

Representaciones sociales hacia la cultura del metal de un grupo de “metaleros” de Bogotá

Social representations toward the culture of metal in a group of “metaleros” in Bogota

Lady Vanessa Maldonado

Lesly Natalia Burgos

Camila Andrea Almonacid

Universidad de San Buenaventura,
Bogotá, Colombia

Itala Marina, Camargo*

Universidad Católica de Colombia,
Bogotá, Colombia

Recibido: 23 de agosto de 2008

Revisado: 24 de septiembre de 2008

Aceptado: 30 de noviembre de 2008

Resumen

Esta es una investigación empírico-analítica de tipo descriptivo, con un diseño transversal, cuyo propósito es determinar las representaciones sociales hacia la cultura del metal de un grupo de metaleros de Bogotá. Para ello se trabajó con una muestra de 111 metaleros con edades comprendidas entre los 18 y los 30 años, de Bogotá, a los cuales se les aplicó una prueba de asociación libre de palabras. Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que las representaciones sociales que tienen los metaleros con respecto a su propia cultura se relacionan con una posición de inconformidad ante las normas de la sociedad, así como con la energía y poder, generado por la música metal.

Palabras clave: representación social, música metal, cultura juvenil.

Abstract

This is an empirical, descriptive, transversal study, whose purpose is to find the social representations held by a group of metal followers in Bogota with regards to the metal genre. Participants were 111 metal

* Correspondencia: Itala Marina Camargo. Docente Investigador. Facultad de Psicología Universidad Católica de Colombia. Dirección postal: Av. Caracas No. 46-22. Bogotá Colombia. Correos electrónicos: lmaldonado@academia.usbbog.edu.co, natisburg@hotmail.com, ilacamila@hotmail.com, italacam@gmail.com

followers, aged 18 to 30 years, who completed a free word association test. Results suggested that the social representations studied relate to a disagreement position with the rules of society, as well as the energy and power generated by metal music.

Key words: social representation, metal music, youth culture.

Introducción

El presente trabajo pretende describir las representaciones sociales hacia la cultura del metal en un grupo de metaleros de Bogotá, para lo cual se tendrá en cuenta la postura de la psicología social, más específicamente la teoría de representaciones sociales, pues en ésta se hace posible la construcción de un conocimiento común que permita una representación colectiva de la realidad.

En la psicología social, el ser humano es considerado un animal social por naturaleza, que vive en sociedades, grupos y culturas, y que, además, está influido por una historia social; por esto estudia los aspectos sociales de la mente, es decir, el funcionamiento de la mente en la interacción social. Esta rama de la psicología acepta la idea de la existencia de procesos psicológicos como la percepción, el lenguaje, la memoria, etc., que determinan el funcionamiento de la interacción social, como también acepta que existen procesos sociales, los cuales, a su vez, determinan las características de la psicología humana (Turner, 1997). Al tener como objetivo fundamental el estudio de la relación entre los individuos, afirma que toda interacción genera o produce símbolos que tienen al mismo tiempo significados compartidos socialmente, es por esto que se adopta la teoría de las representaciones sociales (Baró, 1997).

Emile Durkheim es el primero en plantear la noción de representación. Este autor utilizó el concepto de representaciones colectivas para designar el fenómeno social, a partir del cual se construyen las diversas representaciones individuales, las cuales, a su vez, se convierten en representaciones colectivas al ser producciones mentales sociales, es decir, una especie de "ideación colectiva" que les otorga objetividad (Durkheim, 1924).

Una representación social es un conocimiento general compartido por los miembros de un grupo o sociedad. Específicamente para Jodelet (1993), una representación es "una forma de pensamiento social, que a su vez constituyen modalidades de pensamientos prácticos orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno material e ideal" (p. 474).

Para que un individuo consiga transformar un determinado conocimiento en una representación social y sucesivamente comprender lo social, son necesarios dos procesos fundamentales: la objetivización y el anclaje.

La objetivización hace referencia a materializar el conocimiento general. Para llegar a esto es necesario, a su vez, primero, "seleccionar y descontextualizar los elementos de la teoría" (Jodelet, 1993, p. 482), es decir, seleccionar las representaciones de acuerdo con los criterios culturales y normativos; segundo, formar un esquema por medio de un núcleo figurativo que permita comprender las representaciones de forma individual y social; este planteamiento está relacionado con el enfoque estructural de la representación social, ya que, como su nombre lo indica, intenta encontrar la estructura de la representación mediante un núcleo específico (Banchs, 2000) y, por último, la naturalización, que gracias al núcleo figurativo logrará integrar todos los elementos de la representación.

Por su parte, el anclaje es el enraizamiento de la representación ya establecida, luego de haberle otorgado un significado y una utilidad, de esta manera el anclaje permite la interacción entre la función cognitiva de la representación y su función social (Jodelet, 1993).

Cuando se habla de cognición en psicología social (cognición social), es necesario definirla

como área y como orientación. Al hablar de ésta como área, se hace referencia a todos los procesos mentales necesarios para que el individuo logre conocer el mundo social; al decir que es una orientación se la está viendo como una nueva perspectiva o punto de vista de la psicología social. Es por esto que se afirma que la cognición social influye de forma determinante en la representación que tiene la persona del mundo, ya que cuando una representación se activa, se encarga de organizar y estructurar internamente los contenidos de la realidad, actuando entonces en este proceso la identificación, el reconocimiento y la evocación de los objetos (Echebarria, 1997).

