



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
LICENCIATURA EN SOCIOLOGIA

MODULO XII “SOCIOLOGIA Y SOCIEDAD” TRIMESTRE LECTIVO:
22-I

Asesor: Dr. Mario Ortega Olivares

Resignificación del territorio: “metaleros”, del Chopo a Facebook

Huerta Avila Getsemaní

Matrícula: 2173021364

Fecha: 23 / Mayo / 2022

Índice.

I - Introducción.....	4
II - Planteamiento del problema.....	6
III - Justificación.....	10
IV - Objetivos de la investigación.	11
Objetivo general:	11
Objetivos específicos:	11
V - Metodología de la investigación.....	12
VI - Capítulo 1: aproximaciones teóricas.....	13
Habitus.....	13
Identidad.....	15
Tribus Urbanas.....	18
Metal/Heavy metal.....	20
Territorio.....	22
Apropiación del espacio público.....	25
Espacio virtual: Facebook.....	26
VII - Capitulo 2: antecede histórico del problema.....	29
Tianguis Cultural del Chopo.....	29
Un espacio para los metaleros.....	32
VIII – Capitulo 3: La emergencia sanitaria por Covid-19.....	37
Los metaleros y el encierro.....	37
Los metaleros del Chopo postpandemia.....	49
Conclusiones.....	53
Referencias.....	56

Anexos.	61
Anexo 1. Ejemplo de canción.	61
Anexo 2. Estilo de playeras.	63
Anexo 3. Guia de entrevistas.	64
Historia oral 1.	65
Historia oral 2.	71
Historia oral 3.	80

I - Introducción.

La noción de territorio remite a pensar de manera simple a definiciones geográficas y posiblemente de manera económica. Sin embargo, en las ciencias sociales, el concepto de territorio ha adquirido una nueva visión a través de la dimensión social para la reproducción de las dinámicas sociales como la política y la cultura. Tal como señalaría Pierre Bourdieu en su teoría de campo social, donde la participación de los agentes sociales legitima la construcción del territorio. Bajo este conjunto de ideas, el territorio más allá de ser delimitado por fronteras naturales, la dimensión simbólica que el individuo le otorga permite que se identifiquen como grupo o sociedad a partir de la apropiación del espacio, lo que permite la reproducción de su cultura a través de la identificación por su vestimenta, su lenguaje y sus prácticas.

En ese sentido, la presente investigación tiene como principal objetivo analizar la apropiación del espacio público y virtual por parte del actor social “metalero” de la Ciudad de México tras la pandemia por Covid-19 teniendo en cuenta que, tras el confinamiento “quédate en casa” para evitar el contagio en los espacios públicos y la incertidumbre del regreso a la normalidad, se potenció el uso de redes sociales para continuar con las interacciones que eran presenciales, lo cual ha permitido una doble resignificación del espacio virtual para la reproducción de la cultura y la retroalimentación de su identidad.

Así pues, la investigación centró su interés en el Tianguis Cultural del Chopo ubicado en la CDMX, donde los jóvenes oyentes del “metal” y sus subgéneros, mejor conocido “metalero” se apropió del espacio para la reproducción de su identidad y cultura; y la red social Facebook como espacio virtual donde el “metalero” se apropia del espacio y retroalimenta su identidad y su cultura a través de recurrir a la memoria.

Por ello, el trabajo se construyó con tres capítulos donde, en el primero se abordan los conceptos teóricos habitus, identidad, tribus urbanas, “metal”, territorio, apropiación del espacio público y Facebook desde la perspectiva de autores como Pierre Bourdieu, Néstor García Canclini, Maritza Urteaga Castro-Pozo, Stephen Castillo Bernal, Laura Cecilia Cala, entre otros.

En un segundo capítulo, se aborda la historia del Tianguis Cultural del Chopo desde su primera aparición en las instalaciones del Museo Universitario del Chopo, hasta consolidarse como un espacio meramente callejero y, sobre todo, cultural; por consiguiente, se aborda como este espacio público fue apropiándose por parte de los “metaleros” perteneciente a la CDMX y periferia. Del mismo modo, se aborda la recurrencia de estos “metaleros” a la red social Facebook tras la emergencia sanitaria por Covid-19, la cual, afectó la concurrencia a lugares públicos.

Finalmente, en un tercer apartado, con base en la metodología empleada, se permitió el análisis de los casos de estudios anteriormente señalados, a la par, conviene rescatar que, a partir de los casos de estudio, dio la posibilidad de seleccionar a los de tipos de caso para realizar la entrevista semiestructurada recuperando su historia como seguidor y/o oyente del “metal”, así como su presencia en los espacios públicos y virtuales.

II - Planteamiento del problema.

Al escuchar la palabra “metal” es normal pensar en el elemento sólido, sin embargo, dentro del mundo de la música se refiere a un sonido que es caracterizado por un sonido denso y agresivo en sus instrumentos. En ese sentido, cuando hablamos del “metal” nos referimos a un género de música diferente al “rock” por su sonido, donde resalta la distorsión en el sonido de sus guitarras, densidad en el bajo, así como la batería, sin dejar de lado la agudeza de las voces. A raíz de ello, han surgido subgéneros como el heavy (pesado), thrash (golpe), black (negro), death (muerte), glam (glamour) por mencionar algunos ejemplos que llevan este sonido a otro nivel, entendiendo que pueden ser más lentos o rápidos inclusive saturando o disminuyendo la distorsión y/o fuerza.

Siguiendo a S. Castillo (2015, p.20) existe una confusión al tratar de englobar al heavy metal como otra forma de referirse al “metal”, pues el heavy metal es uno de los subgéneros que tienen sus propios elementos sonoros y estéticos. Así, incursionando dentro de esta música dejando de lado el sonido, dichos subgéneros tienen sus propias ideologías y modos de actuar donde resalta más la diferencia entre ellos. Ciertos estilos tanto sonoros como estéticos constituyen una pieza fundamental que lleva a los jóvenes a adentrarse en ellos y adoptar ciertas características forjando su identidad.

Asimismo, surge el joven “metalero” el cual, de primer momento, es un seguidor del género musical, el cual adopta la ideología y actitudes conforme al subgénero de su interés. Ahora, tales jóvenes encuentran un lugar en dichos estilos musicales por ser radicales y ser una forma de contrarrestar el contexto, cultura, sociedad, etc. Como lo es el thrash metal que se “caracterizan por cuestionar los órdenes políticos establecidos, así como por los estragos ambientales generados por las erráticas y corruptas prácticas de los estados-nación” (S. Castillo, 2015, p.87). Cabe señalar que el “metalero” radicaliza la ideología y actitud del subgénero, llegando así a la discriminación hacia otros derivados del “metal” e inclusive a otros “metaleros” y géneros musicales.

Así pues, la relevancia del “metal” se direcciona a la praxis e identificación que constituye al “metalero” que más allá de definirlo como un joven influenciado por el género musical, es un sujeto que conforma la tribu urbana (con subdivisiones) que gusta de este género y actúa conforme a los modos establecidos según su “tribu”. De modo que este actor social adopta ciertas características que constituyen su identidad como rescatar la imagen agresiva del género, estética, actitudes e ideología en sus modos de vida.

En ese sentido, este subgénero al igual que el “black” y “death metal” están cargadas de líricas y sonidos que desafían los estándares establecidos llevando a la juventud a adoptar estilos extremos. Por consiguiente, no sería algo extraño decir que los jóvenes encuentran su lugar en estos géneros por cuestionar a la sociedad y la manera en que se imponen entre la sociedad por ser sonidos y estilos agresivos.

De esta manera el aporte de S. Castillo (2015) yace en que la rebeldía del “metal” para su contexto es una forma viable de identidad por desafiar a la sociedad no solo musicalmente, sino a través del cuestionamiento a la sociedad, la modernidad y el futuro (p.88). A la par, el Tianguis Cultural del Chopo es uno de los lugares donde la experiencia de vivir el estilo de vida metalero resulta llamativa, pues se construye en un espacio-tiempo donde la represión y la limitación a las culturas de corte radical era mal visto y estereotipado. Es preciso atender que el Tianguis Cultural del Chopo es un espacio dotado de símbolos, significados y sobre todo de prácticas sociales donde se construye una identidad.

Con base en dichos elementos es importante formular la siguiente pregunta ¿Cómo a través de la apropiación del espacio público se resalta la identidad de los metaleros? Para conocer como la presencia de este actor social reconfigura el espacio a partir de su identidad, teniendo como punto de partida el contexto antes de la emergencia sanitaria por COVID-19 pues este tendrá efectos en la praxis y presencia del joven metalero en los espacios públicos. A través de la compilación de autores como Pierre Bourdieu, Néstor García Canclini, Gilberto Giménez, Maritza Urteaga Castro-Pozo, entre otros, se podrán construir los conceptos habitus, metal, tribu urbana, tianguis del chopo, identidad y apropiación del espacio público

comprendiendo la presencia de los metaleros en el espacio público la pandemia por COVID-19.

Como se ha visto, el Tianguis del Chopo es un espacio con múltiples interpretaciones con las que ha tenido que reafirmar constantemente su esencia y significado simbólico de territorio ante la informalidad y llegada de nuevos actores que no conciernen a las tribus urbanas radicales como el metalero. Bajo esta misma lógica el “metalero” ha ido añadiendo nuevos mecanismos como mencionar que cierto “metalero” no sigue el verdadero estilo del “metal” e incluso la interacción fuera del espacio público como el uso de redes sociales que tuvieron relevancia a través de la pandemia por COVID-19.

Inicialmente a través del acuerdo presentado por el Gobierno de México (2020a) a finales de marzo se declara emergencia sanitaria por la epidemia de SARS-CoV2 (COVID-19) al igual que las determinaciones por las autoridades de salud para contener el virus. En ese sentido, las medidas sanitarias adoptadas por el Gobierno de México¹ para prevenir el contagio del virus fueron las siguientes:

- Uso correcto de cubrebocas.
- Lavado correcto de manos.
- Sana distancia 1.5 metros.
- Estornudo de etiqueta.
- Espacios ventilados.
- Vacunación. (Gobierno de México, 2020b)

El impacto por COVID-19 afectó las interacciones y la aparición de los actores sociales en el espacio y lugares públicos. De este modo, a través de publicación de la Gaceta Oficial de la Ciudad de México (2021) se hicieron visibles las medidas sanitarias para las personas puedan ingresar a los lugares públicos que no distan de los primeros a excepción de módulos con dispensadores de gel antibacterial, filtros sanitarios con termómetros donde la temperatura no debe exceder a los 37.5°.

¹ Fuente: Página oficial del Gobierno de México. Medidas preventivas.
<https://coronavirus.gob.mx/prevencion/>

Morton (2021) añade que “el covid-19 alteró una gran cantidad de nodos ya que al ser en extremo contagioso obligó a transformar varios códigos que asimismo detuvieron el movimiento de las personas” (p.48). Como consecuencia, la presencia de los actores sociales en el espacio público fue limitada por lo que mudaron actividades a las redes sociales como Facebook manteniendo la presencia y reproducción de sus actividades.

Con base en lo anterior, se permitió formular la siguiente hipótesis: la respuesta de la comunidad “metalera” de la CDMX tras la restricción del espacio público por la pandemia de COVID-19, fue el hacer uso de otros medios para mantener su presencia e identidad.

Al mismo tiempo, conviene señalar que, las practicas del actor social “metalero” brinda una doble resignificación del espacio, siendo público o virtual, para llevar a cabo sus prácticas y reproducción de la cultura. Por ello, se pone en cuestionamiento y en reflexión la importancia del espacio público para que se lleve a cabo un reencuentro individual y social a pesar de ser riesgoso por Covid-19 (Campos y De la Mora, 2021, p-67).

III - Justificación.

Tras la pandemia por Covid-19 declarada en México en marzo 2020 junto con las medidas sanitarias adoptadas por el Gobierno de la CDMX la aparición de los actores sociales en el espacio público fue limitada y dirigida a la protección de la casa. Lo que propicio que actividades culturales y el flujo de metaleros en el Chopo se redujera gracias a la incertidumbre por la duración de la pandemia. Asimismo, el interés de la investigación se postra sobre las interacciones de los metaleros en el espacio público y virtual siendo Facebook el espacio de mayor interacción y significados.

Con base en lo anterior, la investigación presente, busca exponer las interacciones de los metaleros en dichos espacios tras la pandemia por COVID-19 procurando exponer si las interacciones en dichos espacios en este actor social tienen un nuevo significado puesto que, gracias a las medidas sanitarias y la campaña “quédate en casa”, que pretende una transición hacia la nueva normalidad, se modificó la presencia y la interacción sobre el espacio público.

Así pues, la relevancia sociológica de la presente investigación pretende dar a conocer la resignificación de los espacios virtuales por parte de los actores sociales/tribus urbanas a través de la emergencia sanitaria declarada en México en marzo 2020. A través de limitar el acceso al espacio público para evitar el contagio, el “metalero” limitó su participación en los lugares simbólicos donde llevaba a cabo sus prácticas (convivencia con amigos, difusión de material, degustar del género). Asimismo, se dio una transición hacia las redes sociales como forma alternativa para mantener la reproducción de sus prácticas, esto ocasionó que se diera una resignificación de dicho espacio virtual por parte del actor “metalero”.

De esta manera la presente investigación pretende exponer la importancia de la dimensión social sobre la conceptualización del territorio; puesto que, para la sociología, los modos en que el individuo se apropia y aprovecha del espacio construye el estudio de sus prácticas y percepciones.

IV - Objetivos de la investigación.

Objetivo general:

Conocer como las practicas identitarias de los metaleros llevan a la apropiación del espacio público y virtual, dotándolo de nuevas prácticas sociales y significados para conformar la identidad.

Objetivos específicos:

- Conocer cómo los metaleros conforman su identidad a través de la música.
- Conocer cómo las practicas sociales del metalero en el Chopo llevan a la apropiación del espacio público.
- Identificar cómo el metalero construye nuevas prácticas identitarias en Facebook.
- Analizar la relevancia de ambos espacios (público y virtual) para identificarse como metalero.
- Analizar la importancia y relevancia de ambos espacios para la constitución de la identidad.

V - Metodología de la investigación.

Gracias a la consulta bibliográfica, la presente investigación será de carácter cualitativo descriptivo, dado que este tipo de investigación permite que el observador presentar un informe detallado del mundo social perceptible por él y por los demás. Asimismo, este carácter permite al investigador la interacción con un sujeto social que pueda ofrecer su historia oral o experiencia de vida ofreciendo así al investigador dimensiones para el estudio. (Monje, 2011, p.32)

El carácter descriptivo de esta investigación tiene como finalidad resaltar características del objeto de estudio (Guevara et al., 2020, p.166). Entendiendo que la investigación descriptiva hacer una revisión crítica y analizar el tema a investigar con la finalidad de explicar brevemente el origen de la problemática y presentar los resultados más relevantes (Tinto, 2013, p.139).

Con base en lo anterior, se optó por realizar historia oral como técnica de recolección de datos, pues esta herramienta permite recuperar y resguardar la memoria de los informantes (Sitton et al., 1989, p.168). En ese sentido, se construyó una serie de tópicos como guía de entrevista de los cuales se pretende obtener la información adecuada. En consecuencia, la selección de informantes o entrevistados es a partir de las características señaladas en el desarrollo de la presente investigación; pues, su información es relevante para reflexionar los resultados.

VI - Capítulo 1: aproximaciones teóricas.

Habitus.

Para las ciencias sociales y en especial la sociología el aporte del habitus de Pierre Bourdieu constituyen una relevancia para la constitución de investigaciones sociológicas culturales. Pero ¿Qué es el habitus? Respondiendo a la interrogante, el concepto de habitus es “un sistema de esquemas de producción de prácticas y un sistema de percepción y de apropiación de las practicas” (Bourdieu, 2000, citado por Guerra, 2010, p.390)

Para Bourdieu el concepto de habitus trata de definir “el proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas” (Canclini, 1990, p.26). Asimismo, el actor social se interpreta como el resultado de productos históricos. Como señala Guerra (2013) el habitus de Bourdieu es un sistema de esquemas incorporados producto de la historia colectiva que se aprenden de manera individual funcionando así *en* y *para* la práctica.

Hablando del habitus en la práctica, Bourdieu (2002, p.92) señala que se pretende reencontrar a los actores sociales previamente estructurados. En otras palabras, se puede decir que el pasado mantiene su presencia en la actualidad a través de las practicas. Siguiendo a Bourdieu (2002, p.99) el habitus individual refleja el habitus en grupo a través de sus estructuras interiorizadas, asimismo, el habitus individual “propio” es una variedad de las practicas grupales interiorizadas.

El concepto de habitus, como señala Guerra (2010) para su estudio no se puede separar del concepto de campo social (p.397). Este concepto se entiende como una esfera originaria de la vida social que se automatiza gradualmente conforme pasa la historia. Dicha automatización es en torno a relaciones específicas, intereses y recursos. Aunado a lo anterior, el concepto de campo en Bourdieu es un elemento vinculado al habitus, puesto que, es el espacio donde los agentes sociales, a parir de su capital y habitus, buscan obtener mayor beneficio y posicionarse.

El campo en Bourdieu funciona con el actor/agente que está inmerso en él. Bajo el aporte de Enrique Guerra, propone que “el campo es también una especie de

mercado porque en ellos se negocian, valorizan e intercambian capitales específicos” (Guerra, 2010, p.399).

La forma en que se puede entender *el capital* a través tres interpretaciones: primero, el capital económico, referente a los recursos monetarios y financieros; segundo, capital social que está constituido por los recursos que los actores sociales movilizan a partir de sus redes y organizaciones sociales; finalmente, el capital cultural que se construye a partir de las formas educación-conocimiento, capital simbólico (Chihu, 1998, p.184)

Siguiendo a Armando Cerón-Martínez se puede aproximar que el campo se compone de la sociedad y/o espacio social; un campo que, es relativamente autónomo y lleno de jerarquías de poder (Cerón-Martínez, 2019). Aunado a lo anterior, los conceptos habitus y campo se relacionan a partir de las diferentes posiciones que ocupa el individuo según su capital. Entendiendo que en el campo los grupos o individuos buscan cambiar o mantener su posición de poder.

Finalmente, entendiendo los conceptos que constituyen el habitus de Pierre Bourdieu, conviene complementar con la presencia de éste en el campo cultural. El campo cultural se automatiza a partir de tres fenómenos: los productores de cultura, los que consumen bienes culturales y los que se dedican a la producción de cultura. Dentro de la misma automatización del campo, existe la diferenciación de los públicos a los que va dirigido la producción cultural, pues existe producción general y producción restringida (Chihu, 1998, p.192).

La producción a gran escala es una mercancía construida en beneficios del mercado. A diferencia de ello, la producción restringida se caracteriza por ser objeto simbólico en beneficio de privilegiar la originalidad y construcción de crítica. Este campo es para quienes producen el arte, lo cual permite que se automatice generando sus propios criterios, es decir, “se configura un campo de relaciones entre los agentes miembros del campo” (Chihu, 1998, p.193).

