de sus pensamientos, deseos y satisfacciones. El consumo cultural del metal por parte de los jóvenes metaleros es una multiculturalidad implícita por la producción del *heavy* ya sea de México o de países extranjeros, en el que se configuran diversos aspectos que les permiten además de una apropiación de algún bien material, hacer uso de estos de una forma particular, partiendo de sus deseos y satisfacciones; tanto los bienes culturales de manera material o inmaterial terminan siendo reconocimientos culturales que a la vez dan acceso a una urdimbre en la construcción del sujeto en espacios como lo es el Tianguis cultural el Chopo que les evoca sentirse identificados, a su vez estableciendo significados propios hacia la escena musical de la que gustan como lo es el *heavy metal*.

## Conclusiones

Este último apartado, tiene como fin dar pauta a establecer si se lograron los objetivos planteados en el planteamiento del problema, para esto se partirá de dar respuesta de manera puntual a las preguntas particulares establecidas en el objeto de estudio y a su vez, verificar si el supuesto que se estableció, corresponde a la respuesta de la pregunta general.

Los jóvenes metaleros que fueron entrevistados, presentan un gran arraigo en el contexto musical y social que engloba al *heavy metal*. Se reconoce que dicha música ha tenido una historicidad que ha generado controversias en diversas sociedades, estas se han generado por parte de las mismas ideas que son totalmente opuestas en comparación de lo que el metal proyecta a través de sus sonidos y de sus letras; si bien es cierto que algunas letras expresan aspectos que tienen que ver con lo que muchas personas consideran malvado y diabólico (satanismo), sino que en general el *heavy* emite contenidos que abarcan otros aspectos, como expresiones en contra del gobierno autoritario, las guerras, la política, historias medievales, fantasías, vivencias personales de los integrantes de los grupos, cuestiones románticas, por ejemplo dichas temáticas se encuentran en canciones como, *Symphony Of Destruction* de Megadeth, *A Tale That Wasn't Right* de Helloween, México Bárbaro de Transmetal, *Into Battle* de Ensiferum, etc.

El metal es intercultural, las bandas que se dedican a tocar éste género, simplemente expresan sus sentires, sus inconformidades o aceptaciones ante lo que conocen de su historia, de su cultura y de lo que conocen de otras culturas; el *heavy* es un emisor de conocimientos que se desarrolla por diversos aspectos, desde la producción del mismo, la circulación y su consumo, este último se da porque los seguidores del metal, lo aceptan, lo introyectan en su día a día, después lo comparten y lo expresan para que así forje parte de su identidad metalera.

Los jóvenes metaleros entrevistados comparten rasgos y semejanzas en la mayoría de sus sentires y sus gustos por el contexto que expresa el *heavy*, de acuerdo con ellos en general todo metalero visualiza y conceptualiza al metal con significados comunes que presentan, entre ellos se llegan a presentar opiniones divididas en cuestión de los subgéneros que tiene

el *heavy metal*, los gustos pueden variar, pero al final tiene relación dentro del contexto musical del metal.

Desde que apareció el *heavy metal* en los años setenta, ha tenido una evolución, los contextos sociales e históricos no son lo mismo desde su génesis a la actualidad, en un principio era claramente identificar a un metalero solamente por su apariencia, ahora pareciera que se ha perdido esa identificación visual y que el metal al menos en México estuviera extinguiéndose, pero simplemente se ha ido modificando debido a esta transición y transformación que presentan las culturas, causada por la economía, la política, por las sociedades primermundistas que son las que dictaminan las temporalidades y formas de consumo, por el consumo de cualquier cuestión material o inmaterial, sin embargo existen aspectos más profundos para poder entender por qué dichos cambios; en este caso la transición cultural y el cambio que ha tenido desde su creación a la fecha el Tianguis cultural el Chopo, así como también la de los metaleros.

Como se mencionó anteriormente los metaleros ya no se visualizan en mayor volumen como hace 10 o 15 años (específicamente en dicho lugar) es claro que el cambio ha sido notorio, parecería que aquellas y aquellos jóvenes que empezaron su gusto y consumo cultural por el metal al inicio de éste y que ahora tienen alrededor de 50 y 60 años, fueron los últimos en mostrar la fachada que se tiene estereotipada de la expresión que debe tener el metalero, sin embargo en la actualidad los informantes lo siguen consumiendo y manifestando, algunos de ellos porque fue una transición de generación a generación; les fue inculcado, éstos últimos las van adoptando y enraizando en sus vidas, por lo que comienza a tomar matices su identidad.

¿Cuáles son los elementos del *heavy metal* con los que se identifican los jóvenes que asisten al Tianguis Cultural el Chopo? Para que se dé una identidad se tiene que explorar diversos aspectos por los cuales se forja la misma, en el caso de los informantes se parte del por qué su gusto por el *heavy metal*. El primer aspecto por el cual los jóvenes se sienten identificados con el metal es por esa herencia familiar. Una vez que comenzaron a escuchar metal, los informantes empiezan a disociar las estructuras que lo componen, a todos la emisión de los sonidos de cada instrumento les causa sentirse como son la euforia, alegría, fuerza y energía. Para ellos el estruendo que para muchas personas ocasiona estrés

o sonidos sin sentidos, le dan significados por lo que les evoca y les hace sentir, la música es un estimulante por el cual perciben y les permite tener un gusto y una satisfacción, esto es lo primordial que rescatan del *heavy metal*, los sonidos. Inherentes a éstos últimos están las letras que sin duda alguna le dan otro sentido a la escena musical del metal y por el cual los jóvenes le acuñan un sentido profundo.