En la cognición social se encuentran los esquemas mentales, que son un conjunto de acciones mentales organizadas que se interiorizan y que siguen una serie de reglas y normas mentales. De igual forma, en esta postura se encuentra el término de prototipo, que hace referencia a un grupo de atributos o rasgos que se asocian, por lo general, a los miembros de una categoría social; a su vez, una categoría es el conjunto de objetos considerados iguales o equivalentes y que se organizan en torno a los prototipos. Es importante señalar que existe una jerarquía prototípica que determina el grado de conocimiento social: nivel intermedio, nivel supraordenado, que es más general, y nivel subordinado, que es más concreto (Echebarria, 1997).

Cuando un esquema ha interiorizado una representación, un escenario se encarga de representar esos atributos en prototipos asociados a determinadas categorías de la representación, por consiguiente, es posible considerar que tanto un prototipo como un escenario son aspectos fundamentales de los esquemas, aunque los prototipos se encuentren asociados a las funciones de categorización y de conocimiento de los esquemas y los escenarios a las funciones de utilidad y de orientación de la acción (Morales, 2001).

Según Abric (1993), la organización interna de las representaciones sociales puede estar sustentada en dos sistemas con funciones específicas y complementarias; el primero de ellos es el sistema central, compuesto por el núcleo central de la

representación. Este sistema está directamente relacionado con las condiciones históricas, sociológicas e ideológicas del sujeto y permite que la representación sea concreta, continua y consistente.

El segundo sistema corresponde al periférico, que si bien trabaja de forma diferente al sistema central, constituye el complemento de sus funciones, ya que es el encargado de concretizar el sistema central para una elaboración correcta de la acción, es decir, la acción debe ser correspondiente a la representación elaborada.

Para poder comprender la estructura de las representaciones sociales, es necesario descomponerla en dos componentes principales: primero, un componente cognitivo en el que el sujeto o el grupo juegan un papel importante y activo dentro de la apropiación y reestructuración mental de la realidad, y, segundo, un componente social en el cual la representación social se crea a partir de la interacción de los individuos y con ellos de sus propias representaciones (Abric, 1996).

La división anterior puede estar relacionada con uno de los postulados más importantes del creador de la teoría socio-cultural, Lev S. Vygotski, al plantear la teoría de la actividad, en la que lo social representa la esencia de lo psíquico en el individuo, ya que toda función psíquica aparece en escena dos veces, en dos planos; primero, el plano social (interpsicológico), directamente relacionado con el componente social de la representación, y luego psicológico (intrapicológico), plano asociado al componente cognitivo de la representación (Montealegre, 2005).

Según Vygotski (1989), la actividad humana inicia en el momento en el que los procesos vitales toman carácter objetual, es decir, cuando se establece una acción práctica con los objetos. A partir de lo anterior, se inicia la representación de la realidad mediante la percepción del mundo social y la internalización de los objetos; principalmente, está mediada por el lenguaje, el cual codifica de forma particular la realidad ordenándola y atribuyendo categorías y signos; esto permite que las diversas experiencias de los individuos sean referidas a la misma serie de signos y así

sean clasificados en una determinada categoría. Por tanto, lo que antes se consideraba puramente individual, al ser socializado pasa a ser parte de un conocimiento general compartido por todo un grupo o sociedad (Baró, 1997).

Es por esto que desde la perspectiva socio-cultural de Vygostki las representaciones sociales influyen de forma fundamental en el comportamiento de los individuos, que cuando socializan van transformado las actitudes y las percepciones que tienen hacia el mundo real (Montealegre, 1994).

Los intercambios verbales de la vida cotidiana exigen algo más que la utilización de un mismo código lingüístico. Exigen que se comparta un núcleo común en las representaciones sociales; es por esto que dicha representación cumple determinadas funciones dentro del individuo y la sociedad, tales como la comprensión, función que posibilita pensar el mundo y sus relaciones; la valoración, permite calificar o enjuiciar hechos; la comunicación, a partir de la cual las personas interactúan mediante la creación y la recreación de las representaciones sociales, y la actuación, que está condicionada por estas representaciones sociales (Abric, 1996, citado en Araya, 2002). Cuando dichas funciones de la representación se cumplen en su totalidad, es posible que se establezcan relaciones entre individuos de acuerdo con la creación de un conocimiento colectivo sobre determinado objeto de la realidad. Lo anterior puede explicar cómo se forman grupos de individuos con representaciones sociales comunes.

Tal vez uno de los fenómenos que ha tenido mayor impacto dentro la psicología social actual es la denominada cultura juvenil, definida como un conjunto de símbolos y significados comunes compartidos en parte o en su totalidad por una generación, en este caso, los jóvenes; a partir de estos significados comunes se pueden resolver las tensiones propias de su naturaleza juvenil, así como los conflictos frente a la pertenencia a una sociedad como la actual (Marín & Muñoz, 2002).

Para comprender la creación de una determinada cultura juvenil es necesario remontarse a la historia para repasar los inicios y la evolución de

dichas creaciones. En este esfuerzo por comprender las emergentes subculturas juveniles varios autores se encargaron de hacer investigaciones sobre el tema. Aproximadamente en los años setenta se catalogaba a estos subgrupos como “desviaciones” y se los definía por su carácter visual y auditivo, es decir, por su estilo ligado al consumo de música, amén de las ideas y los estilos en común que los individuos adoptan. Por ejemplo, las culturas juveniles latinoamericanas tienen una alta influencia europea y de los países industrializados, pues fue precisamente allí donde empezó este movimiento. Así pues, entre los autores que defienden este concepto de desviaciones, llamándolos también grupos anormales, se encuentra Weber, quien afirma que estas culturas no se conforman de un modo funcional, sino como “comunidades emocionales”, debido a su imagen difusa, cambiante y su contradicción ideológica (Marín & Muñoz, 2002).