Finalmente los conceptos de capital, habitus y campo tienen una gran relación para su estudio, aproximándome a los conceptos de Pierre Bourdieu, podría decirse que

es la manera en que se han estructurado y reproducido las culturas y clases, dado que como se explicó anteriormente, el actor social reproduce las estructuras que se le previamente se le inculcaron y con ello, se mueven en los campos para garantizar su posición social o como se ha descrito por múltiples autores como , es una lucha de clases por apropiarse del capital en común y así mantener una jerarquía.

Identidad.

Gilberto Giménez describe dicha situación de la siguiente manera “Mediante la interiorización de un conjunto de roles institucionalizados, el individuo entra en comunicación con el universo cultural de los símbolos y valores, de modo que estos últimos se convierten en parte constitutiva de su identidad” (Giménez, 1996, p.195).

La identidad ha tenido diferentes ángulos para su estudio e interpretación, para las ciencias sociales y especialmente la sociología el concepto de identidad rescata un análisis amplio y teórico, siguiendo a Giménez (1996) se aborda la identidad a partir de la teoría de actor social. En un primero momento, la identidad en los actores sociales es parte de la dimensión subjetiva, es decir, de los sentimientos, condiciones y circunstancias que el actor obtiene en la interacción y comunicación.

En un segundo momento, la identidad en los actores sociales opera a partir de la selección subjetiva y a la conversión de datos a valores que sirve para definir su identidad durante la interacción con otros actores sociales, en otras palabras, los rasgos de la cultura perteneciente no son permanentes en el actor social, pues este selecciona los valores de dicha cultura. Mediante la interacción social, los valores seleccionados tienden a emitirse por el actor social como una identidad propia de él tal como señala Giménez (1996) “la identidad social tiende a funcionar como un super ego idealizado” (p.187). De esta manera se puede interpretar que la identidad se desarrolla cuando hay interacción entre actores sociales.

Aunado a lo anterior, la identidad se interpreta de mejor manera como un proceso en el que se construye el “Yo”, dado que en este proceso como señala Frith (2003) se “describe lo social en lo individual y lo individual en lo social” (p.184). En efecto, la identidad a su vez explica un proceso social, una interacción cargada de múltiples

factores en el que se expresa lo individual y lo colectivo. Así pues, reforzando la idea, cabe destacar que la música tiene mayor vínculo con el proceso de identidad, pues, a través de ella, los oyentes vinculan e identifican historia, lo social, percepciones individuales y colectivas.

Los oyentes reconocen su pertenencia a un grupo social a través la música sin importar los aspectos familiares, culturales, etc., pues estos tienen presencia parcial en la música puesto que, en palabras de Mark Slobin (1993)

sólo pueden penetrar muy parcialmente el momento de concreción de la camaradería musical. Visibles para el observador, estas coacciones son invisibles para los músicos, quienes elaboran en cambio una imagen compartida que implica la afirmación del orgullo y hasta de la ambición, y la desaparición simultánea del yo (citado por Frith 2003, p.186).

Asimismo, Maritza Urteaga (1996; 1998) da cuenta que el consumo de la música pone en la praxis la función identitaria. En la música, géneros como el rock o el punk, más allá de solo consumir la música, la imagen cultural traducida como estilo, configura elementos simbólicos (lenguaje, vestimenta, estilo de vida) propicios para la identidad colectiva e individual.

Lo que podría ejemplificarse en un estudio sobre las mujeres de clase media de la CDMX y sus alrededores que encuentran un lugar en el punk. El estudio de caso “chavas activas punk: la virginidad sacudida” de Maritza Urteaga Castro-Pozo sostiene que la identidad de las mujeres que se acercaron a la música rock y punk es mayormente por la radicalidad de estos estilos musicales que pretende romper los estereotipos familiares de una mujer o niña bien. Entiendo que las culturas familiar y juvenil han posicionado a las mujeres como un sexo débil, secundario e incluso pasivo (Castro-Pozo, 1996, p.101).

Por consiguiente, Simon Frith vincula el proceso de identidad con la música aportando que “la cuestión no es cómo una determinada obra musical o una interpretación refleja a la gente, sino cómo la produce, cómo crea y construye una experiencia” (Frith, 2003, p.184).

De esta manera, el estudio de Maritza puede vincularse con el proceso de identidad propuesto por Simón Frith descrito anteriormente. En primer lugar, el contexto y el proceso de la construcción del “Yo”; entendiendo que, las mujeres que encontraron su identidad en el punk, fue en un momento en el que la educación y crianza de las mujeres estaba destinada a las labores de casa. En un segundo lugar, la música como actividad cultural en el proceso de identidad, permite interpretar lo individual y lo social, a uno mismo y lo grupal; el punk, más allá de un estilo de música, como estilo de vida es totalmente radical al “orden” establecido, fungió para cuestionar el contexto de las mujeres. Finalmente, en tercer lugar, las mujeres en la música y tribu urbana punk reconocieron su familiaridad desvaneciendo el “yo” y sus rasgos iniciales; así pues, las mujeres que vivieron con las mismas condiciones de vida se identificaron en el punk (por ser estilo diferente y potente como el “metal”) para contrarrestar la imagen de “niña bien” a través de conformar de un grupo musical “punk”, expresiones radicales, etc.

En ese sentido, Emilce Cammarata (2006) señala que las identidades

“significan el reconocimiento que hace una persona o un grupo de su inscripción en una red imaginaria que lo sostiene (pertenencia a un armazón de sentido), de sus percepciones, representaciones; la imagen es incluida por los medios de comunicación, por tanto, es una representación de la realidad que no se puede confundir con lo real, pero a su vez, está condicionada por el desarrollo cognitivo de cada individuo” (p.355)

De esta forma, se puede entender que la identidad es un conjunto de interpretaciones, colectivas y personales, donde se construye el “yo” a modo de tener protagonismo y distinción ante las demás personas. La música, forma parte de la construcción de la identidad, ayuda a que los individuos se reencuentren y construyan una parte del “yo” adoptando un estilo cargado de símbolos y así reproducir la cultura y finalmente, pertenecer a un grupo.

Tribus Urbanas.

La forma en que puede definirse una tribu urbana puede ser la descripción de Carles Feixa que a través del concepto de culturas juveniles describe que “refieren al conjunto de formas de vida y valores, expresadas por colectivos generacionales en respuesta a sus condiciones de existencia social y material” (Feixa, 1995, p.73). Así pues, se refuerza la idea de identidad en la que, el acercamiento a estos colectivos es a través de experiencias similares.

De otro modo, el sociólogo francés Michel Maffesoli(1988) define a las tribus urbanas como “reagrupamientos de jóvenes surgidos en los grandes centros urbanos. Son nuevas formas de relaciones socioculturales, caracterizado por la fluidez, la asociación puntual, la dispersión y la fragmentación” (citado por J. Sánchez, 2010, p.129).

Simultáneamente, la relevancia de las tribus urbanas se postra sobre el cambio y radicalidad que estas expresan ante su contexto, asimismo, Ramón Rivera (2015) en su texto *Tribus urbanas en acciones de naturación de azoteas* describe que

“Las tribus urbanas constituyen una posibilidad de recrear una nueva *socialidad*, de reeditar un nuevo orden simbólico a partir del tejido social cotidiano. En constante contacto humano con la alternativa de construir identidad y potenciar una imagen social. El concepto de *tribu* remite a conglomerados con cierto nivel de agresividad; sin embargo, son una expresión lógica de la modernidad y en ellos se expresan protesta social y propuestas”. (p.397)

El autor señala que las tribus urbanas constituyen prácticas que le permiten adaptarse al contexto y, de esta forma, las mismas practicas vinculadas al espacio permiten la configuración simbólica de estos aspectos.

De otro modo, el estudio de las tribus urbanas refleja la coyuntura en los estudios juveniles, lo que puede deducir que, las tribus urbanas son otra perspectiva para los estudios juveniles. Asimismo, Juan Carlos Molina en su artículo *juventud y tribus urbanas* parte del estudio sobre jóvenes en las ciencias sociales, describe que, los

estudios juveniles centraron su mirada hacia los jóvenes que buscaban oportunidad laboral en sociedades industrializadas, de este modo, los jóvenes marginados buscaron alternativa en las tribus urbanas para confrontar la desigualdad de oportunidades que, siguiendo al autor, significa una oportunidad de tener protagonismo, protección y oposición simbólica dentro y fuera de la misma tribu (Molina, 2000, pp. 10-11).

Por otro lado, Juan Carlos Silva en *Juventud y tribus urbanas: en busca de la identidad*, explica que, en las tribus urbanas “hay un comportamiento en sus componentes humanos y existenciales, cuyo único sentido es la diferenciación por la diferenciación; es el estilo estético por el propio estilo sin contenidos de fondo en su postura estética” (Silva, 2002, p.7).

Las tribus urbanas representan una alternativa a la forma tradicional de socializar y principalmente, se construyen como un espacio autónomo para los jóvenes en proceso de construcción de identidad, influyendo del mismo modo en la creación de una identidad colectiva (Castro-Pozo, 1998, p.55). Las tribus urbanas están cargadas de manifestaciones y expresiones dadas en un determinado contexto lo que permite que los jóvenes que están en crisis de identidad encuentran un sentido de pertenencia. Al integrarse a las tribus urbanas es común que, para resaltar más la identidad, hagan uso de símbolos como la vestimenta, lenguaje, comportamientos e incluso la estética con perforaciones, tatuajes y demás (Arce, 2008). En ese sentido, es preciso destacar que en la etapa de juventud es cuando mayor adopción de dicho estilo de vida, así pues, en esta etapa existe mayor visibilidad de estos símbolos.

Las tribus urbanas han ayudado a comprender el proceso de la construcción de la identidad de los jóvenes, entendiendo que las tribus urbanas están conformadas por jóvenes que comparten un estilo de vida similar y se identifican por medio de rasgos como lenguaje, vestimenta, actuar, pensar, etc., a su vez, se vincula el acercamiento por ciertos gustos como la música, arte, etc. Sumando que, dentro de la importancia de las tribus urbanas existe un vínculo simbólico con el territorio, pues este es

dotado de significados a través de su praxis e interacción que impulsa más la distinción de los “otros”.

Metal/Heavy metal.

Hablar de un género musical como lo es el metal/heavy metal trae consigo múltiples interpretaciones en relación con la agresividad sonora y estética de los fanáticos de dicha música. Sin embargo, el metal a pesar de ser un género musical trasciende a un nivel más allá de ser un sonido con potencia y agresividad en los instrumentos, tal como Chaparro (2020) a través de una reinterpretación señala que el metal “independiente de su ritmo acelerado y voces altas y agresivas está sujeto a un canto de pensamiento, de libertar, de crítica social y fuerte crítica política” (pp. 42-43). (Véase en anexos).

Culturalmente, el “metal” y/o “heavy metal” engloba de cierta manera estereotipos, en primera instancia, se habla de un tipo de música que gira alrededor de la masculinidad, puesto que éste ofrece una imagen de poder. El “heavy metal”, por una parte, representaba una oportunidad de otorgar ese poder y/o empoderamiento social y físico que de cierta manera se vinculaba mucho a la imagen masculina (Weinstein, 1991, citado por S. Martínez, 2003, p.110).

El “metal” como forma de libertad en las mujeres, siguiendo a Manuela Belén Calvo, se entiende que, la mujer adopta el “metal” a través de códigos hetero-masculinos que pretenden ser diferentes a la imagen “tradicional” de mujer, a partir de elementos masculinos en su vestimenta y pequeños elementos vinculados a la mujer como el maquillaje (Calvo, 2020, p.10). En otro momento, las mujeres que se identifican con el “metal”, adoptan estilos vinculados, mayormente, a la imagen de mujeres vampiro, exaltación de lo femenino (en el caso del glam o hard rock), hasta sumar accesorios eróticos como la vestimenta de cuero con pinchos metálicos o arneses.

Por otra parte, este género musical se ha ramificado en subgéneros en los cuales la participación de jóvenes oyentes adopta un compromiso y estilo conforme al subgénero, pues desde otra perspectiva, el “metal” para los jóvenes es una forma

de poder controlar su vida y, otorgar opciones para hacer frente a sus condiciones opresoras y marginales (Calvo, 2020, p.3), dicho de otro modo, es una alternativa simbólica para el “metalero”.

El “metal” como cultura representa una libertad de expresión. Más allá de estar en un imaginario de un sonido agresivo, se adopta como una forma de hacer frente al contexto, puesto que, el “metalero” se identifica con la lírica y sonido de este género, vincula su historia, cultura y vivencias. En consecuencia, el “metal” detona emociones y expresiones que en otras palabras representan un contragolpe a los sistemas establecidos de cada sociedad

“Independientemente del estilo, ya sea glamers, heavys, thrashers, death metaleros, blackers, etcétera, siempre se han destacado por dejar frente a su música un pensamiento de crítica y una ideología de cambio. Todo esto a través de sus letras de sus vestimentas y de su grito de rebeldía, un ritmo fuerte frente a un país sordo, un aspecto diferente frente a una sociedad ciega y un mensaje claro frente a una política corrupta” (Chaparro, 2020, p.43).

En otras palabras, el “metal” trasciende para cada persona según las emociones, sentimientos e ideologías que, en un contexto determinado los oyentes de este género (metaleros) encuentran un refugio por su libertad de expresarse dentro y fuera de la música, así López (2018) indica que

“El heavy Metal es un sistema de expresión no solo 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” (p.12).

Aunando en lo anterior, el metal/heavy metal es un creador de identidades que para los jóvenes que se encuentran en búsqueda de definirse como persona es una opción viable. El metalero como actor social se distingue en la sociedad por ser un portador de elementos que el mismo le otorga al “metal”, tal como la adopción significativa y simbólica de este género por jóvenes de distintas clases sociales.

Aportaron al “metal” la construcción de elementos rebeldes y contraculturales como una opción viable para crear identidad.

A modo de ver, una concepción acertada sobre “heavy metal” es la que refiere Oscar Salvador Miyamoto Gómez en la que señala que, es un tipo de música que se construye a partir de los gustos y significados que el actor “metalero” le otorga al género (Miyamoto, 2011, p.147). Finalmente, destaca que el “heavy metal”

“constituye una manifestación cultural (por ser una construcción simbólica), contracultural (por las formas de organización que lo sustentan), mediática (por su difusión y acceso), mediatizada (por su aparición en la esfera pública de los mass media), codificada (por su audiencia limitada), flexible (en sus paradigmas y estructuras), estética (por las experiencias que suscita), artística (por sus técnicas, repetición, inventiva, semejanza con otras obras, monumentalidad y lo irrefrenable de su realización), representativa (por el reconocimiento de una otredad previa) y simbólicamente transgresora (por su esencia literaria)” (Miyamoto, 2011, p.149).

El “metal” entonces, independientemente de ser un género musical, es una construcción subjetiva para el oyente dado que se le atribuyen distintos significados, es decir, para el individuo, el “metal” lo convierte en un individuo con presencia (por el carácter simbólico de la vestimenta y la agresividad del sonido); el “metal” es un confort para el individuo, entendiendo que, el individuo asimila su historia y sus experiencias en la lírica de sus canciones; funciona como una armadura, el “metal” al ser un sonido fuerte, alienta al oyente a expresarse a manera de sentirse bien; es unificador, dado que, los jóvenes oyentes encuentran en el “metal” una hermandad con otros oyentes que gustan de este estilo musical.

Territorio.

Esbozando un poco el concepto de territorialidad cabe señalar el significado de territorio. Como definición geográfica podría destacarse como porción de tierra, no obstante, gracias a Liliana López y Blanca Ramírez se puede construir este concepto a partir de denominarlo categoría territorial. La categoría territorial permite

entender la carga social en el concepto de territorio, diferenciándolo de otros conceptos como sería el espacio (Ramírez, B. y López, L. 2015, pp.127-128).

Para el estudio, el territorio es un concepto con una dimensión más amplia, vincula a la sociedad con la tierra y por supuesto a la naturaleza, pero no desde su apariencia o representación, sino desde su apropiación, uso o transformación y alude tanto a una perspectiva política, como a una cultural” (Ramírez, B. y López, L. 2015, p.130)

El concepto de territorio visto sociológicamente se vincula con el campo social de Pierre Bourdieu, entendiendo que los procesos de construcción del territorio (frustrados y realizados) tienen relevancia; puesto que, el conflicto y la cooperación entre individuos forjaron la construcción del territorio (L. Martínez, 2012, p.14). En ese sentido, la dimensión social para conceptualizar el territorio refiere a las dinámicas donde los actores sociales se desenvuelven.

Del mismo modo, Emilce Beatriz Cammarata en su artículo *el turismo como práctica social* señala que el territorio se consolida a partir de la práctica social y cultural, dado que, el hombre a través de su conocimiento y comunicación se apropia y transforma la naturaleza y dota “el territorio” con nuevos significados y valores (Cammarata, 2006, p.354).

Visto desde la cultura, el territorio no solo es delimitado por marcas físicas sino también por marcas simbólicas, en ese sentido, el aporte realizado por ambas autoras yace en las acciones de los individuos sobre el territorio, pues en él se reconocen a través de vestimenta, lenguaje y el uso del lugar. En ese sentido, para la cultura, el territorio se conforma a partir de la apropiación, adquiere significados y otros aspectos. En otras palabras, no se puede reconocer al individuo y su identidad sin coordenadas espaciales y temporales (Boisier, 1996, p.21).

El territorio entonces tiene su importancia a través de la apropiación por parte de los individuos y grupos que lo dotan de símbolos y elementos inmateriales. Se transforma en un lugar en el que los individuos que habitan en él se tratan como iguales, permitiendo diferenciarse de otros territorios y de otros individuos. En ese

sentido, la dimensión simbólica es de vital importancia para consolidar el territorio, por ello Gilberto Giménez en *Territorio e identidad*, describe que los paisajes naturales forman parte del reconocimiento de los individuos con su territorio, de la misma forma que los rituales llevados a cabo en él contribuyen a mantener su apego e identificación con el territorio (Giménez, 2005, pp.22-23)

Así pues, el territorio funge como creador de identidades puesto que la relación de individuos permite diferenciarse de los otros, en efecto de la territorialidad.

“permite evidenciar las cualidades simbólicas y culturales del territorio, estudiar y comprender la semantización del espacio, es decir su apropiación y representación simbólica y cultural a través de la actividad humana, del trabajo, de la guerra, de la economía y de la política, igualmente los procesos de identificación territorial” (Rincón, 2013, p.187)

Bajo esta lógica, la territorialidad descrita por Robert David Sack (1986) se entiende como el intento de un individuo o grupo de personas por dirigir a los individuos y sus interacciones a través de la delimitación del territorio (citado por Haesbaert, 2013). A saber, el concepto de territorio separado de las nociones geográficas trasciende más allá de ser un lugar en la tierra, puede entenderse desde otras perspectivas como la económica y, en interés particular, una dimensión social; pues, requiere una reflexión acerca de cómo los individuos/actores sociales se relacionan con el territorio, cómo es dotado de significados y cómo este lugar adquiere un carácter diferente.

El territorio, finalmente, es un espacio fundamental para el desarrollo de la sociedad, puesto que en él hay una distinción de las personas que no forman parte de este, a partir de una construcción prácticas para reafirmar su pertenencia al mismo espacio y mecanismos para integrar a las personas externas al territorio a modo de uniformizar la experiencia en el territorio. Por ende, el territorio es un espacio simbólico visto desde lo macro a lo micro (país, entidad, municipio, colonia, barrio, casa, familia, cuerpo), donde las personas de manera colectiva e individual le atribuyen un significado mediante sus prácticas, encuentran en él, un hábitat para reproducir sus hábitos y costumbres.