Las letras les expresa particularidades, ellos consideran que nada más el metal las aborda, porque hablan de muchas temáticas, los hace sentir libres, porque el metal expresa lo que quiere, porque abordan cuestiones sociales y en eso los jóvenes se sienten participes. Son esos procesos en los que se pueden manifestar, es parte de las culturas juveniles, por ende en el *heavy* ven estas cuestiones e incluso aspectos que generan una empatía por las vivencias que han tenido en el transcurso de su vida, se da una identificación porque se ponen en el lugar del otro (en el mensaje que les proyecta cierto grupo), el lenguaje es la materia prima para el entendimiento entre los sujetos, y el mismo forma parte de una comunicación la cual es llevada a través de los sonidos y de las letras que expresa el *heavy metal*.

Cuando los jóvenes metaleros conocen los contextos que abarca el *heavy metal* le toman un mayor significado porque se establece un entendimiento y una relación con sus pensamientos por los cuales se da una identificación, le dan un valor al metal por todo el contexto que éste les maneja y con el cual les permite interactuar con otras personas, porque comparten gustos específicos y comienzan a proyectarse, adentrarse y a formar parte de ciertos grupos sociales. El metal les permite identificarse con otros porque les hace sentir aceptados, así las culturas juveniles se forjan, se entienden y se complementan por similitudes, mismas que crean códigos por los cuales se reconocen y comparten símbolos.

Los símbolos son parte de la identidad que van adentrando al metalero a relacionarse con otros, primero porque es una forma de reconocerse y segundo porque ese reconocimiento se lo tiene que dar otro, parte de la identidad se da cuando uno le reconoce al otro su mismidad, su forma de ser, su forma de pensar, de expresarse, de ser parte de un grupo y diferenciarse de otros.

Los metaleros se sienten identificados con el metal porque les permite relacionarse con personas que comparten los mismos gustos, sentires y pensamientos, mismos que comienzan a dar pauta a una interacción que desarrollará sentimientos, en síntesis todo un conjunto de procesos que hacen emanar un sentido identitario.

Dentro de esa misma identidad que van construyendo los metaleros, un aspecto de ésta es que se la representan en su exterior, es decir; por su fachada física, lo que da paso a la siguiente pregunta ¿Qué atributos físicos (atuendo o fachada) caracterizan a los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis Cultural el Chopo y que escuchan heavy metal? Se dice que la apariencia o bien el cómo se viste cualquier persona, es la denotación con la que proyecta su estado de ánimo y su personalidad en general. Para muchas personas no tiene alguna relevancia la forma de vestir que da al exterior, sin embargo para los informantes la vestimenta si tiene un significado.

Al metalero desde que surgió el género musical se le ha adjudicado cierto tipo de vestimenta por ejemplo usar cuero negro pegado, o jeans con una playera con cierto estampado de algún grupo o bien solamente de color negra, acompañada con diversos accesorios como cadenas, pulseras, etc, pero la característica principal es la de tener cabellera larga. Todas estas características mencionadas los informantes las tienen encarnadas, valoradas en su manera de vestir, es su estilo; sin embargo hay otros metaleros que no, ahora el metalero puede vestir de manera versátil sin que esto tenga relevancia alguna para que sea un seguidor del *heavy*.

Ellos visten de tal manera porque ven en las bandas esa apariencia que representan como cánones del *heavy metal*, a través de éstos, de la visualización es como interpretan que debe verse un seguidor del metal, parte de la identidad se da por ese reconocimiento y seguimiento hacia los grupos musicales. Por medio de la vestimenta los jóvenes adquieren estilos diferenciadores entre otros grupos, justamente el estilo es parte de las identidades de las culturas juveniles, tal como lo menciona Carles Feixa, los jóvenes lo consideran algo representativo y a la vez como algo simbólico, es una expresión que los hace únicos, eso es lo que buscan los jóvenes, hacerse presentes ante la sociedad de una manera que no es igual a otras. Los informantes arraigan su forma de vestir y lo hacen parte de su expresión todos los días, es una manera de decir, “mírenme y reconózcanme”. Su forma de vestir va

acompañada de ornamentaciones que son inherentes de su identidad, a través de estos también expresan el gusto por alguna banda, le dan nuevos significados, tal puede ser el tener la cabellera larga, aparte porque es un símbolo dentro de la escena del metal, es un gusto estético, en el caso de los informantes la cabellera va de la mano con la fachada que representa al metalero y con el gusto de su propia imagen que proyectan.

Así los metaleros a través de sus conocimientos del *heavy* y de su manera de manifestarse y comunicarse a través de la vestimenta, lo expresan por las calles o bien en un lugar cultural cómo lo es el Tianguis cultural el Chopo, lo que abre la siguiente pregunta, ¿Qué elementos caracterizan al Tianguis Cultural el Chopo para que los metaleros acudan a éste? El Chopo es un espacio al que se le ha adjudicado como un exponente de la escena del metal y de otros géneros musicales, en este espacio los jóvenes metaleros han construido y forjado parte de su identidad, sino que gran parte de ésta.

El tianguis es un espacio multicultural, en el cohabitan y convergen diferentes estilos, todos adentrados en el contexto musical. A pesar de que su contexto con el pasar de los años ha ido cambiando, sigue siendo un paradigma de expresiones culturales y de un forjamiento de identidades. Los metaleros acuden porque en él encuentran varias similitudes. Toda la concepción, significación y representación que tiene por el *heavy* ahí la encuentran, es un lugar donde pueden expresarse de manera libre, en dicho espacio encuentran una interacción y una zona de confort, se construyen una idealización, misma que es la base que demandan sus necesidades.