Además, se encuentran numerosos autores que ofrecen conceptos diferentes para definir estas subculturas; por ejemplo, Phil Cohen, en su obra *Conflicto subcultural y comunidad obrera*, las define como “una solución común para dos necesidades contradictorias: la necesidad de crear y expresar autonomía y diferencia con los padres [...] y la necesidad de mantener relaciones parentales” (Cohen, citado en Marín & Muñoz, 2002). Por otro lado, los investigadores Pérez y Tornero, entre otros, han visto a estos grupos desde una perspectiva diferente, catalogándolos como “tribus urbanas”, sustentado esto con la afirmación de que el joven encuentra en estos grupos una fuente de seguridad a las presiones que el sistema ejerce sobre su identidad, lo que hace de su imagen una referencia ante el entorno social con conductas tales como ejercer una apropiación simbólica del territorio; esto se presta a fin de visualizar al joven como un individuo que es incapaz de actuar por sí mismo (Marín & Muñoz, 2002).

De este modo se encuentra una caracterización de los jóvenes en cuanto a “grupo social”, con características comunes en torno a fenómenos culturales (en este caso la música), y que además se conforman sin importar las diferencias indivi-

duales de los miembros que lo componen; en esta medida no sería la identidad del individuo el eje central para caracterizar determinada cultura juvenil, sino los objetivos comunes del grupo en sí, lo que da entonces una perspectiva diferente a la creación de culturas juveniles. Los individuos pertenecen a las tribus urbanas en función de una ética específica, establecida por el grupo y además instaurada en una red de comunicación (Baró, 1997).

Un último gran enfoque se refiere a la posibilidad de percibir las culturas juveniles como “nuevos movimientos políticos”, enfoque en el que se describe una interacción del individuo con el grupo y de este último con la sociedad, con ideologías más maduras y un poco más cimentadas que en los enfoques anteriores. En este caso se analizan las creaciones propias de las culturas juveniles y su fuerte choque con el sistema establecido, en muchas ocasiones sin que estas creaciones tengan dichas intenciones (Marín & Muñoz, 2002).

De este modo, las culturas se convertirían en instituciones, ya que van más allá de simples actividades lúdicas, se encargan aparte de esto de la construcción de proyectos, saberes y otras formas de conocer el mundo, de pensarlo y de actuar sobre él, buscando con esto un lugar en la lucha social. En ellos hay indudables aportes a renovadas valorizaciones de la vida social y que, además, se separan de lo tradicional en dos puntos primordiales; la autogestión y el autoritarismo. El objetivo principal de las culturas en este enfoque es ganar el respeto de los derechos que como nuevas formas de ser y existir, se merecen (Marín & Muñoz, 2002).

Estos enfoques ayudan a entender la importancia que tiene para el joven el hecho de enfrentarse a un universo cambiante, el cual, además, exige un constante proceso de adaptación, en el cual a medida que se precisa determinado contexto se imponen nuevas formas de abarcarlo y de conocerlo. Dichas formas participan en la creación de diversos grupos dentro de una sociedad, en los cuales se encuentran características representativas y específicas que los identifican.

En el presente artículo se analizará la cultura del metal como uno de los grupos más sobresalientes de las culturas juveniles actuales. La cultura del metal está asociada con diversos aspectos como la conexión con la realidad, la propia sabiduría, la opción por el virtuosismo musical o por la expresión dura y conflictiva, la posición ante la muerte, la búsqueda de trascendencia, la relación con el consumo y las industrias culturales que explotan el metal, generando un orden de actitud y pensamiento, así como un modo de estar y actuar en el mundo, un motivo vital o un tema que justifica la existencia (Sierra, 1987).

Es de vital importancia reconocer que esta cultura surge directamente de la música y de la interacción del metal con los sujetos que la escuchan. Para entender cómo los individuos pertenecientes a esta subcultura desarrollan y crean ideologías y hábitos específicos, es necesario analizar el momento histórico en el cual se parte en dos la historia del rock, dando lugar al “boom” de la música metal.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la juventud sobreviviente se encontró con que todos los sistemas de educación y el orden social comenzaban a desarrollarse como métodos de gobierno. Eventos como la guerra de Vietnam y la Guerra Fría culminaron con una pérdida de confianza en ideologías previas. La búsqueda de la paz y la esperanza se transformaron en banderas de lucha para todos y condujeron a una época de hedonismo y relativismo impulsado por el comercio y el deseo de ser mejores. La Revolución de las Flores y el Movimiento Hippie constituyeron los grandes referentes de esta época de búsqueda de amor y rescate de relación naturaleza-hombre, pero luego, como todos los grandes cambios carentes de verdaderos ideólogos, degeneró en excesos motivados por la propia falta de mesura en los estilos de vida. El amor libre se transformó en el *swinging*, la experimentación se transformó en dietas a base de drogas, y la búsqueda de ideologías, en una simple conversación de bar (Sierra, 1987).

Esto enterró poco a poco los movimientos de los sesenta y setenta y abrió la senda para una época más cruda, en la que finalmente el amor por el

dinero y el crecimiento material tomó las riendas y preparó el camino para el surgimiento de un nuevo grupo de personas no conformes con el rumbo del mundo y, absolutamente, no participativos con los cambios que se estaban viviendo; esta postura se expresó través de una cultura popular extrema basada en la disconformidad, la rebeldía y el arte.