Apropiación del espacio público.

La importancia de los espacios públicos descansa sobre la idea del desarrollo de la sociedad sobre ellos, es decir, que en los espacios públicos los individuos interactúan, relacionan, recrean, etc. En ese sentido, la cultura e identidad se construye sobre los espacios públicos, pero la problemática en torno a los espacios para poder expresarse y definirse, sin dejar de lado otros motivos, es el acceso a ellos.

En ese sentido, Fonseca (2014) da a entender que el acceso de los espacios públicos en las grandes ciudades es limitado para algunas personas, lo cual las lleva a apropiarse de los espacios públicos para expresar sus motivos a partir de actividades, manifestaciones que la sociedad les limita o que simplemente el diseño espacial no es rentable para llevar a cabo dichas expresiones.

Visto desde otro ángulo, Víctor Aguirre describe que, para la sociología, la ciudad es ver un residuo de la globalización con una cultura homogénea, de tal modo que aparecen “tribus”, como forma de respuesta, originando una visión diferente a la ciudad. Por ende, las tribus buscan un sentido de pertenencia y, sobre todo, un espacio para socializar (Aguirre, 2009, p.3). Bajo la lógica del autor, la importancia de la apropiación del espacio por parte de las tribus, en esencia, es la identificación simbólica.

Entendiendo que, “el espacio apropiado se convierte en un factor de continuidad y estabilidad del self, además de la identidad y cohesión del grupo” (Aguirre, 2009, p.4). Cabe señalar que la apropiación del espacio, para las “tribus”, significa que hay una distinción en el entorno y este, a su vez, impulsa la construcción de la identidad.

Las ideas sobre los espacios públicos vinculan diferentes elementos y significados que para el interés sociológico es estrictamente a través del comportamiento de los individuos sobre él. Asimismo, el asentamiento del individuo permite que pueda desarrollar su cultura, recrearse o, mejor dicho, desarrollar su vida cotidiana haciendo propio el espacio.

Hablando en sentido cultural e identitario, los jóvenes quienes atraviesan una búsqueda en donde se pretende ser uno mismo es natural la búsqueda de un grupo que comparta sus mismas ideas, comportamientos, etc. Para ello, el pertenecer a un grupo o mejor dicho una tribu es natural para ser ellos mismos y convivir con los suyos en espacio donde no hay una normatividad a seguir o supervisión sobre el comportamiento, por consiguiente, dicho espacio donde se desenvuelve su cotidianidad es dotado de símbolos y significados que lleva a ser identificado como propio de la tribu. En otras palabras, “las culturas juveniles urbanas se apropian de espacios para su uso cultural, cuya característica no sólo es la no institucionalización” (Rivera, 2015, p.410)

Entonces, la relevancia sociológica del espacio público radica en la interacción del sujeto sobre él. Así, los jóvenes no requieren la interacción y pertenencia a un espacio reglamentado para dotar de significados y delimitar un territorio. Es importante señalar que no es una idea lejana a lo que señala Jordi Borja donde las interacciones colectivas de cualquier carácter (solidarias y conflictivas) se llevan a cabo en los espacios públicos por de facto, un espacio público donde la presencia y/o ausencia de relaciones e interacciones se percibe (Borja, 2012, p.15).

De acuerdo con la propuesta de Víctor Aguirre, el hecho de que los individuos se apropien del espacio público tiene mucho que ver con la forma en que se ha fomentado la idea de una cultura “igual”, sin embargo, hay mayor exclusión para aquellos que no cumplen el *status quo* dominante; por ende, las personas buscan una forma de hacerse notar por medio de la toma de espacios para la expresión y reproducción de su cultura atribuyéndole un carácter simbólico que lo distinga.

Espacio virtual: Facebook.

Ante las limitaciones en el acceso de los sujetos al espacio público han detonado nuevas formas de expresión donde las redes sociales se convierten en los nuevos espacios para llevar a cabo las practicas sociales con mayor alcance sin la necesidad de hacer presencia. Ante este nuevo fenómeno, Facebook se ha modificado con elementos que tendrían la finalidad de mejorar la experiencia del usuario. Por ende, esta red social ha pasado a ser un espacio vital que junto a la

tecnología potencian las formas de expresarse en estos espacios virtuales, pues, “no es arriesgado deducir que estas tecnologías y medios de comunicación desarrollados alrededor de internet están generando nuevos contextos espaciotemporales y culturales” (Cala, 2018, p.25).

La entrada de tecnología y la introducción de internet han facilitado medios y formatos para llevar a cabo la interacción a un nivel más allá de las limitaciones que la interacción presencial pueda tener. Internet ha proporcionado espacios donde la interacción es instantánea y global dando a entender que la distancia y tiempo sea corta, ejemplificando con la creación de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, etc. A partir de ello, Facebook se vuelve importante por la forma en que este espacio virtual se ha transformado y adecuado a la vida cotidiana del usuario. La red social ha creado un perfil de nosotros a través de nuestros gustos, costumbres, construcción de una biografía, construcción de una identidad, y sobre todo “agregar amigos” que comparten un mismo estilo de vida sean conocidos o no.

De acuerdo con Gurevich (2016) “los usuarios en Facebook articulan una narrativa en primera persona, abierta, dinámica, en proceso. Una narrativa en tiempo real, proferida en simultáneo a la vida, apoyada en los dispositivos de terminal móvil con acceso a internet”. Facebook a pesar de ser una red social digital puede señalarse como una extensión territorial para nosotros considerando que, en esta red social, los usuarios recrean las interacciones presenciales del espacio público, tales como hablar, comentar, reaccionar, compartir, vender, etc., además de impulsar la reproducción y retroalimentación de la cultura e identidad.

Siguiendo la interacción dentro de Facebook, las dinámicas de los usuarios han permitido la creación de páginas y grupos donde el estilo de vida del internauta no es ajeno. Ejemplificando con las tribus urbanas donde comparten gustos similares, se crean espacios de noticias, compraventa, convivencias y transmisiones. Dentro de este marco, el aporte de Laura Cecilia Cala señala que se puede estudiar el comportamiento de los usuarios de Facebook a partir de los intereses del investigador (Cala, 2018, p.28).

A fin de mejorar la experiencia en la red social Facebook y particularmente el caso de sentido de pertenencia, siguiendo a Cala (2018) es pertinente retomar y reflexionar sobre la memoria transformada en relato pues así permite sentar bases para las interacciones sociales (p.63); de otro modo, para que el relato sea colectivo, se debe construir desde la memoria y recuerdo individual. Desde una perspectiva más amplia, suponiendo que la forma en la que un acontecimiento se percibe o interpreta, deja una marca en la memoria del individuo. En consecuencia, la autora propone que, las diferentes formas en las que se entiende el acontecimiento conforman el recuerdo; en otras palabras, el individuo va a actuar o interpretar inconscientemente su vida cotidiana refiriéndose siempre a la interpretación del acontecimiento.

En esencia, las herramientas de Facebook han permitido que los usuarios compartan sus interpretaciones a través de relatos cimentando la convivencia entre estos; dicho de otra forma, “cuando plasmamos el recuerdo en el relato, recordamos ya no el recuerdo sino el relato, y este es susceptible de ser moldeado por otros (o por los relatos de otros) y por nosotros mismos” (Cala, 2018, p.64).

Facebook se ha transformado en un espacio vital donde se encuentra una extensión de nosotros y que no se desvincula de la construcción de identidad, de acuerdo con Morales et al. (2013, p.81) “es el lugar propicio para la construcción de su identidad mediante las vivencias personales que le ofrece el grupo a través de la mediación tecnológica brindada por la red social”. Desde esta perspectiva, Facebook proporciona un espacio donde el usuario se apropia de éste y encuentra un sentido de pertenencia por las interacciones, comportamientos entre los usuarios. Tal como señala Laura Cecilia Cala, las interacciones colectivas y las redes sociales están construidas a partir de lógicas que

“están determinadas por los condicionamientos tecnológicos y por las configuraciones políticas, económicas, culturales e ideológicas que moldean, muchas veces de manera invisible, los medios y sus usos: algoritmos de búsqueda, jerarquización de la información, formas del lenguaje, preeminencia de la imagen, tipos de imágenes, etc.” (Cala, 2018, 67).

Por ejemplo, la página Summa Inferno² que a pesar de dedicarse a la difusión de información relacionada al “metal”, “rock”, “goth”, “alternativas”, es un espacio creado para que los “metaleros” mexicanos y latinoamericanos que comparten el gusto por estos estilos musicales, se sientan cómodos al compartir “memes”, videos, repertorios de música, etc.

VII - Capitulo 2: antecede histórico del problema.

Tianguis Cultural del Chopo.

El Tianguis Cultural del Chopo es un espacio público ubicado en la CDMX que ha tenido una trayectoria turbulenta para consolidarse como espacio cultural. En un inicio, en la década de 1980, el tianguis se ubicaría adentro del Museo Universitario del Chopo de la UNAM con la finalidad de presentar un tianguis musical para la escena rockera de la CDMX que para el contexto ochentero representaba un golpe radical y contracultural. El tianguis dentro del Museo del Chopo se caracterizaba por el trueque entre los visitantes que a pesar de ser una actividad mal vista tenía su regulación por parte de la institución; poco a poco las normas y regulaciones fueron eludidas por los tianguistas y visitantes.

En años posteriores el Museo del Chopo cerró sus puertas al tianguis interno por múltiples razones como el cambio de administración, la informalidad del tianguis y la mala imagen de los rockeros ante los visitantes de otras actividades culturales y familiares que brindaba el museo. Sin embargo, no fue limitante ya que los tianguistas tomaron la calle del mismo museo del Chopo, Dr. Enrique González Martínez como espacio de venta, dicho espacio se convirtió en un tianguis meramente callejero donde la mercancía se exhibía sobre mantas, colgados, etc.

De esta manera el Tianguis del Chopo al ser algo callejero y público comenzó a recibir visitas que venían dentro y fuera de la CDMX cuyas tribus urbanas ya no solo pertenecían al rock, sino que también al punk y metal que tenían un estilo rudo e imponente que dio otra imagen a la calle, cimentando las bases de lo que posteriormente transformaría y distinguiría al tianguis. Tal como señala Castillo et

² Fuente: página oficial de Facebook https://www.facebook.com/summainferno/?ref=page_internal

al. (2020, p.568) el lugar fue ganando reconocimiento y recibiendo tribus urbanas pertenecientes a la CDMX y periferia.

En efecto, el tomar la calle era sinónimo de libertad y nuevos significados pues el tianguis ya no estaba reglamentado por la institución, el espacio agregó de manera indirecta más actividades en vista que el hacer acto de presencia no era solo para vender, sino que los mismos visitantes convivían entre sí y compartir sus gustos por los géneros alternativos y radicales como el rock, punk, metal, psicodelia, etc., practicas juveniles que iban distinguiendo la apropiación de espacio público.

Se puede decir que los primeros momentos o, mejor dicho, los primeros sábados del tianguis del Chopo de forma callejera; construían un espacio para llevar a cabo practicas por las culturas que eran mal vistas por la misma sociedad, con ello, los mismos locatarios percibían una mala imagen del lugar y sobre todo por el comportamiento de los jóvenes por lo que tendría que haber un castigo no por las autoridades del museo, sino que eran desalojados por los policías.

El Tianguis del Chopo comenzó a tener problemas para establecerse; del mismo modo, comenzó a tener indicios de una organización formal por parte de los jóvenes que visitaban con frecuencia el tianguis; pues, la organización ayudó a recaudar dinero y rentar un espacio para montar el tianguis; a causa de esto, hubo iniciativa para dictar algunas reglas y designar cargos, con el fin de dar un poco de orden cada que el tianguis ocupara el espacio con puestos de venta.

Gracias a la disposición de los visitantes y organizadores para promover el tianguis del Chopo fue tomando un carácter, empero, más formal dando una estructura como se percibe en un tianguis común donde existen cargos, asambleas, seguridad y espacios que los vendedores reclamaban como propios. No obstante, el tianguis comenzaba a desdibujarse de ser un espacio que abierto a las culturas. Posteriormente la renta de espacio dejó de aceptar al tianguis del Chopo por lo que el nomadismo del tianguis se retomaría hasta encontrar un lugar donde ponerse.

Para el año de 1987 ubicados en la calle Oyamel y con la organización de los participantes fundamentales del tianguis se adoptó el nombre de Tianguis Cultural

del Chopo. Ahora, es relevante señalar que en su nuevo asentamiento territorial se le sumaron disputas con autoridades y pandillas causando un último desplazamiento territorial (Castillo G. et al, 2020, pp.573-574).

Finalmente, el Tianguis Cultural del Chopo se estableció en la calle Juan Aldama entre las calles Sol y Luna como un espacio otorgado por la Alcaldía Cuauhtémoc donde no existiría problema de vendedores y habitantes de la zona porque dicha calle solo era para transitar. El asentamiento final del Tianguis Cultural del Chopo significó mucho, puesto, que actualmente se mantiene en ese espacio y además se aumentó la venta de artículos culturales como libros y CD hasta indumentaria vinculada y no tan vinculada a las culturas radicales.



Fuente: Imagen recuperada del artículo “Tianguis del Chopo: espacio urbano de regulación/transgresión”. Autor: Guillermo Castillo. En Revista Mexicana de sociología.

Actualmente en 2022 la rutina sabatina del Chopo se mantiene, se dificulta el paso de los automóviles por la Calle Juan Aldama por la cantidad de puestos de ropa

perteneciente a las tribus urbanas y la reciente entrada de mercancía “artesanal” no perteneciente a las tribus urbanas que ponen y la gran cantidad de gente que llega al lugar que no solo responden a una tribu urbana, sino que la magnitud de reproducción del Tianguis Cultural del Chopo lo convierte en un espacio para los turistas.

En otras palabras, el Tianguis Cultural del Chopo a pesar de ser un lugar especial, comienza a tener signos de tepitización (Cortés, 2014). Entendiendo que, la venta de indumentaria y zapatos han desplazado el comercio de discos, libros, etc. En consecuencia, En el artículo *El Tianguis Cultural del Chopo: ¿Muerte o transgresión?*³ de David Cortés (2014) se señala a través de un testimonio que, la autenticidad del tianguis se mantiene a salvo en unos pocos locatarios; pues, ya es frecuente la “ropa bonita” a diferencia de un disco icónico.

Asimismo, se explica que la metamorfosis en el Chopo es a causa de la entrada de la tecnología y el consumo. No solo se explica que “lo real” en la identidad del rock, punk, metal y otras tribus urbanas se vuelve frágil, sino para comprender que los mismos locatarios buscan alternativas para no perder un sustento económico y, sobre todo, para que las nuevas generaciones tengan un acercamiento al tianguis por consumir las tendencias u obtener un artículo icónico para colección.

Un espacio para los metaleros.

Entendiendo a Pierre Bourdieu en la música, este va de acuerdo a un contexto y tiende a imponer sus prácticas en sus seguidores. Tal es el caso de los oyentes del heavy metal, dado que buscan imponerse, simbólicamente, a través construcción de praxis dentro y fuera de la escena metalera (S. Castillo, 2016b, p.100). El metalero comparte su gusto y comportamientos similares y sobre todo una delimitación territorial. Es rescatable que el Tianguis Cultural del Chopo abrió sus puertas a varias tribus urbanas que no precisamente se vinculan a la música, sino que también a otras influencias como las artes. En cambio, las tribus urbanas rock y punk fundamentales del lugar mantienen presencia y espacio, sin embargo, la tribu

³ Fuente: Página oficial de Milenio <https://www.milenio.com/blogs/qrr/el-tianguis-del-chopo-muerte-o-transformacion>

urbana metalera fue modificando la actividad social y la entrada de mercancía del propio tianguis adecuándose como un espacio para expresar el gusto por el “metal”.

En un primer momento, para poder hablar la transformación del Chopo a un espacio para los metaleros se tiene que tratar la entrada del “metal” al país y por consiguiente la influencia en los jóvenes. No se puede desvincular la entrada de la escena metalera mexicana de los contextos históricos del país, siendo la represión de Tlatelolco en 1968 quien reconfiguró toda la cultura juvenil del país y específicamente de la ciudad. Por segundo momento, S. Castillo (2016a, p.91) resalta que 1990 fue la década donde el “metal” tuvo mayor auge entre los jóvenes mexicanos pues hubo mayor emergencia de bandas que querían resaltar en el género y no menos importante hubo entrada de mercancía referente relacionada a las bandas de “metal” de otros países que iban ganando reconocimiento e innovación dentro del mundo de la música.

Finalmente, en un tercer momento, el Tianguis Cultural del Chopo además de la compraventa de mercancía nacional y extranjera apoyo la difusión de eventos de gran magnitud mayormente conciertos lo que reforzó la presencia de jóvenes metaleros. Cabe señalar que el Chopo mantuvo y fortaleció su imagen de ser un espacio de convivencia para aquellos que visitaban el lugar y precisamente la convivencia de metaleros no hacía distinción y sobresalía el gusto por la música y su subgénero con el que se identificaban.

En este punto, se abre la oportunidad de hacer un paréntesis para señalar los modos de comportamiento y estética de los distintos subgéneros derivados del “metal” que los mismos jóvenes han ocupado para forjar su identidad; primero, cada subgénero en su estructura sonora y lírica resaltan ciertos aspectos como lo social, histórico, ficticio, sentimientos, etcétera; segundo, es cierto que cada subgénero corresponde a un contexto donde los jóvenes encontraron cobijo en los subgéneros como lo fue el caso del *thrash metal* y en contextos más específicos rivalizar con otros subgéneros; tercero, las bandas promovieron un estilo de vestimenta característico según el subgénero que los mismos jóvenes hicieron parte de su cotidianidad.

Por consiguiente, es preciso rescatar estos estilos dado que en lugares específicos como el Tianguis Cultural del Chopo abundan estos e incluso unos sobresalen más que otros, siguiendo a S. Castillo (2016a, p.91) los subgéneros que mayor permearon en la sociedad mexicana fueron thrash, black y death metal ya que a la par de entrada de mercancía al país también recibió bandas de metal. De manera escueta, la característica general que resalta un joven metalero puede identificarse por elementos simples como el cabello largo, ropa obscura, mezclilla y chaquetas de cuero, de la misma manera Sánchez (2007, p.51) identifica en la vestimenta de los metaleros una similitud al uniforme que trata de romper con las normas establecidas en la sociedad que desarrolla por mencionar los detalles desgastados en los pantalones/jeans como una ropa de batalla.

Retomando la idea de ethos barroco de Bolívar Echeverría permite vincular con el estilo metalero del joven de la CDMX. Primero, habría que desglosar lo que refiere al término de ethos barroco; por ethos, el autor describe que es un término ambiguo y que puede emplearse como recurso para dar un significado a refugio moral y/o forma en que las personas se tratan entre sí (Echeverría, 1996, p.71). Lo que respecta al término barroco, Bolívar Echeverría parte de la connotación artística postrenacentista. De esta manera, el término barroco puede entenderse como extravagante, ornamental y esotérico por mencionar algunas clasificaciones del término. En consecuencia, la propuesta de ethos barroco de Bolívar Echeverría se entiende como una resistencia a la modernidad – capitalista – por parte del mestizaje cultural (García, 2014, p.249).