Los informantes en el Tianguis cultural el Chopo se desapegan de las exigencias que le dicta la sociedad, los hace sentir como estar en la calle, o bien como lo expresa Rosana Reguillo dentro de la culturas juveniles, “los jóvenes en la calle parecerían no tener vínculos con ningún tipo de institución, ajenos a cualquier normatividad y censura por parte del mundo adulto y oficial...” (Reguillo, 2003:107), en este contexto demográfico expresan su estilo, su forma de ser, de expresarse y de vincularse con otros, se crea y desarrolla una comunicación en toda esta urdimbre de significaciones.

La relación con otros es lo que les provee parte de su identidad, porque parte de la cultura juvenil radica en que se construye como un sujeto divergente en cuanto a su propio

raciocinio e interpretación (en este caso por el metal), pero a su vez los hace converger con otros porque encuentran en sus similares aspectos que para ellos son intrínsecos (como lo es el gusto por alguna banda, su significado que les presenta) pero al mismo tiempo pueden haber diferencias de opiniones, mismas de las que aprenden, las canalizan y luego las exponen.

Otro aspecto por el cual visitan el Chopo es por toda la indumentaria que ahí encuentran y porque saben que no hay otro lugar donde puedan apropiarse de sus gustos y significados, los cuales son adquirir pulseras, playeras de sus grupos favoritos, y los cd's , además que es un lugar en el que la música se expresa en vivo; es decir cuando algunas bandas van a tocar a dicho lugar. Todos estos aspectos son los que confeccionan su identidad, primero porque el lugar es el idóneo para que los jóvenes metaleros expongan libremente su cultura metalera, en segundo porque interactúan con personas que comparten sus mismas necesidades y gustos y tercero porque tienen el acceso a los objetos y a la música que forman su identidad y de expresarse de una manera contracultural. Esto da pauta a la siguiente pregunta ¿El *heavy metal* para los jóvenes metaleros es una expresión contracultural?

El primer aspecto a abordar es que para los informantes desde su núcleo familiar no hay una aceptación al *heavy metal*, en el caso de Mónica por parte de su abuelita, en el de Guillermo por parte de su papá, y Víctor, Daniel y Cristhoper expresaron que algunos familiares e incluso personas fuera de su entorno familiar que son los amigos. Esto les ocasiona un choque porque en primera instancia los que aparentemente tienen más acercamiento con ellos, juzgan e incluso les piden o exigen que no escuchen ese tipo de música. Una de las características de las culturas juveniles y de la contracultura es esa oposición que los jóvenes asumen ante sus parientes más cercanos ya que los ven como algo autoritario que le ocasiona no poder desenvolverse y expresarse libremente. Así de esta circunstancia buscan sentirse arropados e identificados con otros grupos, acuden a sus similares en esta cuestión musical; por la que la expresan por medio de sus estilos, otro aspecto por el cual los metaleros arremeten contra los individuos que no los ven de buena manera. El estilo de acuerdo con Dick Hebdige es la forma en el que a través los jóvenes se

abalanzan contra lo que se da como algo que no encaja en la norma, por medio de su vestimenta y cabellera es su forma de expresarse.

Los metaleros por medio de la música buscan un reconocimiento, por medio de ella van contra toda idea opuesta de lo que para ellos significa el *heavy*, un ejemplo de ello es que los informantes asumen que desde el aspecto ideológico de la religión es como se ha desvalorado, prejuiciado y estigmatizado la escena musical del metal, por lo que éstos se ven en la necesidad de confrontar y defender sus ideales ante tal institución.

Otro aspecto que destacan los informantes es que otros géneros musicales imperan o tienen mayor importancia que el *heavy*, aspecto por lo que gran parte de la sociedad consume mejor esa música y al metal no se le concede esa misma atención y producción. Los jóvenes metaleros establecen que la mayoría de las personas no les gusta porque lo ven como algo que sólo produce ruido, que expresa ideas que para ellos no son adecuadas y no van con las normas morales de las sociedades. Por tal motivo se entiende que el *heavy metal* desde la concepción de los jóvenes metaleros sigue estableciendo pautas contraculturales por lo que a través de todo su bagaje cultural que para ellos tiene el metal, expresan su seguimiento, mismo que les genera un acto comunicativo para que lo sigan consumiendo, motivos por los cuales se abre la siguiente pregunta ¿De qué manera la música del género *heavy metal* genera comunicación entre los jóvenes metaleros para que éstos la consuman?

Sin duda alguna las personas para escuchar algún género musical, este debe causar un efecto en ellas para que la consuman, se ha dicho que la música es un medio de comunicación y a su vez un transmisor y receptor de conocimientos. Partiendo de esto último los informantes escuchan el *heavy metal* justamente por lo que les emite y por lo que ellos sustraen de éste, esto alude una gama de procesos que tienen que ver con la historicidad, con emociones personales, con los estímulos que les causa, que les lleva a establecer significados y posteriormente a una identificación.

Los sonidos del metal generan estímulos diferentes en los informantes, que genera reacciones distintas representadas en la euforia, la alegría, vitalidad, fuerza, en este caso el

*heavy* es un generador de dopamina misma que causa dichos efectos en los jóvenes metaleros.

Otra característica del metal es que a través de sus letras genera en los informantes un acto comunicativo que provoca que su gusto por el *heavy* tenga un mayor arraigo hacia éste, ¡claro!, esto depende del contenido de las mismas y de las temáticas que al fin cada persona le aborda un sentido y por ende producirá una identificación.

Así la música del *heavy metal* es cómo genera comunicación en los jóvenes metaleros, que los lleva a diversas maneras de interpretarla, de sentirla y de vivirla, a través de las diversas bandas exponentes de dicho género, con la que da paso a la siguiente pregunta, ¿Qué tipo de metal consumen más los jóvenes (internacional o nacional) y cuáles son los factores que influyen para que los jóvenes metaleros que asisten al Tianguis el Chopo tengan mayor consumo de uno sobre el otro?