Entre las expresiones artísticas de esta cultura de tipo *underground*, llamada cultura del metal, estaba la música, elemento que recogería todo el descontento y la nueva manera de ver el mundo, impulsando la búsqueda de un nuevo sonido que fuera capaz de responder a esas expectativas de cambio y, a la vez, indicara claramente que no se estaba de acuerdo con ninguna solución de corte tradicional, pues dichas soluciones siempre que se han aplicado fallan por contener los mismos vicios que están presentes en casi cualquier creación humana (Sierra, 1987). Fue así como surgió la cultura del metal, que a través de su música y su influencia en el contexto social de los jóvenes, dio respuesta a todas estas inconformidades y contradicciones de la sociedad.

A lo largo del tiempo y de acuerdo con las nuevas necesidades de los metaleros, aparecieron diferentes ramas o géneros del metal, que van a influir en el comportamiento e identidad de los grupos, algunos de estos son: *heavy metal*, *thrash metal*, *funk metal*, *black metal*, *white metal*, *death metal*, *doom metal*, *speed metal*, *hardcore metal*, *grindcore metal*, entre otros.

La presente investigación no pretende hacer un análisis detallado acerca de cada uno de los géneros correspondientes al metal, sino, más bien, pretende encontrar el conocimiento común que tienen los miembros de esta cultura juvenil llamada cultura del metal acerca de todas esas características, ideologías, hábitos y otros aspectos correspondientes a esa cultura en la que viven inmersos, para ello se ha propuesto la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son las representaciones sociales hacia la cultura del metal de un grupo de metaleros con edades entre los dieciocho y treinta años, de Bogotá?

Objetivos

Objetivo general

Determinar las representaciones sociales hacia la cultura del metal de un grupo de metaleros con edades entre los dieciocho y treinta años de la ciudad de Bogotá.

Objetivos específicos

- Describir las representaciones sociales de los metaleros hacia sus propias creencias e ideologías.
- Explorar las representaciones sociales de los metaleros hacia la música metal.
- Identificar las representaciones sociales de los metaleros hacia su apariencia personal y vestido.
- Describir las representaciones sociales de los metaleros hacia los hábitos que los identifican.

Definición de variables

Representaciones sociales de los metaleros entendidas como “Una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de conocimiento social” (Jodelet, 1993). Ésta es una variable cualitativa medida en escala ordinal mediante un instrumento de asociación libre de palabras.

Método

Tipo de investigación

Ésta es una investigación empírico-analítica, del tipo estudio descriptivo, con un diseño transversal, ya que observa y analiza separadamente las características de un fenómeno, brindando una imagen amplia de éste (Hernández & Fernández, 1998).

Participantes

Se trabajará con una muestra no probabilística de sujetos tipo, ya que se seleccionarán personas

que reúnan ciertas características que van a ser estudiadas en la investigación. La muestra estará conformada por ochenta metaleros con edades entre los dieciocho y treinta años, de estratos 2, 3, 4 y 5, con un nivel educativo de mínimo básica secundaria y residentes en la ciudad de Bogotá.

Instrumentos

A fin de encontrar las representaciones sociales hacia los metaleros en la muestra seleccionada, se creó un instrumento de asociación libre, que consta de diecisiete palabras inductoras, a las cuales los participantes asociaron las tres primeras palabras que aparecieron en su mente de acuerdo con sus representaciones sociales hacia la cultura del metal. Por el carácter espontáneo y menos controlado y de acuerdo con la dimensión proyectiva de esta prueba, el método de asociación libre de palabras, permitió tener acceso mucho más rápido y fácil a los elementos que constituyen el universo semántico del objeto estudiado y de su representación.

Para la interpretación de los resultados de la prueba se tuvo en cuenta la frecuencia con la que aparecieron las palabras asociadas, así como el orden en el que fueron escritas. Con este análisis se determinaron los diferentes aspectos que constituyen la representación social hacia la cultura del metal en el grupo investigado.

Procedimiento

Para el desarrollo de la investigación se ejecutaron diferentes fases:

- Fase 1. A fin de establecer las categorías que servirían para la construcción de un instrumento de asociación libre de palabras fueron realizadas tres encuestas a diferentes sujetos. Una vez establecidas las categorías, se inició la construcción de la prueba de asociación libre de palabras. Teniendo en cuenta la dificultad para ubicar a la población en un mismo lugar y hora, se asistió a un concierto del grupo Slayer perteneciente al género de la música metal.
- Fase 2. Anterior a la aplicación de la prueba de asociación libre de palabras construida para la investigación, se les solicitó a los participantes firmar un consentimiento informado, en el cual se garantiza la confidencialidad de los resultados así como de su identidad y datos personales específicos. Posteriormente, se realizó la aplicación del instrumento construido a 111 metaleros, con edades entre los dieciocho y treinta años. Se aplicó antes del concierto de metal, realizado en el Palacio de los Deportes, de la ciudad de Bogotá.
- Fase 3. Se analizaron los resultados obtenidos mediante el paquete estadístico SPSS 12,0 para Windows, utilizando el análisis de conglomerados jerárquicos y se plantearon las conclusiones correspondientes a la investigación.

Resultados

Para el análisis de los datos obtenidos con el instrumento de asociación libre de palabras, aplicado a 111 metaleros de Bogotá, se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 12,0 para Windows. El análisis inició hallando las frecuencias de las primeras palabras escritas por cada sujeto independientemente del inductor al que pertenecían; se eligieron las palabras que tenían una frecuencia mayor a 8 y se procedió a aplicar el análisis de conglomerados jerárquicos, con el cual, a partir de una matriz de proximidades, se lograron establecer las distancias entre los elementos y, de esta manera, determinar las asociaciones entre las palabras inducidas de los sujetos, como se muestra en el dendograma (ver figura 1); esto facilitó encontrar el contenido de las representaciones sociales de los metaleros acerca de su propia cultura.