Haciendo vínculo – desde una perspectiva personal – a la resistencia de la modernidad del ethos barroco y lo “exagerado” de la decoración barroca, la vestimenta del metalero se puede comprender como una forma en la que se resiste – y adapta – al paso de la modernidad. Por mencionar elementos como lo son las carrilleras de balas mejor llamadas cinturones de balas, cadenas, botas tipo militar, zapato tenis, chaleco de mezclilla con parches de bandas a elección del usuario agregando elementos como alfileres, pines metálicos de seguridad o desgastando por cuenta propia la ropa, son expresados de manera ostentosa por el “metalero”

perteneciente a la CDMX, en casos más personales de los metaleros visitantes del Tianguis Cultural del Chopo optan por la modificación corporal englobando tatuajes y perforaciones lo que da más imposición y presencia entre los jóvenes visitantes.

Ejemplificando con la playera, el logotipo puede caracterizarse por lo rebuscado en los estampados de las playeras que se diferencia por la tipografía de los logotipos de las bandas, en el caso del thrash metal el logotipo es colorido al igual que el álbum de dicha playera a diferencia de los logotipos de black metal donde abunda el blanco y negro (véase en anexos). Sin embargo, el metalero opta por una construcción propia de su estilo, a partir de su percepción e influencia del “metal”.

Como consecuencia los metaleros se apropiaron del Tianguis del Chopo con la gran presencia que tuvieron por ser un espacio donde se consigue material y sobre todo su expresaron su gusto por escuchar dicho género, una expresión que visto desde otro ángulo sería reprimido por la sociedad minimizando al metalero a usar audífonos o limitando el acceso a lugares públicos de la ciudad. Siguiendo las ideas de Robles (2018, pp.76-78) los jóvenes encuentran un lugar en el Chopo ya que este espacio representa una identidad cultural colectiva, un espacio donde surgen las practicas sociales que solo se podrían apreciar en conciertos como el hacer slam⁴, moshpit (otra forma de expresión similar al slam) y headbanging que en el medio metalero consiste en agitar la cabeza al ritmo de la música.

Esta apropiación metalera es persistente y muy visible a lo largo del tianguis pues mientras se recorren los pasillos del lugar la mayor parte de los puestos son enfocados al “metal” y accesorios sin dejar de lado que hay más tribus urbanas como el gótico, punk, skate, rastafari, entre otras. De la misma manera dentro de la misma música se fomenta la hermandad y el heavy metal como una pieza fundamental para la vida del oyente metalero. Asimismo, dentro del mismo “metal” las bandas limitan un territorio simbólico y fundamental para denominarse tribu. Tal

⁴ El slam es un modo de baile no violento allegado a los géneros punk, metal, ska, hardcore que consiste en empujarse y brincar entre los fanáticos. Siguiendo a WXP Productions (2012) es una forma de expresión al ritmo de la música por parte de los espectadores.

caso es señalado en la canción “Tribus” perteneciente al álbum “un segundo más” de la icónica banda mexicana Garrobos:

Tribus, tribus

Somos tribus, tribus subterráneas

Las tribus danzando a ritmo ensordecedor

Éste es mi territorio, ésta es mi decisión

Raíces cimentadas es todo lo que soy

Lo tomas o lo dejas es mi unificación (Garrobos, 1999).

Lo anterior señalado, es importante en consecuencia de la gran aceptación de esta banda por parte de la escena metalera de la Ciudad de México y periferia, la banda construye a través de rasgos como el punk y thrash metal lo que ha abierto una familiaridad entre ambas tribus reflejada en el Tianguis del Chopo donde a través de los conciertos presentados por el mismo tianguis se concibe la hermandad y apropiación del territorio por parte de estas tribus radicales. Empero, lo dinámico que es el metalero hace que se distinga de las otras tribus como el rock, punk, gótico, etc.; así pues, el Tianguis Cultural del Chopo se ha convertido es un lugar referente para quienes son primerizos en el “metal” y quienes gustan indagar en el subgénero metalero de su agrado puedan conseguir mercancía como parches, playeras, discos y elementos ligados a la estética metalera, de la misma forma que pueden lucir el gusto por escuchar “metal”.

La escena metalera a nivel global, nacional y local, han construido sus mecanismos para diferenciarse de los otros, en ese sentido, los metaleros de la CDMX y periferias que llegan al Chopo han consolidado sus modos de integrar y excluir a otros partidarios del metal y partidarios de otras tribus urbanas. Ejemplificando con la entrada de mercancía basada en cultura asiática como el anime, cuyo punto de venta se percibe con menor visita a diferencia de un puesto que vende playeras o accesorios referentes a otras tribus urbanas.

Ante la globalización y erosión de múltiples culturas, se han transgredido los mecanismos de culturas pasadas. El caso del “metal” no se excluye de dicha transgresión como lo fue con sus diversos subgéneros, no obstante, el estilo de vida metalero como dogma fomenta y refuerza la exclusión entre los mismos metaleros a partir del consumo y reproducción de este género. Sustentando la premisa anterior, el metalero mexicano se han valido de dichos mecanismos simbólicos para la exclusión y reproducción del “metal” a través de designar a los novatos del “metal” como posers (para cuestionar su lealtad hacia el “metal”); de la misma forma, los que gustan de otros subgéneros o los que modifican el modo de vida, son denominados como “posers” por no seguir el canon autentico del estilo de vida metalero al igual que no contar con el conocimiento abundante del género.

Conforme a ello, se podría observar que en los territorios como el Tianguis Cultural del Chopo existe una estructura donde lo *underground* sería un nivel superior a diferencia de lo comercial que estaría en un nivel mínima; es considerado como un hábitat donde los jóvenes metaleros se valen de este espacio para establecer sus relaciones sociales a través de un habitus designándolos como sector social (Miyamoto, 2011, p.20).

VIII – Capítulo 3: La emergencia sanitaria por Covid-19.

Los metaleros y el encierro.

Tras la emergencia sanitaria por la Covid-19 no es novedad que restaron presencia en los espacios públicos limitando actividades e interacciones. Según las ideas presentadas por Campos y De la Mora (2021) ante el encierro por coronavirus el espacio público impulsó nuevas perspectivas de diferentes áreas de estudio sobre la utilidad del espacio al igual que la transgresión de las libertades de los individuos a través de los medios tecnológicos (pp.63-64).

Con ello, el sujeto comenzó a mirar al espacio público con negatividad por miedo a contagiarse realizando sus actividades rutinarias o cotidianas. Lo mismo generó que las actividades públicas se fueran mudando a los espacios virtuales aprovechando el alcance de las tecnologías con las que se ofrece la experiencia de estar en un

espacio-tiempo distinto. En ese sentido las redes sociales funcionan como un modo de contrarrestar los efectos negativos que la pandemia trajo consigo. (Campos y De la Mora, 2021, p.75).

Ante esta situación y la incertidumbre lugares de controlar los espacios públicos para evitar contagios, lugares públicos como el Tianguis Cultural del Chopo, que recibían multitud de gente para convivir y/o comprar mercancía, a través de su página oficial de Facebook (<https://www.facebook.com/tianquisdelchopoficial>) mantuvo informada a la comunidad sobre su presencia sabatina y los lineamientos a seguir por parte de las autoridades gubernamentales a través de su página oficial en la red social Facebook. Del mismo modo, las interacciones por parte de los metaleros se fueron mudando al espacio virtual potenciando más su presencia y sus memorias en este. La relevancia de Facebook como se mencionó en apartados anteriores, gira en torno a como se fue adaptando a los usuarios tras el periodo de “quédate en casa” para poder encaminarse a la nueva normalidad lo que permitió construir el universo de estudio.

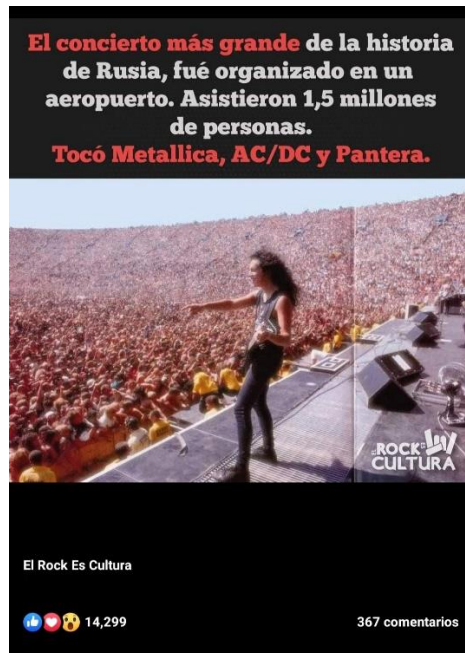
Cabe señalar que la presencia e interacciones de metaleros siguiendo a S. Castillo (2016b, p.103), no es algo nuevo, pues el apogeo del internet en la década de 1990 llevó al “metal” a reproducirse en todo el mundo a través de una computadora en páginas web o compartidas por los usuarios por correo electrónico. De esta manera se puede entender que las interacciones de metaleros en a través de medios de comunicación y redes sociales, no es nueva dado que ya existían formas de compartir el gusto por el “metal”. En Facebook tampoco se puede asegurar que los metaleros sea algo novedoso ya que se han conformado grupos y páginas referentes al “metal” y sus subgéneros donde las publicaciones mayormente eran videos de las bandas que los seguidores pedían, fotos de cómo se veían los artistas en su momento de apogeo y algunos “memes” de sí mismos para rebajar la seriedad que se tiene del género.

Sin embargo, tras el periodo de pandemia por Covid-19 las interacciones entre metaleros recurren la memoria preservada en imágenes y audios, al igual fomentar las medidas sanitarias para poder regresar a los conciertos y convivencias con la

“familia metalera”. Posteriormente ante la prolongación de estar en casa las interacciones se cimentaron a través de relatos recordando sus vivencias como conciertos, reuniones con amigos, aumentó la burla hacia el género, y unas cuestiones más antañas como conmemorar el lanzamiento de discos o conciertos que marcaron una generación.

Dicho de otra manera, el metalero, ante la falta de interacción en el espacio público como la presencia de conciertos y el miedo a contraer Covid-19, buscó una forma de retroalimentar la identidad metalera como el gusto, la crítica, la imponentia, por mencionar algunas cuestiones. En ese sentido, el metalero recurrió a Facebook a través de la creación de páginas y grupos, donde la interacción se desenvuelve a partir de retroalimentar esas cuestiones.

Haciendo revisión de páginas de Facebook en torno a las temáticas señaladas se seleccionaron algunas páginas que tratan este género como estilo de vida por parte de los seguidores pues las herramientas de esta red social han permitido que la comunicación entre metaleros sea con comentarios hacia otros metaleros, transmisiones en vivo, publicaciones, etc. En primer lugar, se encuentra la página El Rock Es Cultura (<https://www.facebook.com/elrockescultura.org>) que se construye a través de lo que es el género rock, pero a su vez rescata elementos de bandas icónicas del “metal”, retomando la construcción de memorias en Facebook. Como señala en su nombre, la página se destaca por la recuperación de información sobre eventos pasados dando a entender que está cultivando conocimiento en los metaleros y suprimiendo los estereotipos incultos que rodean al metal destacando los logros que tienen los iconos de las bandas de rock y metal. Tal caso de un evento histórico en la vida del metal fue el concierto Monsters of Rock llevado a cabo en Moscú, Rusia en 1991 donde fueron participes bandas como Metallica, Pantera (icónicas del thrash metal), a la par de este concierto se realizó en el mismo año que se tuvo la disolución de la Unión Soviética.



Fuente: elaboración propia a través de captura de pantalla en la página El Rock Es Cultura (2022)

En ese sentido, los relatos postran su asombro sobre las bandas que fueron participes en dicho evento masivo, de la misma manera los relatos tratan de imaginar la euforia de aquel momento donde existía presencia militar y gran cantidad de metaleros. El momento es contado por los metaleros que hicieron acto de presencia dando cuenta que la hermandad de metaleros y militares seguidores de las bandas no tiene comparación.

El Rock Es Cultura no solo funge como página para conmemorar e idolatrar el rock y por ende el “metal”, sino que esta de manera formal retoma algunos estereotipos que rodean al género como el hecho de vestirse siempre de color negro o resaltar que el metalero no puede poner su “ruido” en todas sus convivencias y, aún más, los mismos metaleros que responden, proponen sus métodos para escuchar “metal” en su cotidianidad. Al ser una página reconocida en Facebook la burla hacia ellos mismos no puede tornarse a la ofensa para los seguidores. Sin embargo, los metaleros de otros subgéneros han creado espacios donde la burla hacia ellos mismos puede llegar a la ofensa.

Tras el brote de la pandemia por Covid-19 esta página se preocupó por pensar en cómo sería la convivencia de los metaleros en un futuro postpandemia donde se

pueden formular preguntas como ¿la interacción en los conciertos será igual? ¿será necesario arriesgarme a salir para ver a mis bandas favoritas? ¿podremos retomar la rutina para convivir con otros metaleros? Por ello, han mantenido constante la difusión de material para no perder la rutina y conocer casos, nacionales y extranjeros, donde hay apertura de espacios públicos que eran transitados por los metaleros.

El siguiente caso por resaltar es un hecho en Facebook es la página ThrasherMania anteriormente conocida como Frankthrasher (<https://www.facebook.com/frankelthrasher/>), esta página en particular retoma la burla entre los metaleros allegados al thrash, black y death metal por su agresividad e imponencia ante otros subgéneros tornando el contenido ofensivo para el internauta, pero gracioso en el mundo del metal. Los estereotipos rescatados en esta página vinculadas a los subgéneros van direccionados a la vestimenta y actitudes tomadas por los metaleros de clases medias y bajas como lo es el thrash metal, por ejemplo, el consumo de alcohol principalmente cerveza que algunas bandas difunden por su gusto personal.

En el caso de la escena mexicana llega a atribuirse el consumo de la bebida alcohólica Tonayán por la similitud con la frase “entre más corriente, más ambiente” al igual que el alcohol es la bebida por de facto para los metaleros. Entre otros elementos se destaca la higiene cuestionable en estos subgéneros, la minimización de bandas por ser más comerciales entre otros y la imagen antisocial de los metaleros.



Fuente: Imagen recuperada de ThrasherMania (2022)

En ese sentido, esta página no discrepa mucho de la interacción personal en donde de manera más discreta toman al joven metalero como “poser” o novato por consumir bandas comerciales como Metallica, Megadeth, Anthrax y Slayer por mencionar algunos casos. En el espacio virtual es más directa la burla e imponentia del metalero conocedor sobre el joven metalero que está incursionando en dicho género. Se relata que las bandas comerciales antes eran imponentes y agresivas para el contexto, sin embargo, con la oleada de nuevos estilos de música trataron de sobrevivir “vendiendo” su sonido y su imagen a los medios de comunicación. Los comentarios y/o relatos por parte de los metaleros tratan de diferenciar al “metal” de los nuevos estilos donde según ellos hay más estética “ser bonito” y un sonido de mal gusto.

Hasta este punto, como se ha percibido en Facebook, se construyen memorias de lo que fueron las bandas de metal y los metaleros. Hoy en día puede pensarse que el metalero no es novedoso ni mucho menos radical dejándolos en el marco de la marginación social. A pesar de ello no se puede englobar la construcción de memorias e interacciones a ver quien conoce más y quien no. De la misma manera, existen más formas en que los metaleros se apropian del espacio al poner un grupo de venta de artículos a escala nacional y/o global y otros más formales como la

creación de páginas de noticias en torno a las bandas vivas del metal manteniendo la cercanía de las bandas con los fans del género.

Vinculado a lo anterior, gracias a las herramientas que Facebook ha ido introduciendo se encuentra la oportunidad de transmisión en vivo, donde el emisor comparte sus vivencias de manera más directa con los espectadores dejando la oportunidad de comentar sus opiniones y sus relatos al respecto. Tal es el caso de Fer Núñez Al Aire (<https://www.facebook.com/fernunezalaire>), quien es locutor y director en la estación de radio 106.9FM y, sobre todo, se adentra más a la interacción del metalero brindando un espacio para que este abunde en más conocimientos.



Fuente: fotografía recuperada de Fer Núñez al aire. (2020)

La memoria en este espacio se construye a través de poner un espacio similar a los programas de televisión como MTV donde existía la difusión de material musical hasta conmemorar el lanzamiento de álbumes de todos los subgéneros del “metal” que tuvieron éxito en una década en específico. Como la interacción es un poco más cercana, los comentarios mayormente son de gratitud por compartir el álbum favorito de los fanáticos, compartir recomendaciones que tal vez para el metalero pasaron por alto, etc. Este caso en especial asimila más la interacción del actor metalero que visita el Tianguis Cultural del Chopo, pues existe la interacción similar

del vendedor de discos que abunda en relatos acerca de dichos álbumes y bandas, dando al metalero una experiencia más allá de una interacción simple.

Construido desde otra perspectiva, las páginas de metaleros en Facebook complementan la identidad con sátira hacia el mismo metalero; pues, son metaleros interactuando con otros metaleros, como si la interacción fuera en un espacio normal. Siguiendo una página similar a ThrasherMania, se hace presente Finn el Thrasher ([https://www.facebook.com/Finn-El-Thrasher-560109940787690/?ref=page internal](https://www.facebook.com/Finn-El-Thrasher-560109940787690/?ref=page_internal)). Esta página resalta por una interacción más “cercana” y “real” referente a los estereotipos del “metal”.



Fuente: Imagen recuperada de la página Finn El Thrasher.

El estereotipo de metalero que se adentra en cualquier subgénero se rescata en esta página. Vinculando, tal como se señala en la imagen anterior, donde el Tianguis Cultural del Chopo de la CDMX existe todo tipo de mercancía que ha convertido este lugar emblemático en un lugar con múltiples facetas. Los metaleros de la ciudad y sus alrededores que han visitado este lugar, recurren a sus comentarios preguntando y afirmando dicha experiencia. De la misma forma, como se mencionó anteriormente, se ha estereotipado dentro del mundo metalero la superioridad de

dicho género sobre otros, esto ha facilitado la difusión de algunas burlas como se muestra en la siguiente imagen



Fuente: Imagen recuperada de la página Finn El Thrasher.

Como se puede observar, dentro de los estereotipos del “metal”, el “thrasher” a pesar de asimilarse con la agresividad, dista de ser oscuro como lo es el “black metal” (no obstante, “ thrashers” y grupos de “thrash metal” retoman elementos de este) dado que, este subgénero – en sus inicios – se caracterizó por el rechazo al cristianismo y retomar raíces nórdicas (en el caso del “black metal” noruego), en torno al “black metalero” se le vincula a prácticas satanistas, quema de iglesias, sacrificios, etc., lo que lo llevó a posicionarse como un actor social imponente por la oscuridad.

-No me gusta el Black Metal
-A mi tampoco, se me puede aparecer el Diablo



Fuente: Imagen recuperada de la página Finn El Thrasher.

De esta manera, retomando el estereotipo satanista del “black metal”, se ha vuelto cómico en el mundo “metalero” el vincular las invocaciones y rituales a través de este subgénero, sin embargo, quienes han comentado que no gustan de este género, se les hace burla pensando que se les aparecerá un ente maligno.