Los informantes establecieron que consumen más el *heavy metal* internacional en comparación del nacional, sin embargo la mayoría siente, tiene y defiende al metal mexicano, pero no lo consumen en demasía como al internacional, debido a que consideran que el desarrollo y crecimiento del mismo no está a la par de lo que se produce en el continente europeo y en el norte de América.

Al parecer las situaciones económicas son un gran impedimento para el crecimiento del metal mexicano lo que causa un rezago en su producción y por lo que no hay un número de bandas substanciales como lo es en otras partes del mundo.

Los jóvenes metaleros se inclinan más por el *heavy* internacional por toda la variedad que tiene tanto sonoramente como lo que expresan las letras. El consumir *heavy metal* internacional abre el campo intercultural, debido a todos los contextos sociales que maneja, por tanto para los informantes es atractivo, en ellos causa tener diversas interpretaciones, que son únicas, distintas de otros y tener un conocimiento y percepción de otras culturas musicales.

Ahora bien podemos decir que se considera que se lograron los objetivos planteados en la presente investigación, se conocieron con qué elementos del *heavy metal* se identificaron

los jóvenes, se identificaron las características físicas y fachada del metalero, se describieron los elementos del Tianguis cultural el Chopo y el por qué los jóvenes metaleros acuden a éste, los factores por los cuales el metal es un medio de comunicación para que los jóvenes lo escuchen, se explicó porque el *heavy metal* aún presenta rasgos contraculturales y finalmente se identificó qué heavy escuchan más y por qué.

También se considera que las respuestas de las preguntas de investigación contestan a la pregunta general, partiendo del supuesto: el consumo de la música y objetos relacionados con el *heavy metal*, ya sean ora discos (cd's), playeras, etc, es parte de una identidad que representa esta contracultura del metal, pues en el caso de las playeras o discos se puede hablar de un objeto significativo. El consumo de dicha música u objetos es la construcción de una esencia en la cual los jóvenes se sienten identificados con éstos y lo proyectan ante el mundo como representación de dicha contracultura.

El consumo de los productos que engloba el contexto del *heavy metal* son parte de la construcción de la identidad de los jóvenes metaleros, los cuales a su vez si corresponden a una presentación contracultural, debido a la manifestación y el seguimiento que se tiene por el género del metal, mismo que desde la concepción de los informantes aún no es del agrado de gran parte de la sociedad, al no ser del agrado de muchas personas se generan críticas hacia éste, situación que genera en los jóvenes un respuesta a través de mostrarse por medio de su vestimenta y de todos los accesorios que aluden a la apariencia del metalero.

El consumo cultural del *heavy metal* por parte de los jóvenes metaleros primero se da porque es aprendido de otros, posteriormente ellos se encaminan a explorarlo, lo escuchan, lo analizan para posteriormente expresarlo y compartirlo, a través de su vestimenta, accesorios y de la relación con sus similares, apariencias que llevan a un marco de comunicación, porque convergen diversos aspectos, que a su vez lo hacen intercultural y por el cual forjan la identidad de los jóvenes. Estos se apropian de la música, la hacen suya a tal grado que la consumen diario, lo que va generando un valor simbólico que está relacionado con todo un contexto tanto musical y material. La música se convierte en el alma, los cd's, playeras, accesorios, son la representación física de esa identidad, es una apropiación por parte de los jóvenes metaleros, no nada más del contexto musical sino de

un espacio cómo lo es el Tianguis cultural el Chopo, es la catedral en la que se hacen participes para expresarse y para adueñarse de éste, lo que lo hace relevante no es tanto lo que ofrece, sino el valor simbólico que le da no sólo la sociedad metalera, sino toda cultura que acude a éste.

Para finalizar, se harán algunas recomendaciones en las que sería interesante abordar al *heavy metal*. Durante la investigación quedaron cabos sueltos en el sentido de que varios aspectos se pudiesen estudiar con profundidad.

La producción del *heavy metal* en nuestro país no es sustanciosa en comparación con otros países, sería pertinente ahondar en el por qué de dicha situación, ya que es un género musical que muchos jóvenes siguen y que a su vez les crean sueños, el armar su banda y que puedan exponer lo que tocan, sería una forma de aportar un impulso musical y parte de la cultura musical de México.

También realizar un estudio sobre el símbolo universal que presenta o representa el *heavy metal*, la génesis de éste, su significado, todo lo que denota y connota, realizarlo desde un sentido semiótico, muchos metaleros lo expresan en todos los países donde se exhibe esta escena musical y no saben realmente su significado, aunado a esto analizar el por qué la cabellera larga también es un símbolo dentro de la cultura metalera en los conciertos al mover la cabeza y el cabello va al ritmo de los sonidos que emiten las bandas del metal, va acompañada de la expresión corpórea de la mano en forma de cuerno.

La música del *heavy metal* es claro que a pocos les agrada, esto en relación con la cantidad de población que hay en el país. Al final de cuentas toda persona escucha música, cada quién tendrá sus gustos particulares y su manera de interpretarla, de darle significados porque es parte de su construcción identitaria. Esta investigación queda abierta a poder seguir dando pauta al estudio de las identidades tanto de culturas juveniles como del mundo adulto y el gusto por el mundo musical del *heavy metal*.