En el dendograma obtenido en el análisis de conglomerados jerárquicos se establecieron seis agrupaciones principales de palabras. Según la matriz de proximidades, se encontró la distancia entre las palabras de las agrupaciones; cuanto mayor sea la distancia, según la matriz de proximidades, menor será su asociación. Sólo se nombran aquellas que son las más relevantes en la asociación.

La primera agrupación se rotuló *diversión*. En ella, la distancia entre cerveza y farra fue de 0,000, al igual que entre mujer y mundo; entre diversión y alcohol fue de 2,398 y la distancia entre placer y mujer fue de 1,690 (ver tabla 1). En este mismo grupo, la mayor conexión se encontró entre las

palabras cerveza, farra, diversión y alcohol a una distancia de 5 puntos; y mujer, mundo y placer a una distancia de 4,2 puntos. La asociación de estos dos grupos de palabras se encontró a 18 puntos (ver figura 1).

Tabla 1. Matriz de proximidades (Diversión)

	Diversión	Placer	Cerveza	Mujer	Mundo	Alcohol	Farra
Diversión	0	3,777	2,217	3,425	3,425	2,398	2,010
Placer	3,777	0,000	4,796	1,690	1,690	4,226	4,583
Cerveza	2,217	4,796	0,000	4,472	4,472	1,990	0,000
Mujer	3,425	1,690	4,472	0,000	0,000	4,359	4,243
Mundo	3,425	1,690	4,472	0,000	0,000	4,359	4,243
Alcohol	2,398	4,226	1,990	4,359	4,359	0,000	1,799
Farra	2,010	4,583	0,000	4,243	4,243	1,799	0,000

La segunda agrupación se rotuló *metal*. Ésta es la principal asociación del dendograma, ya que encierra la representación de la música metal para los metaleros; según la matriz de proximidades, la distancia entre las palabras vida y pasión fue de 2,224; entre vida y mejor, de 3,317; entre poder y energía se encontró la mayor asociación con

una distancia de 1, 889; entre música y fuerza, de 2,234; y entre música y cultura de 2,659. La mayor conexión estuvo en poder y energía, al igual que música y fuerza a una distancia de 4,2 puntos, seguidas por las palabras vida, mejor y pasión; y música, fuerza y cultura a 6 puntos. La agrupación general se estableció con una conexión de 11 puntos (ver tabla 2).

Tabla 2. Matriz de proximidades (Metal)

	Cultura	Poder	Energía	Mejor	Vida	Música	Pasión	Fuerza
Cultura	0	4,482	3,922	5,676	4,192	2,659	4,000	3,433
Poder	4,482	0,000	1,889	5,438	4,347	3,593	3,673	2,764
Energía	3,922	1,889	0,000	5,024	3,678	3,075	2,922	2,420
Mejor	5,676	5,438	5,024	0,000	3,153	4,491	3,317	4,258
Vida	4,192	4,347	3,678	3,153	0,000	2,650	2,224	2,743
Música	2,659	3,593	3,075	4,491	2,650	0,000	3,146	2,234
Pasión	4,000	3,673	2,922	3,317	2,224	3,146	0,000	2,843
Fuerza	3,433	2,764	2,420	4,258	2,743	2,234	2,843	0,000

La tercera agrupación se rotuló *discriminación*. En ésta, las distancias de las palabras son: 1,390 entre ignorancia y racismo; 1,758 entre estupidez e intolerancia; y 2,958 entre estupidez y sociedad.

Las conexiones principales se establecieron entre las palabras estupidez, intolerancia y sociedad a una distancia de 5 puntos, y entre ignorancia, racismo, estupidez e intolerancia, a 6 puntos (ver tabla 3).

Tabla 3. Matriz de proximidades (Discriminación)

	Ignorancia	Sociedad	Creencia	Estupidez	Intolerancia	Nada	Racismo
Ignorancia	0	3,675	4,646	2,675	2,239	4,702	1,309
Sociedad	3,675	0,000	5,196	2,958	2,192	4,087	2,680
Estupidez	2,675	2,958	4,464	0,000	1,758	3,367	2,156
Intolerancia	2,239	2,192	4,464	1,758	0,000	3,916	1,799
Racismo	1,309	2,680	4,583	2,156	1,799	4,123	0,000

La cuarta agrupación se rotuló *relaciones interpersonales*, en esta se incluyen la representación hacia la mujer y la familia principalmente. Las distancias encontradas fueron las siguientes: amor y respeto tuvieron una distancia de 2,348;

entre amor y apoyo de 3,154; entre sexo y belleza hubo una distancia de 1,281 y entre sexo y ser de 2,182. Las conexiones establecidas fueron entre amor, respeto y apoyo, y entre sexo, belleza y ser de 6 puntos, y estos dos grupo, a su vez, se conectaron en 11 puntos (ver tabla 4).