Inclusive, se ha retomado la imagen imponente del “metalero” a través de los estereotipos, tal como acontece con la burla a la complexión física de quienes escuchan este género. Dejando de lado el rasgo agresivo e imponente que se caracteriza en las portadas del metal y los mismos integrantes de las bandas; los oyentes tienden a ser retomados algunos aspectos físicos de integrantes y fanáticos del género, siendo esto, una mofa autocritica de la complexión física de los mismos metaleros.



Fuente: Imagen recuperada de la página El Melómano.

Cabe señalar que a pesar de la reproducción de memes en torno a los estereotipos “metaleros”, la actividad más destacable, es el compartir el gusto por el “metal”, esto quiere decir que varios de ellos recuperan el hablar de música y compartir material como se hacía en unos inicios y de manera principalmente. Tal es el caso de la página de Facebook When METAL Ruled the World (<https://www.facebook.com/whenmetalruledtheworld/>) donde se comparten videos de todos los subgéneros referentes al “metal”, incluyendo publicaciones de las páginas oficiales de las páginas del “metal”.



Fuente: Elaboración propia. Captura de pantalla de la página When METAL Ruled the World.

Así pues, el paso del metalero al espacio virtual trata de simular interacciones que eran “normales” en los momentos presenciales, tomando burlas, preocupaciones, etc. No obstante, Facebook como una extensión territorial ha recuperado las interacciones que han sido agredidas por los mismos “metaleros” en los espacios públicos como lo es la difusión y gusto por la música que ha quedado minimizada por el “conocimiento” de los “metaleros”. La red social Facebook ha apoyado que los “metaleros” curtidos y novatos conozcan bandas de la nueva y vieja oleada de cualquier subgénero del “metal”, con ello se ha acortado distancias y tiempo, tomando prácticas como el acercamiento a otros países a través de transmisiones en vivo donde se puede percibir que las nuevas y viejas bandas pueden difundir su material y llegar a más lugares.

Del mismo modo, Facebook ha recuperado y reforzado el ver (de manera más directa) a los iconos del “metal” mediante entrevistas y transmisión en vivo, así se han llevado a cabo conciertos para aquellos que no pueden estar en concierto realizado en espacios públicos. Finalmente, Facebook es una extensión del territorio que ha rescatado modos que en un principio eran presenciales como el compartir los recuerdos entre personas de un solo lugar, así ha acercado personas a nivel global que comparten el mismo recuerdo u otra perspectiva de este, tal como hicieron las tribus urbanas y, en este caso, los “metaleros” que recurrieron a la red social tras la pandemia para continuar con la retroalimentación de la identidad.

Los metaleros del Chopo postpandemia.

Siguiendo el semáforo epidemiológico proporcionado el Gobierno de México a través de sus informes, ubicado en el periodo de marzo a abril 2022, la CDMX se encuentra en color verde, dando a entender que se puede realizar actividades económicas y rutinarias bajo los lineamientos sanitarios anteriormente descritos. Así pues, se ha presentado la oportunidad de visitar El Chopo.

Después de algunos años sin visitar el Tianguis Cultural del Chopo y sumando el periodo de pandemia por COVID-19, pude asistir en un sábado normal al tianguis. El lugar ha cambiado bastante desde mi última visita aproximadamente 6 años atrás, donde mis primeras observaciones al ingresar por la calle Mosqueta, se perciben la expansión de los puestos de ropa que no pertenecen al tianguis del Chopo, algunos mantienen la venta para rockeros, “metaleros”, punks, skates, etc., sin embargo, han dado entrada a puestos de ropa artesanal que no pertenece a las culturas subterráneas.

El verdadero tianguis del Chopo que se ubica entre las calles Sol y Luna se identifica por un módulo de información y una lona con el logotipo del tianguis, dando un parámetro para poder distinguir el inicio y fin del tianguis original. Dentro de la venta de ropa para estas tribus urbanas, resalta mucho la playera con álbumes de bandas de todas las ramas del “metal” como el heavy, thrash, black, death, glam, etc. los estilos de cada subgénero varía y es a consideración de cada sujeto. En el heavy metal abunda mucho la mezclilla, playeras negras y chamarras de cuero. El thrash

metal no se separa, sin embargo, añade elementos como la ropa decolorada y gastada asimilando la marginación de los barrios y bandas de la vieja escuela. El estilo de Black metal y death metal abunda en color negro con algunos elementos militares como las botas o cinturones de balas. Por último, el glam en sus inicios retomaba accesorios femeninos utilizados por los hombres, no obstante, ante la minimización por las ramas agresivas, se utilizan cintras para el cabello, bota vaquera o simplemente playeras con el logo de bandas como *Mötley Crüe*, *Poison*, *Guns 'n' Roses*, etc.

Sin embargo, no hay que dejar pasar que existen, en mayor cantidad, puestos de accesorios como parches, anillos, aretes, chalecos cinturones, cadenas, etc., y otros puestos, pero en menor cantidad y/o en vías de desaparecer, enfocados a la venta de libros, revistas, posters, discos y películas. Desde la entrada por cualquiera de las calles antes mencionadas, es notable la invasión de “metaleros” sobre otras tribus e incluso los turistas. Los “metaleros” asisten mayormente en grupo, en menor medida el paseante del Chopo va en parejas o solos, cada uno de estos visitantes se hacen de estos artículos disponibles o simplemente visitan el lugar para convivir con sus amistades puesto que algunos mantienen su rutina sabatina de ir al Tianguis del Chopo.

El metalero, ubicado aproximadamente entre los 18 hasta los 35 años, sin importar el género del cual sea fanático o seguidor, hace presencia por el notable cabello largo, playeras negras con y sin logotipos, pantalón negro y mezclilla, botas tipo militar, tenis de cualquier marca. Algunos resaltando elementos como la chaqueta de cuero tipo motociclista, chalecos llenos de parches de bandas, cadenas en los cinturones, tatuajes, perforaciones, tintes en el cabello, lentes oscuros, uñas pintadas de negro, etc., sin embargo, el thrasher se ubica como el caso más frecuente en el tianguis en medida que hay mucha visibilidad de chalecos con parches y playeras de thrash metal.

En el caso de las mujeres metaleras que son visitantes es similar el estilo al de los hombres, sin embargo, algunas visitantes hacen diferencia por usar falda, corset, pantalones de imitación cuero o simplemente ropa cómoda para caminar en los

pasillos del tianguis acompañadas de amigas/os, familia o su pareja. Las vendedoras se apegan más al estilo de vestimenta negra dando una imagen apegada al metal sin olvidar un trato amable, esto en relación con el gran número de gente que llega al lugar lo que ha podido fomentar en las/los vendedores mecanismos para tratar a los compradores. Ejemplificando con la compra de las playeras donde la comunicación puede ser de varias maneras: 1) si hay mercancía de la banda que te guste, pero no tallas (grande, mediana y chica) se cierra la comunicación con un gracias por parte del comprador. 2) si no hay tallas algunos puestos te recomiendan otras opciones de bandas y de paso te hacen aviso de que buscaran en el almacén la banda no encontrada y así poder tenerla para tu siguiente visita. 3) algunos puestos ponen sus canciones para llamar la atención del comprador y que este se acerque observe la mercancía y en caso de no contar con objetos de su agrado se retire sin hacer forjar una comunicación entre ambos.

La interacción en el Chopo entre vendedor y comprador es compleja dado que en los puestos de discos internos del pasillo la comunicación se torna a una relación más allá de ser una simple compra, el vendedor a raíz de la búsqueda de interés de material auditivo del metalero hace recomendaciones de este género al igual que contar sus experiencias cercanas con bandas similares del género. El metalero comprador tiene la decisión de seguir o no la conversación para saciar su gusto por el “metal”. En caso de seguir la conversación el vendedor continúa sus relatos con lo que él podría asimilar un auge y un declive de ciertas bandas o de ciertos subgéneros.

Mi primera observación tras el periodo postpandemia me haría pensar que el comercio del Chopo se vio limitado tras las medidas sanitarias presentadas por el gobierno de la Ciudad de México al ser un espacio público que recibe miles de visitas cada sábado, no obstante, solo limitaron actividades que albergaran a muchas personas, lo que pauso temporalmente la actividad cultural fundamental, los conciertos al aire libre que se llevaban a cabo en la intersección de las calles luna y Juan Nepomuceno Rossains frente a la Comisión Federal de Electricidad. Dicho espacio donde se realizaba esta actividad se ocupó para retomar una de las

actividades iniciales del Chopo que es el comercio de discos por parte de los visitantes.

Como se mencionó inicialmente, el Tianguis Cultural del Chopo ha tenido sus cambios en estos últimos años, algunos comerciantes han retirado sus puestos y han integrado otros que no pertenecen a las tribus urbanas destacadas del lugar. El metalero que asiste mantiene los elementos estéticos que caracterizan la tribu urbana, a pesar de que ya no se realizan los pequeños conciertos, no se pudo observar las expresiones en torno a la música como el hacer headbanging, moshpit, anteriormente señalados, pero sigue manteniendo la expresión del sujeto imponente en la vestimenta, lenguaje, porte por mencionar algunos elementos.

Tras la emergencia sanitaria de COVID-19 se implementaron medidas para ingresar a los espacios públicos, el uso de gel antibacterial y sobre todo el uso de cubrebocas en todo momento siguen presentes. El cubrebocas ha tomado tanta relevancia incluso en espacios culturales como lo es el Chopo, me refiero a que los visitantes han tomado este elemento sanitario como parte del estilo. Es notable que algunos visitantes usen cubrebocas con algunos diseños enfocados en sus gustos como calaveras o logos de bandas o simplemente colores solidos como negro o gris, no obstante, en menor medida se adaptan paliacates o mascaradas dando un estilo “bandido” de películas vaqueras. Esto no quiere decir que se ha vuelto fundamental y distintivo del estilo metalero, pero se percibe que se adaptan estas medidas sanitarias a los gustos de las tribus urbanas.

Es importante señalar que en esta primera visita se puede observar la delimitación territorial del Chopo al inicio y final de las calles Sol y Luna. Anteriormente mencioné que había un módulo de información sobre el Tianguis, en la calle luna se ubica una lona con el logo distintivo del Tianguis Cultural del Chopo y unas guitarras eléctricas decorativas (como las letras de las alcaldías en sus explanadas). Esto hace pensar que el Chopo reconfirmó la naturaleza callejera del tianguis, dichos distintivos para marcar simbólicamente el espacio son para reafirmar una de sus normas del tianguis que se traduce como “el Tianguis Cultural del Chopo no se ubica en locales y fuera de estos distintivos no nos hacemos responsables”.

Conclusiones.

Para concluir, la presente investigación centró su atención en el vínculo por parte de los “metaleros” de la CDMX y el Tianguis Cultural del Chopo; de la misma forma, centre la atención en el significado de la red social Facebook por parte de los “metaleros”, ambas ideas bajo el concepto de territorio simbólico para la tribu.

En un primer momento, se abre la posibilidad de decir que la identidad de los “metaleros” parte del consumo de este estilo de música, seguido de la adopción de la imagen estética de las bandas de este. En efecto, se ha estructurado un canon acerca de la percepción de un “verdadero metalero” entendiéndolo que este estilo de música por su agresividad y fuerza sonora da la imagen de que quien lo escucha tiene ir acorde al estilo, sin embargo, bajo a las ideas presentadas por los entrevistados se puede decir que la identidad “metalera” es subjetiva para el individuo ya que cada uno es libre de seguir el canon “metalero” e incluso adaptarlo a su experiencia personal.

El “metal” es un estilo de música de múltiples interpretaciones, más allá del sonido, funciona como una zona de confort para que quienes se acercan a él, se identifiquen y sientan comodidad con las líricas y sonidos; al mismo tiempo, el “metal” es un traje que impulsa la autenticidad y actuar a manera de lograr presencia. Aunado a ello, la autenticidad “metalera” ha causado conflicto por añadir elementos nuevos al estilo “establecido”, no obstante, eso ha impulsado la trascendencia de este estilo musical, el añadir elementos estéticos, sonoros, líricos, ha funcionado para que las mismas personas se acerquen al género, lo consuman y lo expresen como otra forma de vivir el “metal”.

Asimismo, siguiendo la noción de vivir la experiencia del “metal”, el Chopo o el Tianguis Cultural del Chopo, es un territorio simbólico para que los “metaleros” se identifiquen con los suyos, un sentido de pertenencia a una gran familia, dado que, además de vender mercancía para “metaleros” y otras tribus urbanas, es un territorio donde uno como visitante puede socializar y adquirir conocimiento musical hablando con otros “metaleros” e incluso los mismos vendedores, de igual forma el

Chopo es un territorio con mucho significado para los músicos nuevos y viejos que pertenecen a la escena mexicana, dado que, quienes se presentan ahí, encuentran un público más fiel al género. Reiterando, tras la pandemia por Covid-19, los conciertos públicos fueron pausados y ocasionaron que se ocuparan otros medios para presentarse ante el público.

En un segundo momento, Facebook fue esa extensión territorial para proyectos musicales y principalmente para el sujeto de interés, los “metaleros”; por un lado, los “metaleros” encontraron el Facebook un espacio para reproducir las actividades presenciales, sobre todo recuperar las que fueron trasgredidas por el canon simbólico de los “verdaderos metaleros”, presencialmente se juzgó el gusto de escuchar ciertas bandas internas y externas al género, esto ocasionó un estancamiento en la escena “metalera” dividiendo a quienes apoyan las oleadas de nuevas bandas y quienes recurren a las memorias de cómo debe sonar una banda basada en bandas pioneras, por ello, la existencia de los memes hacia lo que es un metalero. Por otro lado, Facebook es el territorio que el “metalero” utiliza para cultivarse y agrandar su repertorio musical, alimentar su capital cultural y reproducir su identidad.

Cabe señalar que los medios de comunicación no agreden la escena “metalera”, al contrario, apoyan a que tengan un acercamiento al género y así, si se identifican, adentrarse en el género y mantener vivo el estilo de música, claro ejemplo es visible en la industria de la moda donde se retoman elementos como las chaquetas de cuero y venden la experiencia de ser “rebelde”, “vanguardista” e incluso el usar parches en la mezclilla. Asimismo, el cine y las plataformas para degustar este arte, ha reproducido al “metalero” donde se ofrecen referencias al contexto, a la música, por mencionar algunos ejemplos. Gracias a ello, han generado que se busque información sobre datos curiosos, consumo de mercancía, etc. y mantener viva la escena.

Finalmente, el territorio encuentra un nuevo significado por parte de los individuos, ya sea individual o colectivamente, a manera de que la importancia de la presencia de los “metaleros” en el espacio público como el Tianguis Cultural del Chopo,

funciona para reafirmar la identidad, sin embargo, el dejar de asistir al lugar no representa un problema, dado que se han encontrado modos de confirmar la identidad y de mantener vivo el lugar a través de abrir el espacio a nuevas experiencias similares a las “metaleras” y vivir la experiencia de ser parte de otros estilos de vida diferentes a las originales del lugar.

Aunado a lo anterior, Facebook a través de mecanismos como el relato de memorias y herramientas nuevas, el “metalero” vio la oportunidad de construir un espacio para sí y se siente seguro sin esperar una aprobación por parte de otros “metaleros”, incluso vio la oportunidad de continuar mediante la compraventa de mercancía que, no se encuentra fácilmente en lugares públicos o locales. Tras el periodo postpandemia por covid-19, la presencia en los espacios públicos tratará de recuperar su rutina sumando el uso de las redes sociales y de las medidas sanitarias. Lo presencial será para reafirmar su pertenencia al territorio y lo virtual será para confirmar su presencia en el territorio.

Referencias.

Aguirre, V. (2009, del 12 al 13 de noviembre). Tribus urbanas: sus características y la vinculación con la apropiación del espacio [conferencia]. X *Jornadas de investigación*, La Plata, Argentina. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/17678>

Arce, T. (2008). Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Revista Argentina de Sociología*, 6 (11), 257-271. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26911765013>

Boisier, S. (1996). Modernidad y Territorio. *Cuadernos del ILPES*. 21-23. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/9712/S9591083_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Borja, J. (2012). *Espacio público y derecho a la ciudad*. Barcelona, 1-19.

Bourdieu, P. (2002). Estructuras, habitus y prácticas. En *Taller interactivo: Prácticas y Representaciones de la Nación, Estado y Ciudadanía del Perú*. (Pp. 91-111) Instituto de Estudios peruanos.

Cala, L. (2018). *Construcción de memorias en las redes sociales. Los ochenta en Facebook*. Huellas Dactilares.

Calvo, M. (2020). Masculinidades y feminidades en la música metal. *Revista Con X*, 6. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/160/1601000005/index.html>

Cammarata, E. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En Geraiges, A. *América Latina: ciudades, campo y turismo*. (Pp. 351-366) CLACSO. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemons/20cammar.pdf>

Campos, G. y De la Mora, G. (2021). ¿Espacio público extraviado? Realidades y condiciones por el animal público en tiempos de covid. En Brenna, J. y Comboni, S. (coords). *La teoría social frente al espejo de la pandemia global*. (Pp. 63-83) Universidad Autónoma Metropolitana.

Canclini, N. (1990). *La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu*. En *Sociología y Cultura*. Editorial Grijalbo, S. A. México.

Castillo, G. et al. (2020). Tianguis del Chopo: espacio urbano de regulación/transgresión. *Revista mexicana de sociología*, 82. <http://revistamexicanadesociologia.unam.mx/index.php/rms/article/view/58502>

Castillo, S. (2016a). El mundo del Heavy Metal en la Ciudad de México. Radiografías imaginarias y rituales. En De la Peña, F. (coord.) *Atlas etnográfico de los mundos contemporáneos*. Volumen I. (Pp.83-117) ENAH.

Castillo, S. (2016b). "Posers" y "Trues". Jóvenes, autenticidad y poder en la escena metalera mexicana. Cuicuilco. *Revista de Ciencias Antropológicas*, 23, (67). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=529555490006>

Castillo, S. (2015). *Música del Diablo Imaginario, dramas sociales y ritualidades de la escena metalera de la ciudad de México*. Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Castro-Pozo, M. (1996). Chavas activas punks: la virginidad sacudida. *Estudios Sociológicos*, 14, 40. 97–118 <http://www.jstor.org/stable/40420928>

Castro-Pozo, M. (1998). *Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano*. Causa Joven. México.

Cerón-Martínez, A. (2019). Habitus, campo social y capital. Lecciones teóricas y metodológicas de un sociólogo bearnés. *Cinta de moebio*. 66. <http://dx.doi.org/10.4067/s0717-554x2019000300310>

Chaparro, C. (2020). Normas culturales en Colombia. Heavy Metal, la libertad de pensamiento y protesta social y política. *Iter Ad Veritatem*, 18. 37-49.