## Bibliografía

- Agustín, J. (2012), *La contracultura en México*. México. Debolsillo.
- Álvarez, J. (2003). Orígenes y planteamientos básicos de la investigación cualitativa. (pp 30).
- Arce. T. (2008). Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Argentina de Sociología*, 6 (11). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/269/26911765013.pdf>
- Arias, E (2012) Las identidades juveniles urbanas ante la industria cultural: el consumo de musica independiente. Tesis de Licenciatura. Distrito Federal México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
- Bermúdez, E. y Crespo. E, (2005). “Rock, consumo cultural e identidades juveniles. (Un estudio sobre las bandas de Rock en Maracaibo)” en *Revista espacio abierto* (En Línea) v.14 n.1 Maracaibo ene. 2005, Universidad del Zulia, Recuperado de: [http://www2.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-00062005000100006&lng=es&nrm=i](http://www2.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-00062005000100006&lng=es&nrm=i).
- Bernabé, M. (2012). La comunicación intercultural a través de la música. *Espiral. Cuadernos del Profesorado*, 5(10), 87-97. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4989968>
- Bisbal. M. (cuarto trimestre, 1999). La idea del consumo cultural: teoría, perspectivas y propuestas. *Comunicación claves del futuro. No 108*. p. 32 – 39
- Bravo, R. (productor). Fonoteca Nacional. (Director), (2014), *La historia del heavy metal en México*, (Documental). México: Fonoteca Nacional.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y Cultura*. México, D.F. Grijalbo
- Britto, L. (2005). *El imperio contracultural: del rock a la posmodernidad*. La Habana: Nueva sociedad.

- Canales, M. (2013). Ibero 90.9: (Clásico) A 33 años del Tianguis Cultural del Chopo. Mercado Negro. México Distrito Federal. Recuperado de: <http://ibero909.fm/a-33-anos-del-tianguis-cultural-del-chopo/>.
- Canclini, N. (1993). *El consumo cultural en México*. México. Conaculta
- Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos conflictos multiculturales de la globalización*. México, D.F. Grijalbo
- Casado, V, (s/a) Evolución de la simbología utilizada en la comunicación publicitaria del hard rock al metal y su relación con el entorno social. Tesis Doctoral. Valladolid España, Universidad de Valladolid, Facultad de ciencias jurídicas y de la comunicación.
- Castells, M. (1998). *La construcción de la identidad*. La era de la información: Económica, sociedad y cultura, Vol II. México, siglo XXI. Alianza.
- Coronado, J (2013) La influencia de la expresión musical rockera en la construcción de la identidad cultural de los integrantes de tribus urbanas en la ciudad de la paz. Tesis de Licenciatura. La Paz Bolivia, Universidad Mayor De San Andrés, Facultad de de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.
- Corrales, R, (2011) Camisetas negras, una expresión alternativa: estudio sobre el movimiento metalero urbano en costa rica. Tesis de Licenciatura. San José Costa Rica, Universidad de Costa Rica Facultad de Ciencias Sociales Escuela de Antropología.
- Cortés, D.( 09 de Marzo de 2014). El Tianguis del Chopo ¿Muerte o transformación? *Milienio.com,POR QQR*. Recuperado de: [http://www.milenio.com/blogs/qrr/Tianguis-Chopo-Muerte-transformacion\\_7\\_259244075.html](http://www.milenio.com/blogs/qrr/Tianguis-Chopo-Muerte-transformacion_7_259244075.html).
- Cruz, R. (2011), *Inquisidor: Metal mexicano: Bandas clásicas de culto (primera parte)*. México Distrito Federal. Recuperado de: <https://inquisidor71.wordpress.com/>.
- Cuche, D. (2002). *La noción de la cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión. 1er ed – 2da reimp.

- Cultura Colectiva. (2013), CLTRACLCTVA: 33 años del Tianguis cultural del Chopo. México Distrito Federal. Recuperado de: <http://culturacolectiva.com/33-anos-del-tianguis-cultural-del-chopo/>.

- De Miguel, R. (2010). Cap 1. La ciencia de la comunicación. *Fundamentos de la comunicación humana* (pp. 9 – 27). Madrid España: Club Universitario.

- Díaz, J. (Noviembre – Diciembre, 2010). Música, lenguaje y emoción: una aproximación cerebral. *Salud metal*. 33 (6) 543 – 541. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-33252010000600009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-33252010000600009)

- Diaz, R. (1987). *Cultura popular y lucha de clases*, La Habana: Casa de las Américas, 1- 205

- Dunn, S. (productor), Dunn, S. (Director). (2005), *A Headbanger's Journey*, (Documental). Canada: Seville Pictures, Warner Home Video.

- Echeverría, B. (2001). *Definición de la Cultura*. México, D.F. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México.

- Echeverría, B. [Cetmecs FCPyS]. (2012, Septiembre 21). Conferencia de Bolívar Echeverría. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=dDGbKAAjhNs>.

- Feixa, C. (1996) De las culturas juveniles al estilo. *Nueva Antropología*, XV (50), 71-89. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15905005>.

- Feixa, C. (1998) El reloj de arena. *Culturas juveniles en México*, México, Instituto Mexicano de la Juventud.

- Galicia, F, (2016) El heavy metal en España, 1978-1985: fases de formación, cristalización y crecimiento. Tesis Doctoral. Madrid España, Universidad complutense de Madrid, Facultad de Geografía e Historia, Departamento de Musicología.

- García, M. (1996). Comunicación y relaciones interpersonales. Tendencias pedagógicas. 2 (1996): 1 – 17. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2790951>

- Garrido, L. (Febrero – Abril, 2001). Habermas y la teoría de acción comunicativa. Razón y Palabra. (75), 1 – 19. Recuperado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/ultimas/38\\_Garrido\\_M75.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/ultimas/38_Garrido_M75.pdf)

- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las Culturas*. España, Barcelona. Gedisa

- Giménez, G. (2007). *La concepción simbólica de la cultura*. Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. (pp. 26 – 29). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Instituto Coahuilense de Cultura.