Tabla 4. Matriz de proximidades (Relaciones interpersonales)

	Sexo	Amor	Respeto	Belleza	Apoyo	Ser
Sexo	0	4,974	3,873	1,281	6,000	3,496
Amor	4,974	0,000	2,348	3,435	3,154	3,417
Respeto	3,873	2,348	0,000	2,474	2,704	2,504
Belleza	1,281	3,435	2,474	0,000	4,243	2,182
Apoyo	6,000	3,154	2,704	4,243	0,000	3,606
Ser	3,496	3,417	2,504	2,182	3,606	0,000

La quinta agrupación corresponde a *identidad*. Las principales distancias establecidas fueron: 2,112 entre expresión y pensamiento; 3,142 entre inconformidad e identidad; 2,055 entre personal y gusto; 3,636 entre taches y bacano; 2,856 entre las palabras nada y no; 2,856 entre libertad y locura; y 3,206 entre libertad y rebeldía.

Las conexiones entre palabras fueron más fuertes entre expresión, pensamiento e inconformidad a 5 puntos de distancia; entre personal, gusto, taches y bacano a 7 puntos, al igual que nada, no, libertad, rebeldía y locura. Finalmente, se encontraron las palabras mechudos y muerte, las cuales se relacionaron al grupo general en 13 y 14 puntos, respectivamente (ver tabla 5).

Tabla 5. Matriz de proximidades (Identidad)

	Muerte	Mechudos	Libertad	Expresión	Identidad	Personal	Taches
Muerte	0	7,280	6,221	6,633	6,468	6,127	6,245
Mechudos	7,280	0,000	5,868	5,141	5,262	5,459	6,000
Libertad	6,221	5,868	0,000	3,842	4,098	4,603	5,209
Expresión	6,633	5,141	3,842	0,000	2,191	3,348	4,820
Identidad	6,468	5,262	4,098	2,191	0,000	2,655	4,820
Personal	6,127	5,459	4,603	3,348	2,655	0,000	3,534
Rebeldía	5,767	5,508	3,206	3,524	3,332	3,399	3,694
Taches	6,245	6,000	5,209	4,820	4,820	3,534	0,000
Gusto	5,842	5,916	4,075	3,792	3,401	2,055	3,428
Pensamiento	6,164	5,277	3,548	2,112	2,603	3,306	4,166
Nada	5,521	4,505	3,835	4,300	4,300	3,779	4,472
No	5,112	4,951	3,457	3,762	3,405	2,812	4,041
Bacana	5,032	5,745	4,267	4,260	4,213	3,738	3,636
Inconformismo	6,000	5,270	2,885	2,495	3,142	3,813	4,359
Locura	5,109	5,745	2,856	4,243	4,416	4,345	4,033

	Gusto	Pensamiento	Nada	No	Bacano	Inconformismo	Locura
Muerte	5,842	6,164	5,521	5,112	5,032	6,000	5,109
Mechudos	5,916	5,277	4,505	4,951	5,745	5,270	5,745
Libertad	4,075	3,548	3,835	3,457	4,267	2,885	2,856
Expresión	3,792	2,112	4,300	3,762	4,260	2,495	4,243
Identidad	3,401	2,603	4,300	3,405	4,213	3,142	4,416
Personal	2,055	3,306	3,779	2,812	3,738	3,813	4,345
Rebeldía	3,452	2,747	3,901	2,780	3,516	3,502	3,312
Taches	3,428	4,166	4,472	4,041	3,636	4,359	4,033
Gusto	0,000	3,416	3,784	3,126	3,004	3,842	3,735
Pensamiento	3,416	0,000	3,740	3,105	3,643	2,275	3,625
Nada	3,784	3,740	0,000	2,530	3,785	3,740	3,785
No	3,126	3,105	2,530	0,000	3,604	3,510	3,740
Bacana	3,004	3,643	3,785	3,604	0,000	3,742	2,944
Inconformismo	3,842	2,275	3,740	3,510	3,742	0,000	3,162
Locura	3,735	3,625	3,785	3,740	2,944	3,162	0,000

La agrupación final se denominó *ideología*, la matriz de proximidades mostró que la distancia entre oscuridad y oscuro fue de 1,601; entre mentira y falsedad de 0,745; entre creencia y religión la distancia encontrada fue de 2,050; entre ideolo-

gía y culto de 2,337 y finalmente entre Satán y religión fue de 3,548. Las distancias de conexión corresponden a 7 puntos para creencia, religión, ideología culto y satán y de 15 puntos para la agrupación total (ver tabla 6)

Tabla 6. Matriz de proximidades (Ideología)

	Oscuridad	Oscuro	Creencia	Religión	Mentira	Satán	Ideología	Culto	Falsedad
Oscuridad	0	1,601	5,847	5,772	5,946	4,014	4,898	3,553	5,916
Oscuro	1,601	0,000	4,523	4,468	4,574	2,669	4,195	3,270	4,438
Creencia	5,847	4,523	0,000	2,050	2,700	3,637	2,143	3,225	2,836
Religión	5,772	4,468	2,050	0,000	2,303	3,548	2,398	3,072	2,601
Mentira	5,946	4,574	2,700	2,303	0,000	3,672	2,919	3,491	0,745
Satán	4,014	2,669	3,637	3,548	3,672	0,000	3,353	2,869	3,536
Ideología	4,898	4,195	2,143	2,398	2,919	3,353	0,000	2,337	2,873
Culto	3,553	3,270	3,225	3,072	3,491	2,869	2,337	0,000	3,559
Falsedad	5,916	4,438	2,836	2,601	0,745	3,536	2,873	3,559	0,000