Chihu, A. (1998). La teoría de los campos en Pierre Bourdieu. *Polis México*. Universidad Autónoma Metropolitana. <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/345>

Cortés, D. (2014, marzo 9). El Tianguis del Chopo: ¿Muerte o transformación? *Milenio*, México. <https://www.milenio.com/blogs/qrr/el-tianguis-del-chopo-muerte-o-transformacion>

Echeverría, B. (1996). El ethos barroco. *Debate Feminista*, 13, 67–87. <http://www.jstor.org/stable/42624321>

Feixa, C. (1995). "Tribus urbanas" & "chavos banda". Las culturas juveniles en Cataluña y México. *Nueva Antropología*, XIV, 47, 71-93. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15904706>

Fonseca, J. (2014). La importancia y la apropiación de los espacios públicos en las ciudades. *Revista de Tecnología y Sociedad*, 7 (4). [http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/222/329#:~:text=Para%20Torres%2C%20\(2009\)%2C,los%20actores%20sociales%20urbanos%20crean](http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/222/329#:~:text=Para%20Torres%2C%20(2009)%2C,los%20actores%20sociales%20urbanos%20crean)

Gaceta Oficial de la Ciudad de México. (2021). *Plan Gradual hacia la Nueva Normalidad*. Gobierno de México. <https://medidassanitarias.covid19.cdmx.gob.mx/>

García, I. (2014). De mestizaje a mestizaje: notas sobre el mestizaje cultural y el ethos barroco de Bolívar Echeverría. En Arizmendi, L. Peña, J. (coords). *Bolívar Echeverría: Trascendencia e impacto para América Latina en el Siglo XXI*. (Pp. 243-2561) Instituto de Altos Estudios Nacionales.

- Garrobos. (1999). Tribus [Canción]. En *Un segundo más*. Epic.
- Giménez, G. (2005). Territorio e identidad. Breve introducción a la geografía cultural. *Trayectorias*, VII, 17. 8-24. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60722197004>
- Giménez, G. (1996) La identidad social o el retorno del sujeto en sociología. En Méndez, L. [Coord]. *Identidad: análisis y teoría, simbolismo, sociedades complejas, nacionalismo y etnicidad. III Coloquio Paul Kirchhoff*. (Pp. 183-205) Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gobierno de México. (2020a). ACUERDO por el que se declara como emergencia sanitaria por causa de fuerza mayor, a la epidemia de enfermedad generada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19). México. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/cjef/documentos/se-declara-como-emergencia-sanitaria-la-epidemia-generada-por-covid-19>
- Gobierno de México. (2020b). *Prevención Coronavirus*. Gobierno de México. <https://coronavirus.gob.mx/prevencion/>
- Guerra, E. (2010). Las teorías sociológicas de Pierre Bourdieu y Norbert Elías: los conceptos de campo social y habitus. *Estudios Sociológicos*, 28. 383-403.
- Guevara, G. et al. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *En Revista Científica Mundo de la Investigación y el conocimiento*. 163-173. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Gurevich, A. (2016). El tiempo todo en Facebook. *Aposta*. Universidad de Buenos Aires. 66. <https://www.redalyc.org/journal/4959/495952431008/html/>
- Haesbaert. R. (2013). Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad. *Cultura representaciones sociales*. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102013000200001
- López, R. (2018). *La música como constructora de identidades: el heavy metal y los metaleros que asisten al Tianguis cultural el Chopo de la Ciudad de México*. [tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México] Repositorio institucional UACM. <https://www.repositorioinstitucionaluacm.mx/jspui/bitstream/123456789/483/3/Roberto%20Karlo%20L%C3%B3pez%20Ordaz.pdf>
- Martínez, L. (2012). Apuntes para pensar el territorio desde una dimensión social. *Ciências Sociais Unisinos*, 48, 1, 12-18. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93823702003>

Martínez, S. (2003). Decibelos y testosterona: una aproximación a las imágenes de género en el rock y el heavy metal. *Dossiers feministes*, 7, 101-117. <https://raco.cat/index.php/DossiersFeministes/article/view/102472>

Miyamoto, O. (2011). *Significación y trascendencias textuales del heavy metal*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México] Repositorio de Tesis UNAM. https://ru.dgb.unam.mx/handle/DGB_UNAM/TES01000673132

Molina, J. (2000). Juventud y tribus urbanas. *Última Década*, (13). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19501306>

Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa. Guía didáctica*. Universidad Surcolombiana.

Morales, L. et al. (2013). Identidad, tribus urbanas y redes sociales. Un estudio de caso en adolescentes. *Encuentros*, 11, 77-92. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4805324>

Morton, J. (2021). La teoría de actor red y el resquebrajamiento de la visión antropocéntrica del mundo frente al covid-19. En Brenna, J. y Comboni, S. (coords). *La teoría social frente al espejo de la pandemia global*. (Pp. 39-59) Universidad Autónoma Metropolitana.

Ramírez, B. y López, L. (2015). Territorio. En Ramírez, B. y López, L. *Espacio, paisaje, región, territorio y lugar: la diversidad en el pensamiento contemporáneo*. (Pp. 127-157) Universidad Autónoma Metropolitana.

Rivera, R. (2015). Tribus urbanas en acciones de naturación de azoteas con agricultura urbana en Ciudad Nezahualcóyotl. En Calixto, R, García, M y Terrón, E. (Eds.). *Experiencias educativas exitosas en educación ambiental*. (Pp. 397-416) Horizontes educativos.

Rincón, J. (2013). Territorio, territorialidad y multiterritorialidad: aproximaciones conceptuales. En Gantiva, J. (Ed.) *Aquelarre, Revista de filosofía, política, arte y cultura*. Centro Cultural de la Universidad del Tolima. 181-192.

Robles, V. (2018). *Variaciones de identidad dentro de la cultura metal; estudio de jóvenes en "El Chopo"* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México] Repositorio de Tesis UNAM. https://ru.dgb.unam.mx/handle/DGB_UNAM/TES01000773163

Sánchez, J. (2010). Jóvenes de otros mundos: ¿Tribus urbanas? ¿Culturas juveniles? Aportaciones desde contextos no occidentales. *Cuadernos de Antropología Social*, 31. 121-143. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180915525006>

Sánchez, M. (2007). Thrash metal: del sonido al contenido. [tesis de licenciatura, Universidad de Chile] Repositorio académico de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/106570>

Silva, J. (2002). Juventud y tribus urbanas: en busca de la identidad. *Última Década*, 17. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19501705>

Sitton, et al. (1989). *Historia oral*. Fondo de cultura económica. México.

Tinto, J. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. *Provincia*, 29. 135-173. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55530465007>

WXP Productions. (2012, 13 de octubre). *El Slam, un baile que se convirtió en cultura*. <https://davinchielwxp.jimdofree.com/2012/10/13/el-slam-un-baile-que-se-convirti%C3%B3-en-cultura/>

Anexos.

Anexo 1. Ejemplo de canción.

Megadeth – Peace sells.

Álbum: Peace sells... But who's buying. (la paz vende, pero ¿quién compra?)

Año (1986)

¿Qué quieres decir con: no creo en Dios?

Yo hablo con él todos los días

¿Qué quieres decir con: no soy compatible con tu sistema?

Voy a la corte cuando tengo que hacerlo

¿Qué quieres decir con: no puedo llegar al trabajo a tiempo?

No tengo nada mejor que hacer

¿Y a qué te refieres con: no pago mis facturas?

¿Por qué crees que estoy arruinado? ¿Eh?

Si hay una nueva forma

Seré el primero en la fila

Pero es mejor que funcione esta vez

¿Qué quieres decir con que herí tus sentimientos?

No sabía que tenías ningún sentimiento

¿Qué quieres decir con: no soy amable?

No es tu tipo

¿Qué quieres decir con: no podría ser el presidente de los Estados Unidos de América?

Dime algo, sigue siendo: nosotros la gente, ¿no?

Si hay una nueva forma

Seré el primero en la fila

Pero es mejor que funcione esta vez

¿Puede poner un precio a la paz?

Paz

Paz vende

Paz

Paz vende

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

¿La paz vende, pero quien compra?

No, no, no, no, no, la paz vende

Paz vende

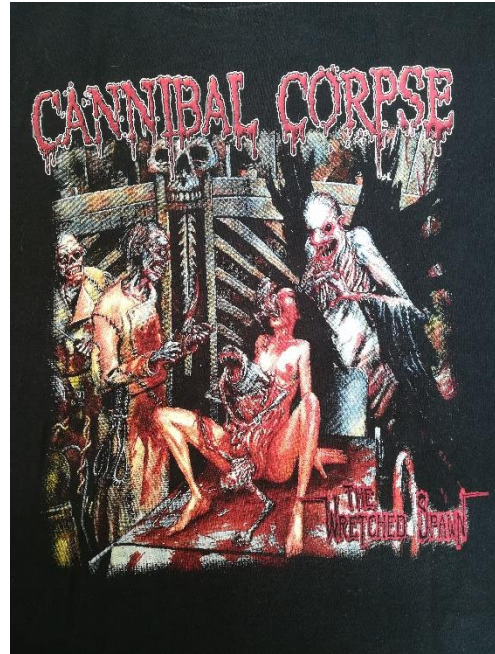
Anexo 2. Estilo de playeras.

Thrash metal.



Fuente: elaboración propia.

Death metal.



Fuente: elaboración propia.

Black metal.



Fuente: elaboración propia.

Anexo 3. Guía de entrevistas.

Rescatando historia oral como pieza fundamental de la investigación, propuse una serie de temas de interés y una pregunta gatillo para iniciar la conversación y así poder rescatar la historia oral del informante, destacando que al ser entrevista no estructurada no se pretende seguir por completo la guía. No obstante, durante la conversación surgirán preguntas que den la dirección a la plática hacia los temas de interés.

Pregunta para iniciar la conversación:

¿Cómo fue tu acercamiento con el mundo del “metal”?

Temas de interés.

- Identificación con el género.
- Prácticas como metalero en la vida cotidiana.
- Espacio público para identificarse como metalero.
- Acercamiento con el Tianguis Cultural del Chopo.
- Interacciones, percepciones (de la estructura del simbólica del Chopo).
- Utilidad de Redes sociales para complementar la identidad metalera.
- Recurrencia a la memoria para retroalimentar la identidad metalera tras la pandemia por Covid-19.
- Relevancia de ambos espacios.
- Presencia del actor social “metalero” en el espacio público tras el periodo postpandemia.

Historia oral 1.

Nombre: Emanuel Bautista García.

Edad: 26 años.

-Qué tal Emanuel, ¿cómo estás? Antes que nada, estudio en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y estoy haciendo mi proyecto final para acreditar la licenciatura en sociología, el cual es acerca de la identidad de los “metaleros” y su vínculo con el territorio público y virtual. Te agradezco por tomarte un tiempo para apoyarme, de igual forma te señalo que la información que proporcionas es con fines académicos.

-Te comento que voy a grabar la conversación, ¿estás de acuerdo?

E: Sí, no tengo problema.

-Bueno, continuando, dime, ¿Cómo fue tu acercamiento con el “metal”?

E: Bueno, este, estaba muy chico, empecé por medio de unos tíos que tenían un reproductor de música, el cual tenía diversos géneros, entre ellos el “metal”, en sí no sabía que había subgéneros del “metal”. El punto es que pusieron una canción, recuerdo que era de Pantera y me gustó, sin embargo, no volví a escuchar más, porque estaba muy chico y no sabía qué onda. Igual con esta onda del internet, aunque ya tenía su auge, yo, por ejemplo, no tenía acceso a él, entonces, me quede en blanco, además tampoco sabía, en ese entonces, como se llamaba el grupo, sin embargo, ahora lo menciono porque ya lo sé.

E: Posteriormente, uno de mis tíos me presta su reproductor de música que era un iPod, entonces pude escuchar más, conocí a Motörhead, escuché más de Pantera y, ahí también escuché a Metallica, que fue uno de los grupos que me gustó y de ahí nació el amor al género, ahí empezó todo. Incluso hasta en los videojuegos, recuerdo que tenían buenas canciones.

-Sí, también he escuchado comentarios de conocidos que, en los primeros juegos de PlayStation, creo que el más común fue el Tony Hawk que tenía

canciones de Motörhead, marcaron su vida y comenzaron a identificarse con el género.

E: Sí, también, me gustaron mucho. Como te comentaba, a partir de que me gustaba mucho Metallica, yo divague mucho por sus imágenes, me gustaba mucho su vestimenta y su indumentaria que tenían en sus años de inicio, entonces, esto de los pantalones ajustados, los tenis de bota, las playeras de las bandas, los chalecos que fueron su identificación como lo es el caso del “thrash metal”, dije yo quiero verme así, entonces yo me base en esas imágenes y de ahí fui creando mi propia imagen, mi identidad a partir de la imagen de otras personas. Y pues en mi etapa de bachilleres se vio potenciada. Ya como es un estilo propio, uno va ganando experiencia, construyes algo propio y pues hice visible mi gusto comprando algunas playeras.

-Ah ya, sí, tengo algunos recuerdos de esos días, incluso recuerdo que anteriormente había mucho metalero en el bachiller, todavía te tocó esa generación, ¿no?

E: Sí, de hecho, todavía conocí gente que te recomendaban más bandas, fui ampliando mi gusto hacia otros subgéneros, realmente fue muy bueno. También fui investigando y buscando lugares donde podía adquirir playeras; realmente no tenía conocimiento de donde podría adquirir estos accesorios.

E: Y poco a poco compraba ropa, me vestía muy a gusto, me sentía bien porque sentía que encajaba en esto, sabes, es lo que importa. Fue mediante la vestimenta que expresé mi gusto por el “metal”, es decir, esto me gusta a mí y nada más, a diferencia de otros chavos que tienen una vestimenta más fresca, me refiero a que es ropa oscura o colorida que se acerca a otros gustos. Entonces fue a partir de eso, de vestirme conforme a como yo me siento.

-Que padre, yo solo conocía el anterior bazar de Pericoapa para comprar algunas playeras de “metal” y tal vez algunos accesorios.

E: Sí, ándale, yo me acuerdo de que las primeras prendas que compre no fueron ni en el Chopo, ni en el bazar de Pericoapa, eso fue después, yo compré por primera

vez ,divagando por Tepito o cerca del metro, había dentro de un mercado un local que vendía este tipo de mercancía: parches, playeras, de todo un poco; entonces, entré y me compré unas cuantas playeras; pues, me acuerdo que era algo nuevo para mí, porque era un despertar porque era una cantidad enorme de playeras de bandas que te gustan y piensas “quiero todas” pero no se puede, entonces me compré unas cuantas, poco a poco fui comprando más.

E: Ya después fui conociendo más lugares como el Chopo, a pesar de que ya había escuchado de él, no había podido ir. Sin embargo, ya después fui y conocí más, también como te había comentado, con el internet pues ya tienes más alcance de lugares donde puedes conseguir todo este tipo de cosas y bueno se te hace más fácil.

E: De hecho, me viene a la cabeza que las primeras veces solo iba a comprar, después de hacerme de mis amigos, visitábamos el bar “El español” que está cerca del tianguis. Entonces se hizo una rutina sabatina de visitar el Chopo, y después visitar el bar, aunque estaba lleno de gente, era bueno, también era un lugar para expandirse, ahora no tanto por la pandemia, pero en ello terminaba la visita al Chopo, ya no iba a comprar, sino que iba solo a ver a mis amigos.

-Entiendo, justamente el Chopo, así como lo mencionas, pues, estaría bien decir que es como un referente para el metalero novato para conseguir mercancía.

E: A pesar de que no fue mi caso, ya después me adentré más en el Chopo, ahorita ya no voy mucho, pero si, justamente es un gran referente. Recuerdo que las primeras veces que fui me sentí inseguro, tu entiendes, cuando vas por primera vez te ofrecen muchas cosas además de ropa, entonces sentí nervios, además de ver gente que ya está curtida en ese tianguis inmenso, que realmente no lo es, me sentí muy pequeño. En un principio, no te voy a mentir, había gente que con la mirada te decía “este cuate está estancado con sus cinco grupos”, “no conoce más bandas que Metallica”, entonces, si me sentía observado, que me catalogaban de *poser*, en ese momento te sientes desmotivado.

E: Después de visitar el Chopo con frecuencia, te acostumbras, te puedo decir que hoy en día lo siento bien, creces y puedes pensar “ultimadamente que piensen lo que quieran”. Todavía, en la actualidad, en cualquier lugar dígame el Chopo, dígame bachiller, hasta afuera de un concierto; nos reunimos para convivir y sientes que hay grupitos que te están atacando de voz en voz, juzgándote. Yo creo que esto siempre va a existir, pero al final de cuentas, es una zona para estar a gusto, platicar con algunos locales, tal vez esa platica divaga más en películas, recomendaciones de música y puedes conocer más del género, además de conocer más personas.

E: Entonces, sí, el Chopo es un referente no solo para conseguir mercancía, sino también para expandirse en otros ámbitos, musical, social.

-Claro, si he escuchado que entre los mismos visitantes se dicen de manera indirecta “poser”, cuando visitaba el Chopo tuve la oportunidad de ver que la presencia de metaleros es mucha y pues sí, es común sentir las miradas de pies a cabeza por la banda que tienes en la playera. Pero, en un inicio se podría decir que el conocimiento de bandas era conclave para convivir, y ahora pues ya no importa mucho por la entrada de internet.

E: Exacto, claro puedo decirte que en Facebook tengo amigos que siguen este género, algunos contactos comparten música y me dan ganas de divagar, seguir aprendiendo porque uno nunca deja aprender. Siento que Facebook es más una zona de confort, pues no te juzgan, en mi caso no es así, me ha ayudado para conocer más tanto musicalmente como socialmente, conocer cosas nuevas.

E: También, he visto muchos chavos, hablando como si fuera señor, adaptan la imagen o el gusto hacia la tendencia, no me dejas mentir, cuando salió la película de *Mötley Crüe*, *The Dirt*, yo vi que muchos chavos comenzaron a basar su estilo a como se vestía en la película, simulando el glam, sentirse identificados, es a lo que se guían estas personas que están adentrándose al género, tal vez no muchos, otros conocen a la banda y ya, les gusta la música, pero muchos se van a las tendencias, lo que se está usando, por ejemplo los chalecos, se van a seguir usando, pero como forma parte de la identidad de uno, no hay cambio, pero a partir

de las redes sociales, visten lo que observan en las redes y crecen con una identidad “falsa”.

E: He visto chavos que comienzan escuchando “thrash metal” y ahora se apegan a la ropa de moda e incluso a la música de moda como el trap, etc. se basan en una identidad donde solo es aparentar, no pertenecer sino, aparentar.

E: Incluso, ahora siguiendo con “el metal” y el Chopo me he dado cuenta, no es lo mismo; por una parte, está muy bien porque veías gente que se identificaba con un género vinculado al metal, ahora no, ahora ves personas que no visitan el tianguis acorde a la temática de él y está bien, sigue manteniendo vigente al Chopo hasta como punto turístico; por otra parte, ya no es tanto lo exclusivo.

-Ah ya, se siente muy marcado el cambio de estar en el Chopo a Facebook, aunque yo no tengo muchos contactos metaleros, pero, si me das a entender que es más cercano y se ha acomodado a tus gustos metaleros y a otros que no pertenecen al género, incluso por la pandemia.

E: Sí, debo decir que la pandemia si pegó; pues, como te comentaba, cada ocho días era reunirme con mis amigos, entonces con la pandemia nos dejamos de ver, nos extrañamos, extrañábamos reírnos, convivir, así comenzamos a buscar formas de como frecuentarnos, hacíamos videollamadas por esta red social, luego hacíamos juegos en las mismas videollamadas.