- Giménez, G. (2005). *Identidad y memoria colectiva*. Teoría y análisis de la cultura. (pp. 89 – 96). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Instituto Coahuilense de Cultura.

- Glowacka, D. (2004)]. La música y su interpretación como vehículo de expresión y comunicación. RECYT Comunicar. (23) 57 – 60. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802310>

- Hall, S. (2006). *Estudios Culturales: dos paradigmas*. Revista Colombiana de Sociología. No 27. 2006. Pp 233 – 254

- Hebdige, D. (2002). *Subcultura El significado del estilo*. Barcelona. Paidós Ibérica

- Hernández, R, C Fernández, y P. Baptista (2003). *Metodología de la investigación*, capítulo 1, McGraw Hill, México, (pp 176).

- Hormigos, J. (Octubre, 2012). La sociología de la música. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina. Castellano – Manchega de Ciencias Sociales, 14, 75 – 84. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4152515.pdf>

- Jankowski, N y Jensen, K (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en la comunicación de masas*. (pp. 77).

- Katayama, J. (2014). *Introducción a la metodología cualitativa: Fundamentos, estrategias, métodos y técnicas*. (pp 16 – 80). Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Nuevos tiempos nuevas ideas. Fondo editorial. Lima, Peru.

- Mercado, A. & Hernández, A. (2010). *El proceso de la identidad colectiva*. Convergencia. Universidad Autónoma del Estado de México. Revista de Ciencias Sociales. UAEM, núm 53, mayo - agosto 2010, pp. 229-251

- Morales, F, (2014) Influencia de la música metal en los jóvenes. Tesis de Licenciatura. Coatzacoalcos, Veracruz, Estudios incorporados a la Universidad Nacional Autónoma de México.

- Muñoz, R, (2010) En el más allá: un estudio de la música y cultura metalera en Tijuana, Tesis de Licenciatura. Tijuana México, El Colegio de la Frontera Norte.

- Nateras, A. (Septiembre, 2010). Adscripciones identitarias juveniles: tiempo y espacio social. *El Cotidiano*, (163), 17-23. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32515913003>

- Nateras, A. (2002). *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*. Recuperado de: <https://paulinaberistain.files.wordpress.com/2013/09/jovenes-culturas-e-identidades-urbanas.pdf>

- Oropeza, F, (2013) Análisis del consumo de medios de comunicación de las doce tribus subterráneas del tianguis cultural del chopo. Tesis de Licenciatura. Cholula Puebla, Universidad de Las Américas Puebla.

- Orozco, P. (s/a). *La perspectiva Cualitativa*. La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. (pp 83). Instituto Mexicano para el desarrollo comunicativo, A.C.

- Pérez, A. (2007) En memoria de su extinta malignad, amo de las marionetas. Heavy metal, su público mexicano y la palabra posar. Reportaje. Tesis de Licenciatura.

Estado de México, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Aragón.

- Pérez, A. & Valdez, M. & Suarez, M. (2008). Sobre la juventud de las culturas juveniles. En Berger. B. (Ed.), *Teorías sobre la juventud, las miradas de los clásicos*. (pp. 175 – 194). México, D.F. Universidad Nacional Autónoma de México.

- Reguillo, R. (2003). Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión. *Brasileira de Educação*, (23), 103-118. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=27502308>

- Rendón, J, (2015) La música como formadora de identidad en los skinheads. El caso de cinco skinheads de la ciudad de México. Tesis de Licenciatura. Ciudad de México, México, Universidad Nacional Autónoma de México.

- Rizo, M. (Febrero – Abril, 2011). Reseña de “Teoría de la comunicación humana” de Paul Watzlawick. *Razón y Palabra*. 16 (75). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706028>

- Rodríguez, H. (S/A). *El viaje de los cabezas dura*. Educación y ciudad 18. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5705066.pdf>.

- Salazar, F, (2009) El heavy metal como práctica y consumo cultural en los jóvenes del distrito federal. Tesis de Licenciatura. Distrito Federal, México, Universidad Autónoma de la Ciudad de México

- Salvador, O, (2011) Significación y trascendencias textuales del heavy metal. Tesis de Licenciatura. Estado de México, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Aragón.

- Sánchez, M, (2007) Thrash metal: del sonido al contenido. Tesis de licenciatura. Santiago de Chile, Universidad de Chile, Facultad De Ciencias Sociales Departamento de Sociología.

- Sardar, Z. (1999). *Estudios Culturales para todos*. España Barcelona. Paidós Ibérica.

- Solo, A. (2015). SlideShare: Historia del Tianguis del Chopo, trabajo de investigación de jóvenes. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/AnaliSoloAsi/historia-del-tianguis-del-chopo>.
- Taylor, C. (1996). *El discurso de la identidad moderna*. Identidad y reconocimiento. Montreal Canadá. Universidad McGill. Pp. 10 – 19
- Taylor, J. Y Bogdan, R (1990). *Introducción. Ir hacia la gente*, (pp.20.)
- Terrazas, I, (2014) Estudios hábitos de consumo cultural y musical en estudiantes de la universidad autónoma de chihuahua (México). Tesis Doctoral. Chihuahua México, Universidad Autónoma de Chihuahua, Melilla.
- Thompson, J. (1990). *Ideología y Cultura moderna*. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. Recuperado de [http://www.uamenlinea.uam.mx/materiales/licenciatura/diversos/THOMPSON JOHN B I deologia\\_y\\_cultura\\_moderna\\_Teoria\\_critica\\_s.pdf](http://www.uamenlinea.uam.mx/materiales/licenciatura/diversos/THOMPSON JOHN B I deologia_y_cultura_moderna_Teoria_critica_s.pdf).
- Todorov, S. (2001). *Destinos de la identidad*. Letras libres. Recuperado de: <http://www.letraslibres.com/espana-mexico/revista/destinos-la-identidad>.
- Uribe, A. (2013). *La entrevista cualitativa: una perspectiva práctica desde la investigación social*. Metodología de investigación en ciencias sociales. Aplicaciones prácticas. Universidad de Colima (pp 217).
- Urteaga, E. (2009). *Orígenes e inicios de los estudios culturales*. Universidad del País Vasco, Vitoria.
- Watzlawick, P. (Ed). (1985). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona, España, Editorial, Herder.