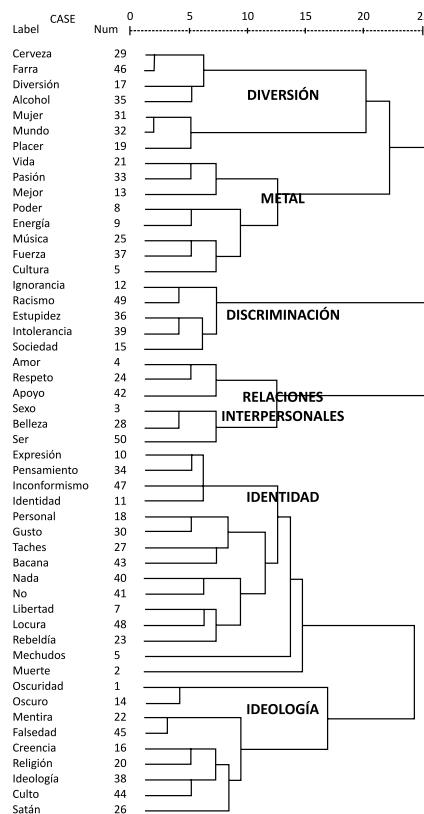


Figura 1. Dendrograma de asociación libre

Discusión

Esta investigación tuvo como objetivo general determinar las representaciones sociales hacia la cultura del metal de un grupo de metaleros con edades entre los dieciocho y treinta años de Bogotá. A fin de alcanzar este objetivo, se realizó una búsqueda de la teoría de las representaciones sociales, así como de las culturas juveniles emergentes a lo largo del tiempo; este sustento teórico permitió entender los diferentes conceptos pertinentes al problema de investigación y fue útil para el análisis de los resultados obtenidos.

Para la descripción de las representaciones sociales fue construido un instrumento de asociación libre de palabras en el que fueron incluidas cuatro categorías generales constituidas por diecisiete inductores, que pretendían recoger el conocimiento compartido de los 111 metaleros a quienes se les aplicó el instrumento.

Los resultados obtenidos fueron analizados mediante el paquete estadístico SPSS versión 12,0 para Windows; se encontró que estos resultados fueron acordes con el marco teórico desarrollado. Mediante el análisis de conglomerados jerárquicos se hizo posible la descripción de las representaciones sociales hacia la cultura del metal según los metaleros encuestados. En el dendograma resultante se establecieron seis agrupaciones principales que evidencian las representaciones sociales de los metaleros y que permiten cumplir con los objetivos específicos de la investigación, describiendo las representaciones sociales hacia la música, la apariencia, la identidad, las creencias y los hábitos de los metaleros.

La primera agrupación recoge las palabras: cerveza, farra, diversión, alcohol, mundo, mujer y placer; fue denominada *diversión*, ya que se evidencia una asociación entre los diversos elementos que hacen parte de la cotidianidad de los metaleros, referente a sus actividades de esparcimiento y utilización del tiempo libre. Al profundizar en las asociaciones intragrupo, se encontró que el factor predominante en las actividades de esparcimiento de los metaleros es el consumo de alcohol; de la misma manera, se encontró que existe

una representación de la mujer como objeto de placer; todas estas palabras pueden constituir el mundo que los metaleros ven y en el que actúan, es decir, estas palabras asociadas representan el diario vivir de esta cultura y su forma descomplejada de interacción.

El segundo grupo, identificado con el denominativo *metal*, está constituido por las palabras vida, pasión, mejor, poder, energía, música, fuerza, cultura. Las asociaciones presentadas demuestran que contrario a lo que frecuentemente está establecido, no existe una diferenciación concreta entre el género de metal que escuchan los sujetos, sino que sí es clara una representación general frente a la música metal; así, las representaciones sociales del metal están directamente relacionadas con la fuerza, energía y poder generado en los sujetos gracias a esta música; estas características hacen que los metaleros actúen de una forma diferente frente a la manera en la que asumen el mundo. A partir de las palabras vida, pasión, mejor y cultura se puede inferir que el metal es, como lo afirma Marín & Muñoz (2002), un conjunto de símbolos y significados comunes, compartidos en parte o en su totalidad por un grupo de personas, lo que hace que el metal se convierta en una cultura juvenil, con una influencia muy fuerte dentro de la individualidad de los sujetos.

La tercera agrupación se denominó *discriminación*. A esta pertenecen las palabras, ignorancia, racismo, estupidez, intolerancia y sociedad. La interpretación de este grupo se puede plantear desde dos puntos de vista; el primero de ellos demuestra un rechazo frente a la discriminación social presente en el mundo, en general, en esta percepción se incluyen palabras como estupidez, que explican la posición asumida por los metaleros frente a la categoría general, es decir, ellos otorgan una importancia a este fenómeno, y lo catalogan como estúpido; el origen del fenómeno se puede plantear desde la intolerancia, existente en la sociedad. La segunda visión, generada a partir del análisis de palabras, se relaciona con la percepción de la sociedad hacia los metaleros y su cultura; ésta se encuentra determinada por la ignorancia frente al conocimiento de ésta y los factores anteriormente nombrados.

Las palabras amor, respeto, apoyo, sexo, belleza y ser pertenecen al cuarto grupo de palabras, al cual se denominó *relaciones personales*. Este título resume la representación social hacia la interacción del metalero con las personas que lo rodean, principalmente la familia y la mujer. En relación con la familia, es posible asociar las palabras amor, respeto y apoyo; contrario a lo que se esperaba, no hubo una evidencia de conflictos o problemas predominantes en esta relación, por el contrario, la familia representa una base y un núcleo dentro del desarrollo personal de los metaleros. Por su parte, la representación social de la mujer se asocia a palabras como belleza, ser y sexo, cuya frecuencia fue una de las más altas; basados en esto, se afirma que si bien, puede representar un objeto de deseo, también toma una connotación más amplia que demuestra la existencia de un sentimiento de admiración y respeto hacia la figura femenina.