E: Ahora que ya podemos salir pues, nos podemos reunir, no como antes, pero ahí vamos, es un tanto complejo sobrellevar, a partir de la pandemia, la convivencia con los amigos; musicalmente, aproveché un poco más, pues como ya no sales, tienes tiempo para ti y podía escuchar más cosas, leer al respecto de algunas bandas, alimentar el ocio, así que fue dentro de lo malo, lo bueno.

-Justo, así como lo cuentas pues yo había visto en Facebook páginas que, en los primeros meses de pandemia, ponían fotos de las nuevas modalidades de los conciertos y pues cada uno tenía sus comentarios.

E: Sí, si vi también, veía que muchos decían que lo de antes era mejor, ¿no? Recurrían a la memoria.

Claro, a pesar de las limitaciones en el espacio público, pues Facebook nos ha ayudado a tener una cercanía. Tu ¿cómo percibes estos espacios para ti como metalero?

E: yo creo, al igual que muchas personas, sería más relevante la presencia de los metaleros en el espacio público, tomemos el caso de los conciertos, no es la misma sensación, no es el mismo sentimiento a comparación de una manera más directa donde presencias el concierto a diferencia de una pantalla, sabes, creo que sería primordial que fuera de una manera presencial, igual los espacios más abiertos, puedes ver más gente, que a lo mejor no conoces, pero no es limitante, o tal vez reconoces a algunas caras conocidas y es un gusto volverlos a ver.

E: consideraría más importante lo presencial a diferencia de la pantalla. Incluso puedo decirte que he visto, no sé si también tú, pero he visto conciertos masivos, festivales, no he asistido, pero sigue igual, tal vez con medidas sanitarias: el gel, el termómetro, estos filtros, pero ya adentro, todo sigue estando igual, solo con cubrebocas, este ámbito de los espacios públicos, no hay muchos cambios, en un futuro, lo vamos a normalizar, tal vez vamos a recurrir a las medidas sanitarias, pero lo he visto bien, no es como lo mencionaban antes, que nos iban a recluir en pequeños espacios y grupos en estos eventos para asistir, no es así, estamos regresando a la normalidad, nos vamos a adaptar a estos filtros.

-Exacto, si he visto algunas fotografías donde se contraponen esas “nuevas normalidades” y ojalá todo quede en un recuerdo.

E: pues sí, yo digo que vamos bien.

-Y bueno, Ema, queda decirte que se cubrieron los temas de interés y pues, ya sería todo ¿gustas agregar algo más?

E: Ah que bueno Gets, y no, todo está bien.

-De nuevo te agradezco por tomarte un tiempo y acceder a participar. Y de nuevo, un gusto saber de ti.

Historia oral 2.

Nombre: José Alfredo “Fredy” Vaquero Silva.

Edad: 24 años.

-Buenas tardes, Fredy ¿Cómo estás? Antes debo comentarte que estudio en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y estoy haciendo mi proyecto final para acreditar la licenciatura en sociología, el cual es acerca de la identidad de los “metaleros” y su vínculo con el territorio público y virtual. Debo agradecerte por tomarte un tiempo y acceder a apoyarme con tu historia, también te comento que la información que proporciono es con fines académicos.

F: Que tal men, estamos bien y no te preocupes, es un gustazo.

-¡Excelente!, me da gusto que te encuentres bien, te comento que voy a grabar la sesión ¿estás de acuerdo?

F: Sí, adelante.

-Bueno, empecemos ¿Podrías platicarme tu acercamiento con el “metal”?

F: Bueno, está difícil, porque no es solamente decirte “vi esto y ya”, sino que, para empezar, mi papá – bueno, el que considero ahorita mi papá – porque nos ha cuidado y así, te cuento esto primero porque yo como a la edad de 14 o 15 años conocí a mi papá real y de ahí nació mi gusto más que el metal, el gusto por la música. Cuando lo conocí, él me platicó que le gustaba el rock, indie y un poco el “metal”, ya sabes, las bandas más tranquilas, Black Sabbath y eso. Fue cuando entendí que podía heredarse de sangre.

F: pero mis primeros acercamientos fue gracias a unos tíos que son medio frikis, son tres de los cuales con dos me siento apegado, les gusta el anime y también el “metal” igualmente lo típico, Metallica y esas bandas, entonces fue precisamente Metallica la primera banda que escuché, como tal de “metal”. De igual forma, aquí en mi casa, uno de mis tíos es herrero y escucha mucho rock nacional, pero yo de

rock nacional no conocía hasta que frecuente a mis tíos. Entonces, cuando salí con esos tíos, aproximadamente a la edad de 5 o 6 años, comenzó a gustarme más esa onda, a la edad de 7 años, ya cuando uno tiene uso de razón me cambio totalmente la vida, me gustó más el “metal” sobre otros gustos como los dinosaurios, yo quería ser paleontólogo y decidí dedicar mi vida al “metal” y dejar ese gusto por la paleontología como un pasatiempo.

F: De ahí fue que, a los 8 años, comencé a tocar guitarra, primero la acústica y después la eléctrica. Pero en sí, en mis primeros acercamientos al “metal” decidí adentrarme más a la música a diferencia del rock que no lo veía tan impactante, solo era música, no le di tanta seriedad hasta que me acerqué al “metal” por su complejidad. Vi que no solamente era poner atención a la letra, como el caso del rock nacional, no está tan trabajado. Al llegar al metal, dije, es otro nivel, pues cuando eres niño, no le pones atención a la letra sino a la música en sí.

F: Esos son mis primeros acercamientos al “metal”. De igual forma, con videojuegos como Guitar Hero comencé a escuchar más bandas y adentrarme más en ese mundo, todavía me acuerdo de que, a los 12 años, me adentré en el “death metal” y una de las bandas que me marcó fue Brujería.

-Ya veo, entonces desde una edad temprana te acercaste a este mundo.

F: Sí, como tal desde chiquito solo escuchaba las rolas, pero cuando crecí, hubo un tiempo en el que llegué a comportarme como esas personas intolerantes que, no escuchan otras cosas que no fuera “metal”, pero conforme pasaba el tiempo y comprendía un poco más la música, mi mente me decía “si te encierras, al menos musicalmente, no te expandes”, obviamente están estas dos miradas donde dices: 1) si no te vas a dedicar a la música, pues está chido; 2) pero si es lo contrario, está difícil porque no tomas en cuenta los otros tipos de música que tal vez te pueden ayudar en algo más original. Eso me ha ayudado no solo para hacer algo propio, sino que también me ha permitido identificar estos ritmos en otros grupos que meten jazz y cosas así, es un rollo más complejo. Entonces te das cuenta de que el “metal” no es de la nada.

-Claro, se entiende mucho que uno como “metalero” se enfoca más al sonido, si suena agresivo, pues debo comportarme acorde a ello, además tienes un punto muy bueno sobre la originalidad.

F: Sí, justamente eso me causó conflicto porque me pinté el cabello, entonces una vez se me acercaron otros “metaleros” y me dijeron: tienes un chaleco “thrasher” y te pintas el cabello, no tiene nada que ver. Y uno dice, pues en donde está escrito que el “metalero” debe vestirse o actuar de cierta manera. Pero hasta en las mismas bandas lo hacen, por ejemplo, creo que el vocalista de *Emperor* que se ve como un hípster, se sube al escenario y canta bastante bien. Otro ejemplo, está Adam Darski “Negral” vocalista de *Behemoth* que se viste formal, se viste bien, pero cuando lo ves maquillado con “corpse paint” para subir al escenario, cambia mucho.

F: Digo, a mí me gusta vestirme, así como “metalero” pero no para dar una apariencia o atraer miradas, me gusta porque me siento bien, incluso otras personas se me han acercado y me han dicho ¡te ves muy chido! Me gusta vestirme así por costumbre y no por querer entrar a un círculo o aparentar.

-¡Justo!, me agradó tu reflexión sobre el estereotipo “metalero”, a veces se hace creer que está escrito seguir cierto canon de vestir y actuar, pero realmente no es así.

F: Sí, igual si buscas documentales en Netflix, Amazon u otras páginas, encuentras argumentos donde las mismas bandas “desmienten” ese mito, se tiene que actuar de esa manera porque las letras de las canciones, el nombre de la banda y en especial el sonido, son agresivas y eso es lo que atrae a la gente, tiene que ir acorde. Y ya hablando de esto, podrías pensar que el “metal” no tiene sentimientos, sin embargo, el “metal” siempre ha sido sentimental, aunque se piensa que al hablar de sentimientos es más por el amor, pero no es así, el enojo, es un sentimiento; tienes el caso de Megadeth, en su canción In my darkest hour, está hablando de un dolor a causa de un desamor, solo que él lo lleva a la rabia, siempre fue de sentimientos y no dejó de ser “metal”.

F: Es raro, incluso porque me lo han dicho, que piensan que el “metal” es ruido y agresivo, donde los “metaleros” se toman el gusto muy personal. De hecho, han hecho pensar que los metaleros son así por naturaleza. Me paso en la universidad, amigos me dijeron que en un inicio no me querían hablar porque estaba solo y si se me acercaban les iba a hacer algo malo u otras cosas, pero no, me dijeron que resultó totalmente diferente, puedo hablar hasta de gatitos y no tengo problemas. Digamos que el “metalero” es solo una coraza, una armadura porque el género te enseña cuando meter las manos. Es la parte buena.

-Claro, he conocido personas que tienen muy tatuado el género, cualquier comentario negativo hacia el género lo llevan a llamarte “poser”, actúan a manera de mantener vivo el género.

F: De hecho, pasó lo mismo con la banda de “thrash” que tengo, tal vez suene contradictorio a lo que comenté, pero por decisión del grupo, sacamos al chavo que era vocalista, pues no compartía el concepto que teníamos del “metal”, era muy correspondiente hacia el género, quería censura en la música o actuar conforme a su idea del “metal”, sin embargo, nosotros comentamos que era más “una forma de expresarnos” y eso hace rico al género, te llevan a adoptar una filosofía o un modo de actuar. Además, está el problema de la censura en la música actual, muchas bandas correspondieron a eso, entonces, los mismos oyentes “metaleros” se dividen a partir de ello, tal vez cabe señalarlo como un producto que no se ve bien.

F: Pensemos el “metal” como un arte, al menos yo lo considero un arte, si una persona entra y manipula la obra, deja de ser arte, ese es el problema de los “metaleros”, yo ocupo el “metal” como una forma de desahogo, entonces, si viene alguien y me hace actuar conforme a su idea, pues no se siente bien. No puedo basar mis gustos en los gustos de los demás, sabes, cada uno tiene su propio sello, siendo una banda musical o siendo oyente, eso es lo que no se entiende.

-Ya veo, al final, tu percepción personal acerca del “metal” es válida, veníamos comentando que se piensa que hay reglas escritas sobre el género, pero solo es recurrir a los inicios del género, imagino que también te ha tocado ese margen de “metalero correcto” en ciertos lugares.

F: Justamente sí, allí en el Chopo, anteriormente escuchaba que, si veían emos u otras tribus, los golpeaban, ahora ya no, ya le bajaron bastante a su intolerancia, las veces que fui pude ver que incluso ya venden cosas que anteriormente solo encontrabas en la friki-plaza, si buscabas bandas de hardcore pues no las encontrabas en el Chopo, pero siento que hay un cambio “para bien” pues, veo que retoman aspectos de los sujetos que están más arriba, por ejemplo, yo escucho Garrobos y su vocalista Lagarto garrobo, da un aspecto muy diferente, difunde incluso esa hermandad y siento que es ahí cuando ves que el “metal” no debe ser tan agresivo, tan intolerante. Al final, es como cualquier lugar, cada quien lo interpreta como quiere. No porque no vistas acorde a los “metaleros” que ves ahí, significa que no eres “metalero”.

F: Ha bajado un poco la intolerancia, siento que el “metal” a pesar de ser distante con otros subgéneros, también difunde la hermandad, me pasó en un concierto de *Profanator*, donde en un mosh se sueltan golpes, unos se caen y de la nada apareció un punk “gigante” y les ayudó a levantarse, si hubiera sido otra gente, los pisa o equis cosa sin importar, pero no fue así. Te das cuenta de que más allá de formar una amistad es una hermandad que disfruta la música, no se si te ha pasado, pero luego en los mismos conciertos, sin conocer a nadie, de repente un carnal que no conoces te pone la mano en el hombro y disfrutan el evento, eso es lo genial del “metal”.

F: Ahora, ya que andamos por el Chopo, para no dejarlo al aire, lo conocí cuando estaba en secundaria, había una chica que le gustaba el hardcore y un tipo punk con electrónica y me dijo “vamos al Chopo, va a estar tal grupo”, y yo dije que sí, para ese entonces yo vivía en el Estado de México y abordamos desde Rio de los Remedios hasta Buenavista, ella ya había ido al Chopo anteriormente, yo pensaba que era una plaza, más o menos bonita, donde hay ropa y te gusta, pero ya visitándolo, si me sorprendí, es un tianguis literalmente en la calle, es un ambiente que si esperas, es algo rudo, amable, emocionante, todo ello rodeado en la música. Ya después iba cada quince días, a comprar y a los conciertos, de hecho, la mayoría de la ropa que tengo es de ahí, digo, si he visitado tiendas comerciales y he

comprado, pero si prefiero ir a comprar al Chopo, si tenía 500 pesos, prefería ir a gastarlos allá, me alcanzaba para tres playeras y un pantalón, hasta para más.

F: ir al Chopo, para mí, es sentirte identificado, además es toda una experiencia porque puedes ir caminando y encontrarte a algún famoso de bandas nacionales, como integrantes de *Luzbel*, *Mystica Girls*, creo que el baterista de Garrobos vende discos ahí. Además, yo tengo perforaciones y sientes que perteneces ahí porque ves gente que comparte gustos, eso me hizo regresar al Chopo, sentirme bien, el gusto por el “metal”, es el lugar con identidad. Tampoco me he quedado a beber ahí, pero es toda una experiencia, incluso hasta en el bar “El español” donde puedes pensar “esa persona pude ser yo”.

F: Es más, me atrevería a decir que para las bandas que van emergiendo, el presentarse en el Chopo es significativo, si les gustas, probablemente sea una señal para tu banda ¿me explico? Es como recibir la bendición, pero si no les gustas, es como pensar que les hizo falta algo para crecer como banda.

-¡Que padre! Suena bastante interesante las experiencias que me vienes contando, podría decirse que ¿es importante el espacio público para el “metalero” para dichas prácticas?

F: Desde mi opinión, te puedo decir importa mucho el espacio público y privado sabes, porque, tal vez nadie ha dicho que deba ser así o estar ahí, por ejemplo, a mí me gusta estar mucho en casa, me siento más cómodo y de hecho, esto de la pandemia, me ayudó, me dio más tiempo para hacer otras cosas, claro están las clases, pero siento que ambas cosas importa, te desenvuelves mucho con la música y con las personas que te rodean, sin embargo, siento que es mejor cuando estás solo, a diferencia de un bar o un antro, donde no vas a escuchar música, solo vas a echar relajo, convivir y beber. En un concierto también es diferente, pues hay una relación más directa de ti y los artistas. Salir si te ayuda bastante, en cualquiera de los lugares como el Chopo, un concierto o un bar, me ayuda distraerme, me siento identificado con los demás, tal vez comparten el mismo sentimiento.

F: Siento que eso es lo genial de escuchar “metal”, sientes que hay más personas que entienden tu sentimiento y tal vez te ayude a socializar, es un choque con las etiquetas, puede que te juzguen o puede que hagas amigos, es sentirse parte de algo. Incluso con las personas que no comparten el género, pero en algún momento piensan “suena bien” pero no saben cómo interpretarlo, puede que también se desorienten, pero pueden conectar, se ve más en el “metal” porque somos “más fieles” al género y pues sientes la energía en esos espacios.

F: Por otro lado, en las redes sociales tenía una idea muy errónea porque nada de lo que se ve ahí debe ser tomado muy en serio, sin embargo, ahora lo veo como un almacén pues no comparto para hacer reír o algo, lo comparto para mí. Facebook, te puedo decir que es algo más íntimo, más personal, yo comparto las cosas sin esperar un like o un comentario, más en el ámbito del “thrash metal” ya que puede que no lo entiendan, pero ya cuando entras a páginas que tienen que ver con el “metal” está muy bien, hay un contraste, también hay muchas páginas donde recomiendan muchas bandas y así crece tu repertorio, lo hacen sin el afán de atacar, es más para hacer crecer tu catálogo, no se trata de fanfarronear o crecerse como persona, es de difundir material, algo similar a la interacción personal.

-Ya, si he podido observar que es muy diferente la experiencia en Facebook, sobre todo, como dices, es similar a la interacción personal en cuanto a difusión de material y mantener vivo este género. Ahora con la pandemia pues se ha aprovechado más esta herramienta.

F: Sí, justo, ahora que varias bandas han sacado material y lo transmiten por Facebook, puede que no te guste, pero a las demás personas sí, y en el “metal” ocurre eso, por ejemplo, a mí no me atrae mucho la banda *Ghost*, pero a otros oyentes sí, eso ha ayudado a mantener vivo el “metal”. Yo diría que el “metal” no está muerto, de ser así no generaría material. También poniéndolos en comparación con otros géneros musicales, donde su temática es la misma y su estrategia, me atrevería a decir es vender, no van más allá de la mercadotecnia. En el “metal” pasa diferente, se tratan diferentes temas y pueden siquiera dar una perspectiva futurista.

F: Eso te lo digo porque yo tuve la oportunidad de mezclar mi carrera con el “metal”, yo estudio filosofía y en uno de mis escritos más como una canción, basé el libro de Tomas Hobbes sobre el leviatán, donde trata el derrocamiento del gobierno, entonces, el gobierno es un semidios que puede morir, entonces puedes decir que no estás en un mundo donde no solo se centra en el romanticismo. El “metal” es rico en sus líricas porque trata otras temáticas, no digo que no es muerte y destrucción, pero es cuestión de perspectiva, incluso hasta cosas rebuscadas.

De hecho, similar al vínculo que hacer del autor con el “metal”, hay otros autores que señalan este género a partir de la construcción propia, eso es lo interesante de este género.

F: Pues sí, de hecho, vería un poco negativo el escuchar más bandas solo por escuchar, no te deja nada, solo para aparentar. Últimamente, desde mi experiencia, escucho “heavy metal” pues es muy rico, tiene esa esencia que no tienen otros géneros, hasta en sus portadas, llevan a otro nivel el ambiente del “metal”, retoman aspectos históricos, hasta aspectos de comics, y buscas enriquecerte, no buscas como tal por pertenecer o hacerlo porque es lo que todo el mundo habla. Lo mismo se pudo ver con la serie del juego del calamar, todos hablaron de ello y ciertamente no daban ganas de ver la serie hasta que bajó la intensidad de las personas, lo mismo pasa con el metal, lo escuchó no para encajar en cierto grupo.