# Anexos



## Guía de observación

<p><b>Escenario (a) para observar artículos que compran los metaleros del</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Tianguis cultural el Chopo</b></p>	<p><b>Horario a observar:</b> Sábado de 12: 00 a 12:30 pm</p> <p style="text-align: center;"><b>Fecha:</b> 10 – Febrero - 2018</p>
<p>CATEGORÍAS TEÓRICAS</p>	<p>REGISTRO</p>
<p><b>Elementos del <i>heavy metal</i></b></p> <p>- Cd's - (Credit Default Swaps) son un instrumento o producto financiero creado para asegurar el riesgo de crédito. – Conocer si los metaleros adquieren cd's</p>	<p>Los jóvenes metaleros es lo que más compraron, algunos se llevaban más de un cd.</p>
<p>- Acetatos - formato de grabación aún vigente basado en la grabación mecánica analógica. – Verificar si los metaleros tienen interés por los acetatos.</p>	<p>Los jóvenes metaleros se acercaban a preguntar por algunos álbumes, sin embargo sólo se observó que uno compró un acetato de la banda alemana Helloween.</p>
<p>- Ropa - Nombre genérico de cualquier pieza de tela confeccionada que viste a una persona, un objeto o un lugar. – Conocer qué tipo de ropa adquieren los metaleros.</p>	<p>Lo que más consumieron fueron playeras estampadas con los logos de las bandas, se observó que sólo un joven adquirió un pantalón negro ajustado. Dos jóvenes se compraron un par de botas negras.</p>
<p>- Accesorios - auxiliar de aquello que es central y esto puede aplicarse a un sinnúmero de elementos de diferente tipo. – Saber que tipos de accesorios adquieren.</p>	<p>Varios jóvenes compraron primordialmente pulseras, específicamente uno se centró en conseguir de la banda Judas Priest y de Iron Maiden. Otros jóvenes adquirieron collares de distintas formas (dijes de, calaveras, cruces, piedras). Otros compraron piercings</p>
<p>- Guitarras - Instrumento musical de cuerda formado por una caja hueca de madera de forma alargada con un leve estrechamiento en la parte media, un agujero circular en el centro y un brazo (mástil) a lo largo del cual se prolongan las cuerdas (generalmente seis) – Verificar si los metaleros compran guitarras en este espacio</p>	<p>Solamente había un puesto que vendía guitarras y cuerdas, los jóvenes solamente preguntaban por los precios.</p>

<p><b>Escenario (a) para observar aspectos físicos (vestimenta, fachada) de los metaleros del.</b></p> <p><b>Tianguis cultural el Chopo</b></p>	<p><b>Horario a observar:</b> Sábado de 12: 30 a 13:00 pm</p> <p><b>Fecha:</b> 17 – Febrero - 2018</p>
<p><b>Aspectos físicos</b></p> <p>-Atuendo - Ropa exterior o indumentaria de una persona, en especial cuando es propia o característica de cierto lugar, época, acontecimiento o actividad. – Conocer la parte exterior (ropa) presentan los metaleros.</p>	<p>Los jóvenes metaleros algunos vestían con pantalón negro y playeras de varias bandas de metal, (Iron maiden, Metallica, Black Sabbath) otros solamente con alguna playera de algún grupo, usaban cadenas que iban del ojal del pantalón a la bolsa del mismo, traían pulseras de color negras. Algunos con botas otros con tenis negros. Tenían perforaciones y expansiones.</p> <p>Otros jóvenes iban vestidos sin ninguna característica que hiciera alusión al gusto por el metal, sin embargo al acercarse a los puestos, preguntaban por cd's de bandas que tocan metal</p>
<p>- Fachada – Parte o cara visible de un algo. – Verificar si los metaleros tienen cabellera larga, corta, sin cabellera.</p>	<p>Esta característica se vio dividida, puesto que muchos jóvenes iban con vestimenta que alucia su gusto por el metal mediante sus playeras, pero sin la cabellera larga.</p> <p>Otros más si tenían el cabello largo</p>
<p>- Tatuajes - Dibujo grabado en la piel de una persona introduciendo sustancias colorantes bajo la epidermis. – Conocer si los metaleros acuden a este lugar para tatuarse.</p>	<p>Solamente dos jóvenes, una mujer y un hombre, presentaban la vestimenta de un metalero, y se estaban realizando un tatuaje.</p>