El quinto grupo, conformado por las palabras expresión, pensamiento, inconformismo, identidad, personal, gusto, taches, bacano, nada, no, libertad, locura, rebeldía, mechudos y muerte, es la asociación más extensa. Se decidió agrupar las palabras de esta manera, ya que al analizar las asociaciones encontradas, resultaron ser correspondientes al rótulo dado, *identidad*. Según lo anterior, y de acuerdo con el marco teórico desarrollado para la presente investigación, la identidad de los metaleros se encuentra determinada por diversos elementos que la construyen como una cultura particular dentro de la sociedad. El metal surge como un movimiento cultural e ideológico, que propone radicalmente un inconformismo frente a las reglas socialmente impuestas (Sierra, 1987), por lo cual, los metaleros asumen una postura que ha sido catalogada por ellos mismos como “rebelde”, ya que representa una negación de muchos paradigmas establecidos.

Así, se encuentra que las representaciones sociales frente a su identidad corresponden a una sed de libertad y una necesidad de expresión personal, que los involucre de una forma diferente dentro del sistema social al que intentan transformar. Esta expresión se manifiesta en su apariencia física y en su actitud ante el mundo.

La sexta y última agrupación corresponde a la *ideología* de los metaleros. Las palabras pertenecientes a esta agrupación son oscuridad, oscuro, falsedad, mentira, creencia, religión, ideología, culto y Satán. Como se explicó en la agrupación anterior, la cultura del metal asume un inconformismo frente al contexto social en el que se desenvuelven los metaleros. Una de las interpretaciones correspondientes a esta agrupación es precisamente la necesidad de rechazar las creencias religiosas que permean la realidad de la cultura occidental, más específicamente, el catolicismo, dentro del cual se puede incluir la idea de Dios, idea a la cual responden en su mayoría de manera negativa, utilizando adjetivos como falsedad y mentira.

A lo largo de la historia del metal se encuentra una manera de provocar una reacción dentro de la sociedad al contradecir los diferentes dogmas que exige esta religión, esto implica considerar a Satanás como el dios de los metaleros. Sin embargo, no es posible radicalizar esta postura a todos los miembros del grupo, ya que contrario a la idea general que se tiene de los metaleros, éstos, en su gran mayoría, se encuentran en desacuerdo con el satanismo como religión y creencia.

Finalmente, se puede afirmar que el objetivo de la investigación fue alcanzado, ya que a través del procesamiento de los datos se hizo posible una descripción del conocimiento general compartido por los metaleros. Sin embargo, es pertinente tener en cuenta que debido a que el 86% de la población estudiada pertenecía al género masculino, las representaciones sociales descritas en esta investigación están sesgadas por una percepción particular de género.

Asimismo, una dificultad que surgió en la realización de la investigación fue la ubicación de la muestra, ya que ésta posee características muy particulares propias del interés de investigación. A partir del análisis aquí descrito, surgen para los investigadores diferentes temas de profundización que pueden ayudar a entender de manera precisa la teoría de las representaciones sociales aplicada al conocimiento de la cultura del metal, sería pertinente estudiar las representaciones sociales

de las metaleras, con lo cual se podría establecer una comparación por género y determinar si realmente existe una representación común a hombres y mujeres.

La presente investigación evidencia la importancia de la psicología social en el estudio del comportamiento humano y su interacción con el mundo; ya que otorga la posibilidad de transformar la percepción social existente hacia una cultura juvenil como es la cultura del metal.

Referencias

- Abric, J. (1993). Central System, Peripheral System: Their Functions and Roles in the Dynamics of Social Representations. *Papers on Social Representations*, 2, 75-78.
- Abric, J. (1996). Specific Processes of Social Representations. *Papers on Social Representations*, 5, 77-80.
- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión*. Costa Rica: Andes.
- Banchs, M. (2000). Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. *Papers on Social Representations*, 9, 3.1-3.15
- Baró, M. (1997). *Acción e ideología. Psicología social desde Centroamérica*. San Salvador: U.C.A.
- Durkheim, E. (1924). Representaciones individuales y representaciones sociales. En: E. Durkheim. *Sociología y filosofía* (pp. 77-115). Argentina: Guillermo Kraft.
- Echebarría, A. (1997). *Psicología social sociocognitiva*. Bilbao: Desclée de Brower.
- Hernández, R. & Fernández, C. (1998). Definición del tipo de investigación. En R. Hernández. & C. Fernández. *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill.
- Jodelet, D. (1993). La representación social: fenómenos, conceptos y teoría. En S. Moscovici. *Psicología social II*. Barcelona: Paidós.
- Marín, M. & Muñoz, G. (2002). *Secretos de mutantes: música y creación en las culturas juveniles*. Bogota: Siglo del Hombre Editores.
- Montealegre, R. (2005). La actividad humana en la psicología histórico-cultural. *Avances en Psicología latinoamericana*, 23, 33-42.
- Montealegre, R. (1994). Vygostki y la concepción del lenguaje. En R. Montealegre. *Consideraciones sobre la psicología genética histórico-cultural*. Universidad Nacional de Colombia.
- Morales, F. (2001). *Psicología social*. Buenos Aires: Pearson Educación.
- Sierra, J. (1987). *Heavy Metal*. España: Edicomunicación.
- Turner, J. (1997). El campo de la psicología social. En: F. Morales. *Psicología social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Vygotski, L. (1989) *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Crítica.