F: Como yo lo veo, junto con algunas ideas de mi carrera, se entiende que el ser humano es social por naturaleza, siempre ha tenido la necesidad de pertenecer a un grupo de ciertas personas, entonces puedo decirte que mi opinión tanto de salir a la calle como “metalero” y usar las redes sociales para lo mismo, es positiva, sabes, porque me hace sentir bien salir vestido de color negro, con cadenas y eso, te hace sentir parte de ese clan, también no es muy frecuente ver metaleros en las calles, ahora, en las redes sociales pues es positiva porque uno no puede salir siempre a la calle, no trabajas lo suficiente para pagar los conciertos que muchas veces son caros y consumir a través de las redes sociales pues lo veo bien, llena un vacío en la vida sabes, lo que hace el “metal”, es acercarte con otras personas que tal vez, si no fuera por, no sé, su vestimenta, no te atreverías.

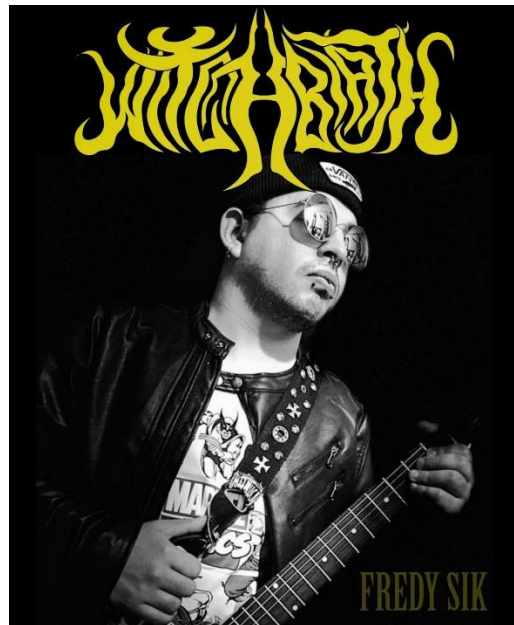
F: Ahora retomando lo que te comentaba de la pandemia, tal vez, ahora que estamos pasando a semáforo verde, yo creo que no cambiará mucho la presencia en público, a diferencia de Facebook que solo es a través en la pantalla, digo, el regreso a la nueva normalidad, con todo y medidas sanitarias, para el “metalero” tal vez favorezca sus ideas, de vivir como una fiesta, puedes pensar que su actitud de “algo me tengo que morir”, digo, si hay cambio, hay normas sanitarias, pero no creo que haya un cambio. Es lo que caracteriza al “metal” te da la idea de mantenerse todos juntos y es ambivalente el contagio, tal vez si ya tienen un espacio volverán para sentirse bien en él. Así como el Chopo, van a regresar a comprar su ropa, sus playeras y puede que dentro de un año regresen a los conciertos públicos.

F: Creo que ya, sería todo.

-No hay cuidado amigo, de hecho, pudiste abarcar los puntos que se tenían planeados ¿Gustas agregar algo más?

F: Ah ya, que bueno men, todo bien.

-De nuevo te agradezco por tomarte un tiempo y acceder a participar. ¡Muchas gracias, Fredy!



José Alfredo “Fredy” Vaquero Silva. 24 años.

Historia oral 3.

Nombre: Mariana “Mary” Aguilar Acosta.

Edad: 28 años.

-Buen día Mary ¿Cómo estás? Antes de comenzar, me presento formalmente, mi nombre completo es Getsemaní Huerta Ávila, estudio en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y estoy haciendo mi proyecto final para acreditar la licenciatura en sociología, el cual es acerca de la identidad de los “metaleros” y su vínculo con el territorio público y virtual. Te agradezco por tomarte un tiempo para apoyarme y te comento que la información que proporciono es con fines académicos.

M: Hola, estoy bien, gracias a ti por considerarme, no te preocupes, espero que pueda ayudar.

-También te comento que voy a grabar la sesión ¿Estás de acuerdo con ello?

M: Sí.

-¡Genial! Bueno, empecemos ¿Podrías platicarme como fue tu acercamiento con el “metal”?

M: Ok, yo realmente empecé a escuchar “nu metal”, yo soy la más chica de cuatro hermanos, mis dos hermanos hombres escuchaban mucho la banda *Slipknot* cuando yo estaba chiquita, bueno para que te des una idea, creo que más o menos yo tenía 6 años aproximadamente y ellos tenían sus posters, también escuchábamos mucho *Linkin Park*, todo lo que estaba sonando en ese entonces, bandas como Korn, una infinidad de bandas de “nu metal” y a pesar de que yo estaba chiquita, me gustaba ese ruido, así empezó todo, también de vez en cuando veía videos en la televisión, pero de repente mi mamá no me dejaba por lo mismo de que la apariencia de algunas bandas es grotesca, yo realmente lo veía normal.

M: Cuando pasé a la secundaria, uno de mis hermanos escuchaba *Metallica* y yo luego le quitaba su teléfono para ponerme a escuchar canciones de *Metallica* y así,

mis hermanos hasta el día de hoy realmente no son “metaleros”, pues no les gusta el “heavy”, “thrash”, ni nada de eso, solo fue una etapa para ellos. Yo, de hecho, si me seguí con esto del “metal”, cuando entré a la prepa, escuche más a Korn, o sea, ya podía escuchar todos sus álbumes, *Limp Bizkit*, o sea, yo seguí adentrándome en el “nu metal” y fue mi etapa en la prepa, yo soy del Estado de Hidalgo, entonces la gente de ahí pues no es muy metalera, de hecho en el municipio de donde yo vengo, no es común ver “metaleros”, hasta que yo llegué aquí a la ciudad, aproximadamente cuando yo tenía 20 años, igual, seguí con mi “un metal”, pero aquí en la ciudad mi vida cambio bastante en muchos aspectos, uno de ellos fue precisamente eso, adentrarme más al género, de la misma forma, comencé a tener más contacto con otros “metaleros” algunos me decían “escucha esto” o “escucha esto otro”, si lo hacía pero realmente no me eh dejado influenciar por alguien, tipo: “escucha más este género sobre otro”, realmente no.

M: Yo me adentré al “thrash metal” porque escuchaba más la banda Megadeth, ni siquiera Metallica, sobre todo porque gracias a mis hermanos los escuché, aun así Metallica no me cautivó tanto como Megadeth, entonces de ahí me seguí con Slayer, *Anthrax*, *Exodus*, las bandas de “thrash” que son más conocidas. Ya después me adentré más a lo *underground*, luego al crossover y así, entonces, fue así como realmente me adentré a este mundo de la música, este género. Y aunado a ello, empecé a conocer más “death metal”, demasiado “heavy metal” que, de igual forma, es el género que escuchó más, “speed metal” también, “black metal” casi no me gusta, cosas todavía más alocadas, aún no les agarro el ritmo, pero así es como realmente he venido conociendo esto del “metal”.

-Vaya, entonces sí es muy diferente vivir dentro y fuera de la ciudad, por ejemplo, aquí pudiste, entre comillas, crecer en este mundo del “metal”.

M: ¡Justo! Como yo vengo de provincia, pues la gente escucha más lo comercial, hasta para encontrar un “metalero” está raro y la misma gente lo va a ver raro, entonces, aquí en la ciudad pues conoces de todo. Pero, de una u otra forma, me fui por el lado de los “metaleros”. De hecho, he escuchado del Chopo, he ido, a veces iba seguido a compraba playeras, a pasar el rato, entonces sí, he ido por allá.

-Sí, de hecho, en ocasiones escuchaba comentarios de personas que visitaban el Tianguis Cultural del Chopo solo porque lo vieron en videos de Facebook o documentales de YouTube, de igual forma, hasta comentarios de profesores que “recomiendan” ir al Chopo como parte de una experiencia.

M: ¡Sí! De hecho, ya había escuchado hablar del Tianguis y quería conocerlo, obviamente se me hizo, tardé un rato para ir porque cuando llegue aquí no conocía a nadie, digo, ya voy para nueve años que estoy viviendo en la ciudad. Aunque en un principio me daba mucha pena, veía mucho punk, mucho metalero y pensaba que me iban a asaltar, lo digo porque uno no viene con la mente muy abierta, hasta que vas calando la ciudad y bueno ¡ya! Ahora es normal.

-Lo imagino, supongo que también te viste influenciada por los mismos comentarios donde trataban el tema de la venta de drogas en el tianguis.

M: Sí, creo que por ese tipo de – no se si decir tabú – pero ese tipo de actitudes me reservo a salir a lugares así, no me agrada que se cierren a esos tipos de temas, sobre todo por los comentarios donde hay cierta negatividad hacia los que vienen de fuera o tal lado. Podría decir que me siento mejor quedándome en casa, tal vez a comprar por internet o algo.

M: Creo que cuando yo comencé a adentrarme a este mundo del “metal”, cuando comencé a juntarme con metaleros; pues, si quería encajar, uno busca estar en los lugares que frecuenta un “metalero”, sí conoces el bar “El español”, cuando comencé a juntarme con esta gente, iba ahí, primero iba al Chopo, después ahí, tampoco soy de las personas que cada fin de semana sale de fiesta y eso, pero cuando salía, pues si es importante “el lugar” o “espacio”, pensaba ¿Qué clase de metalero eres, si no visitas el Chopo o esos lugares? Obviamente en mis ideas, pero es una perspectiva que a lo mejor comparten otras personas. Ahora ya no tanto, depende de la madures de uno mismo, es ambiguo, es importante y eso, pero puede que no tan relevante para dejar de ser tan “metalero”. Depende de las perspectivas de las personas.

M: Lo que yo suelo hacer, es conocer proyectos, de momento me llegan solicitudes donde me sugieren proyectos, yo realmente me tomo el tiempo porque además de la escuela, comparto el gusto por hacer música y es claro mi apoyo, se espera que sea recíproco, claro está que no debe ser obligatorio, pero entiendo el trabajo que cuesta. De igual forma, no me comprometo a dar una buena reflexión o estar al 100% en sus redes, los comparto y bueno, si les va bien, pues adelante, luego apoyo con la difusión de sus eventos y así. Espero que a través de eso pues crezca la música, de eso me ha servido mucho Facebook o Instagram donde puedo estar al pendiente de proyectos emergentes que, si son buenos, pues mis mejores deseos para ellos.

-Ya veo, si es entendible la diferencia de ambos espacios, sobre todo porque en las redes sociales, como mencionas, se recurre mucho a esa memoria de difundir y apoyar proyectos.

M: ¡Aja! Yo creo que cualquier red social, ya sea Facebook, Instagram o ahora con Tik tok, funciona mucho para reproducir pues, eso, lo que anteriormente se hacía de ir a ciertos lugares y entregar flyers o hacer carteles a mano de eventos de proyectos nuevos o mezclados con bandas ya reconocidas o en otros casos, grabar un disco y venderlo a un precio muy bajo, aunque este estuviera dentro de la misma bolsita de plástico que venía de papelería . Realmente, también porque si a la gente le gusta y disfruta esa música, les ayudará a crecer.

-Te entiendo, así como me estás contando, pues veo que dentro de la misma escena “metalera” está esa “ambigüedad” de apoyo hacia los suyos, pues si las bandas locales crecen, los tachan de ser comerciales, pero si no crece, los tachan de que no saber hacer más que covers.

M: Cierto, hay mucha envidia entre metaleros, no falta que, a lo mejor, una banda suene mejor que otra y le tiran mensajes de odio, o no falta quien ya tiene “experiencia” y quiere sobresalir sobre otros diciéndote que no sabes nada, opacan la escena y deterioran el gusto de los otros por querer “aparentar” su conocimiento de ellos mismos. Por eso, muchos se quedan con la “vieja escuela” y las bandas ya reconocidas, sumando que también hay mucho mensaje de odio minimizando al

género, sin embargo, las mismas bandas reconocidas así empezaron y cimentaron el “metal”, y si muchos quieren seguir el camino, el mismo “metalero” lo hace chiquito. Se quedan con el legado de los “metaleros” famosos, no quieren explorar más allá de eso. El mismo “metalero” no sale de su zona de confort, se quedan en la crítica.

-Pues sí, si he visto que los mismos seguidores, hablando de las páginas de Facebook, recurren a sus recuerdos, rememorando y comparando álbumes viejos con la música nueva, inclusive recientemente que Iron Maiden sacó nuevo álbum, los mismos seguidores dieron buenas y malas críticas basándose en como sonaban anteriormente, hasta como lucían.

M: Exactamente, pero bueno, las épocas van cambiando, cuando empecé con gente del medio, no me vestía como tal “metalera”, me vestía cómodamente, solo para la convivencia, ahora, ha pasado el tiempo, he visto y conociendo mucha gente que le gusta el “metal” veo sus estilos y digo ¡que padre! ¡Quiero vestirme como ella! O me gustaría hacer algo similar, van creciendo tus ideas para verte como a ti te gusta sin dejar de pertenecer al “metal”; tal como pasa en los conciertos, te vistes y arreglas para – no sé si decirlo así – pero para estar a la “altura”. Por ejemplo, yo anteriormente no usaba playeras de “metal”, ahora sí, hasta yo las modifico, las corto; antes no usaba cadenas o cinturones, incluso los estoperoles; tal vez, para mi edad, es muy diferente a sí lo hubiera hecho a los 20 años, hubiera pasado mi etapa, pero no, me gusta seguir en el medio, me gusta vestirme así, ponerme “esto”, ponerme lo “otro”, sin importar si a los demás les gusta.

M: Son solo estereotipos, si traes el cabello de alguna manera o de algún color, pues eso no importa, mientras tú te sientas bien, adelante, críticas no van a faltar, no debe de importante, son solo cosas superficiales; los accesorios y eso, solo van a ayudarte con tu outfit y tu autoestima, hasta tu propio estilo. Como te decía, habrá quienes les guste, habrá a quienes no.

M: Incluso no recuerdo que banda de “black metal” fue pionera en dejar de maquillarse, dijeron que era ridículo maquillarse para hacer “black metal” o ponerte pinchos que casi casi parece que vas a herir a alguien; son solo cosas muy

superficiales y el decir que si no te pones “esto” o haces “aquello” no eres “metalero”. Hoy en día todo mundo es muy vanidoso, no importan las críticas, pero en los metaleros no falta quien lo haga.

M: Creo que de igual manera importa mucho como veas a tus “ídolos” por llamarlos de alguna forma, pues ellos te llevaron de alguna manera a ser “metalero”, yo en lo personal, me gusta mucho la vestimenta de los 80’s, llámese “thrasher”, “glamers” o como los “death metaleros”, bandas que son de la zona de Florida, ocupan mucho las bermudas y camisetas, entonces, a mí en lo particular la vestimenta ochentera que no solo era partidaria del “metal” o un género, todo ese estilo me marcó demasiado, entonces cuando quiero vestirme “thrasher” procuro vestirme a la década de los 80’s, igual si es un estilo “glam”. Entonces, como ves a tus ídolos, si tienen alguna vestimenta y eso, puedes rescatar algo de ello y usarlo, adoptar su estilo.

-Buen punto, como dices, igual la difusión de dichas bandas, mayormente en fotografías, pues impusieron un estilo, que sería como el canon simbólico de ser “metalero”.

M: Pues sí, yo creo que cada quien se va por el camino que se le hace más cómodo y que le queda, de ahí pues va adoptando sus estilos que les gusta, incluso actitudes, es lo que hace que te marque una banda o un cantante.

M: Yo creo que Instagram se presta más a este tipo de cosas, digo, yo subo ahí mis covers, yo vi que personas durante la pandemia subía sus videos tocando con tal de no deprimirse, podría decir que salieron algunos famosillos gracias a la pandemia. Justo yo a principios de pandemia – si no mal recuerdo, empezó en marzo – aproximadamente por mayo, con lo que había ahorrado, pude comprarme mi batería, solita y encerrada, además de las clases suspendidas, pues comencé a practicar con lo que tenía y con lo que sabía; comprendí algunas canciones y pude sacarlas de oído, así comencé a subir mis videos, pero fue mayormente por influencias de chicas y músicos extranjeros que subían covers. A pesar de que anteriormente no la usaba, ellos me motivaron. En Facebook también.

M: Ahora, creo que también es válido rescatar lo que veníamos hablando de estar en público, creo que es importante que te des a conocer, que la gente te reconozca, la ciudad, sobre todo, se presta para identificarse. Para los que no conocen y conocen el “metal” creo que sí es importante estar en público porque vas conociendo bandas y crece tu repertorio, además de ver a alguien en vivo como en los conciertos, impulsa más la atracción hacia el género o el gusto por el “metal”. Así te das cuenta del porqué del rechazo o atracción de las bandas a diferencia de las transmisiones en vivo donde no sabemos si se usan filtros o equis cosa.

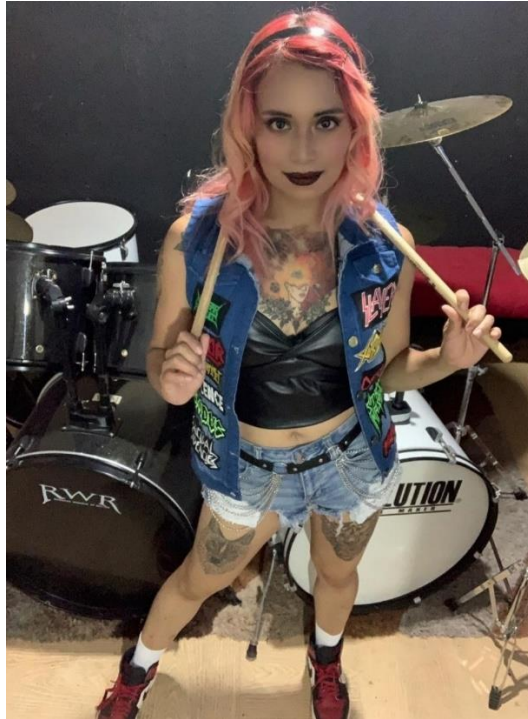
M: Digo, también hay que tener en cuenta la pandemia y el lugar, el fin de semana fui a un mini concierto de “thrash” y era cupo limitado con mucha gente, depende mucho si el lugar respeta las medidas y el cupo limitado, además de la responsabilidad de la gente, te puedo decir que de vez en cuando, digo “me vale” y me quito el cubrebocas, además de que compartimos la idea de estar fastidiado por usar todo el día cubrebocas por dos años, sumando que no podías asistir a conciertos, bares u otros lugares. Por ejemplo, el *Metal Fest*, que es septiembre, me da a pensar que sería en un lugar abierto, el aglutinamiento, suponiendo que todos tienen sus tres o cuatro vacunas.

M: Siento que no va a ser igual, no será lo mismo, más porque a las personas que se les murió un familiar o se contagiaron, van a continuar con ese miedo de contraer el virus por gente que no se cuida. Depende de cada quien, sus medidas sanitarias. Ahora, también la misma gente no le importa, recordemos que, en pleno pico de pandemia, en fechas como semana santa, mucha gente – no digo que toda – pero se fueron a playas o balnearios, sin problemas, se divide la gente que si se cuida y la que no. A lo mejor hubo quienes se cuidaron un montón y hay quienes no, no sabemos cómo nos va a repercutir en algún futuro y pues, ni modo, nos tenemos que adaptar.

-Exacto, bueno Mary, revisando mi cuaderno, me gustaría decirte que sería todo, creo que se cubrieron todos los puntos de interés, de nuevo te agradezco por tu tiempo y tu participación ¿Gustas agregar algo más?

M: No, así está bien, gracias a ti por considerarme, espero que lo que te haya dicho te pueda ayudar bastante.

-Claro que sí, bueno, nos vemos. ¡Muchas gracias!



Mariana "Mary" Aguilar Acosta. 28 años.