<p><b>Escenario (a) para observar elementos característicos del Tianguis el Chopo</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Tianguis el Chopo</b></p>	<p><b>Horario a observar:</b> Sábado de 12: 00 a 12:30 pm</p> <p><b>Fecha:</b> 10 – Febrero - 2018</p>
<p><b>Elementos característicos del tianguis el Chopo.</b></p> <p>Describir, qué hay, cómo es que está organizado éste espacio y su estructura</p>	<p>La ubicación de este lugar está en: Calle Aldama entre las calles Sol y Luna de la colonia Guerrero de la Ciudad de México; el Tianguis solamente se encuentra los días sábados, en un horario de 11:30 am a 17:00 pm hrs.</p> <p>A este lugar acuden muchas personas que gustan de diversos géneros musicales, el lugar se caracteriza por su contexto de ofrecer escenas musicales como el rock, punk, metal, reggae, blues, jazz.</p> <p>Es un espacio que geográficamente es pequeño; es un tianguis que tiene las características de otros que hay en la Ciudad de México. Está conformado por diversos puestos los cuales sus estructuras en su mayoría son de tubos de metal, todos tapados con telas ya sean de color negras, rosas, azules, amarillas. Los puestos están organizados de manera que cada uno tiene un cierto espacio oficial (aunque los hay de diferentes tamaños, algunos son más pequeños en comparación de otros, de acuerdo al producto que se ofrezca).</p> <p>Existe una especie de directiva que son quienes organizan el tianguis, la misma directiva se encarga de poner en orden los locales, de ponerles un número a cada local.</p> <p>Se ofrece gran variedad, como son desde ropa, cd's, acetatos, accesorios (aretes, pulseras, collares, anillos, etc), ropa, calzado, artesanías, hacerse tatuajes. Cabe mencionar que su ubicación se encuentra en la calle A este sitio acuden diversos tipos de personas, que les gusta distintos géneros de música.</p>

<p><b>Escenario (a) para observar el consumo del <i>heavy metal</i> nacional e internacional</b></p> <p><b>Tianguis el Chopo</b></p>	<p><b>Horario a observar:</b> Sábado de 12: 00 a 12:30 pm</p> <p><b>Fecha:</b> 24 – Febrero - 2018</p>
<p><b><i>Heavy metal</i> nacional e internacional</b></p> <p>Analizar y conocer qué es lo que consumen más los metaleros, si el metal nacional o el internacional.</p>	<p>Los jóvenes metaleros adquirieron cd's de varias bandas, compraron más cd's de <i>heavy</i> internacional (grupos como: Dimmu Borgir, Venom, Iron Maiden, Nargaroth, Helloween, Slayer, Testament, Forbidden, Violator) en comparación del nacional.</p> <p>En el caso de las playeras también se pudo notar que consumen el <i>heavy</i> internacional, puesto que la mayoría traía puestas playeras de bandas extranjeras.</p> <p>En el caso de los los cd's originales y los que no son originales, la mayoría de los jóvenes preferían adquirir los originales, aunque también varios compraron cd's no originales.</p>

## Guía para las entrevistas

### I. Información personal

1. ¿Nombre?
2. ¿Edad?
3. ¿Ocupación?
4. ¿Dónde vives?

### II. Consumo cultural

5. ¿Por cuál medio adquieres y escuchas este género?
6. ¿Qué productos adquieres sobre este género musical?
7. ¿Con qué frecuencia consumes esta música?
8. ¿Con qué frecuencia consumes algún objeto material relacionado con el heavy metal?

### III. Identificación con el heavy metal

9. ¿Por qué te gusta el heavy metal?
10. ¿Desde cuándo empezaste a escuchar heavy metal?
11. ¿Qué es lo que más te gusta al escuchar heavy metal?
12. ¿Cuál es tu opinión acerca del heavy metal?
13. ¿De qué manera te identificas con este género?
14. ¿Qué significado tiene para ti el heavy metal?
15. ¿En general cuál es tu opinión sobre las letras del heavy metal que escuchas?
16. ¿Existen símbolos o significados entre ustedes los metaleros ¿Cuáles?
17. ¿Te identificas con otras personas que escuchan este género? ¿Por qué?
18. ¿Piensas que cierto tipo de ropa marque o sea la identificación para ser un metalero?

### IV. Características de los metaleros

19. ¿Cuáles son los motivos por el que te vistes de esta forma?
20. ¿En tu opinión cual es la apariencia que debe de tener un metalero?
21. ¿Tienes algún tipo de tatuaje que se relacione con el heavy metal?
22. ¿Qué significado tiene para ti ese tatuaje relacionado con el heavy metal? (en caso de que tenga tatuaje)
23. ¿Regularmente vistes de esta manera?
24. ¿Qué significado tiene para ti la ropa que usas o bien los accesorios?
25. ¿Tú cabellera larga tiene algún significado como metalero?

### V. Elementos del tianguis

26. ¿Por qué asistes al tianguis cultural el Chopo?
27. ¿Qué es lo que te gusta del tianguis cultural el Chopo?
28. ¿Con qué elementos o aspectos del tianguis te sientes identificado?
29. ¿Cuál es tu opinión acerca de este lugar?
30. ¿Vienes con frecuencia a este lugar?
31. ¿Encuentras todo lo que buscas en este lugar?

32. ¿Qué es lo que adquieres cuándo visitas el tianguis el Chopo?

**VI. Factores entre heavy nacional e internacional**

33. ¿Cuál es tu opinión sobre el heavy metal nacional en relación con el internacional?

34. En tu opinión, ¿qué metal se escucha más el internacional o el nacional y por qué?

35. ¿Cuáles son los grupos que escuchas? ¿Me podrías mencionar tus favoritos?

**VII. Expresión contracultural**

36. ¿Consideras que el heavy metal es un género musical que no ha sido valorado cómo algunos otros?

37. ¿El heavy metal ha sido rechazado y estereotipado por diversas personas, por qué crees que ocurra esto?

38. ¿Conoces alguna persona cercana a ti que rechace este género? ¿Sabes la razón de ese rechazo?

Agradezco a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México UACM, por el apoyo que me brindó para la impresión y empastado de mi tesis.

