



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**TRABAJO DE FIN DE GRADO PARA LA TITULACIÓN DE
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

(CONVOCATORIA DE JUNIO DE 2014)

Título:

**Los estereotipos de las tribus urbanas en las redes sociales:
Un estudio cualitativo sobre los heavies en Facebook.**

*The stereotypes of the urban tribes in the social networks: a
qualitative study about the heavies in Facebook*

Autor: Porras Escobar, José Manuel

Cotutores: Victoria Mas, Juan Salvador y Becerra Muñoz, Elena

MÁLAGA 2014

Resumen:

El presente trabajo trata de detectar el cambio producido en los estereotipos publicitarios vinculados a las tribus urbanas en relación con el trasvase de éstas de los medios convencionales (televisión, prensa, radio.....) al medio digital por excelencia (Internet). Al inicio de nuestra investigación afirmamos que las redes sociales reflejan un cambio de tendencia en la mentalidad social a la hora de mostrar a estas tribus, que se diluye la importancia de la identidad relacionada con estas tribus, y que en las redes cambian las tribus urbanas más representadas. Para nuestro trabajo de campo, nos centraremos en el estereotipo negativo del heavy y analizamos la red social por antonomasia, como es Facebook y a través de una metodología cualitativa tratamos de demostrar la revolución mediática frente a las teorías relativas al' inmovilismo de los medios"

Palabras clave:

Estereotipo publicitario, medio digital, Facebook, tribus urbanas, Internet, medios convencionales, identidad y heavies

Abstract:

The present work tries to detect the change in the advertising stereotypes associated with urban tribes in connection with the transfer of these conventional media (television, newspapers, radio) the digital medium of choice (Internet). At the beginning of our research we affirm that social networks reflect a change in trend in social attitudes at the time of these tribes show that the importance of identity related to these tribes is diluted, and that networks change more urban tribes represented. For our field work, we focused in the negative stereotype of the heavy and we analyze the social network par excellence, as is Facebook and through a qualitative methodology we try to prove the media revolution with the theories concerning the 'immobility of the media''

Keywords:

Advertising stereotype, digital media, Facebook, urban tribes, Internet and conventional media, identity and heavy

ÍNDICE

1. Introducción.....	4
2. Marco teórico.....	14
3. Desarrollo y método.....	46
2.1. Justificación del estudio.....	46
2.2. Muestra.....	50
2.3. Metodología.....	53
4. Resultados.....	63
5. Conclusiones.....	86
4.1. Conclusiones generales.....	86
4.2. Epílogo o Discusión.....	92
6. Referencias.....	93
7. Anexos.....	99

1. Introducción

La presente investigación se refiere al tema de los estereotipos de las tribus urbanas en las redes sociales. Concretamente para nuestro estudio hemos seleccionado a la tribu de los heavies por su estereotipo negativo marcado a través de los años, y hemos seleccionado Facebook como red social por ser la más popular en todo el mundo.

La característica principal de este estudio es la interacción directa con la tribu en cuestión, con el fin de que estos nos cuenten de primera mano cómo ellos han vivido la irrupción de las redes sociales y qué cambios han visto ellos debido a esta circunstancia.

Por otro lado, hay que decir que no hay estudios que aborden la temática que vamos a analizar. Tanto ni desde la perspectiva general (los estereotipos de las tribus urbanas en las redes sociales), ni desde la perspectiva en particular (el estereotipo del heavy en Facebook). Y es precisamente por ello por lo que la investigación que nos aproximamos a acometer cobra importancia de cara a una primera exploración del asunto. No obstante, hay que decir que hemos encontrado estudios interesantes que abordan de manera parcial el tema que nos disponemos analizar como son:

-Estudios sobre el uso e influencia de las redes sociales en adolescentes.

Dentro de estos estudios se pueden mencionar el estudio de García Jiménez, López de Ayala López y Catalina García (2013), titulado “Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles”, en el cual se establecen como conclusiones que: las redes sociales han desbancado al correo electrónico y a la mensajería instantánea como principales focos de acción, que Tuenti y Facebook son las redes sociales predominantes en los jóvenes y que sus actividades favoritas son: chatear, ver vídeos o fotos de amigos, enviar mensajes o actualizar su perfil, los usuarios que utilizan más la red son aquellos que utilizan la web de una forma más versátil y que las variables relativas al género, edad, tipo de enseñanza y clase social, poseen mucha importancia en el consumo de las redes sociales.

Otro estudio interesante es el de Gallo Orbe (2012), titulado "La influencia de facebook en las interacciones comunicativas de los adolescentes de 15-16 años del primer año de bachillerato". Este estudio está realizado en Colombia y establece las siguientes consideraciones: que las interacciones comunicativas en la red viven un simulacro de presencias donde el anonimato y la invisibilidad condicionan los encuentros comunicativos, que en las redes sociales las personas son creadores y productores de su propia información (y permite elegir qué se quiere visibilizar, por qué medio.....), que las redes sociales son el mejor medio que habla el lenguaje de los adolescentes y que mejor se adapta a este público, que la construcción de identidad en Facebook se establece a partir de la interacción con el medio y el comportamiento individual del sujeto, que la comunicación cara a cara no se reemplaza por completo y que Facebook convierte a los adolescentes como gobernadores del ciberespacio.

-Estudios reflexivos acerca de la identidad y la subjetividad en las redes sociales.

Aquí podemos destacar varios estudios como el de Aguilar Rodríguez y Said Hung (2012) el cual se titula "Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook" que versa acerca de la transformación que supone para la identidad y subjetividad las redes sociales

Otro de los estudios interesantes en este asunto, se encuentra dentro del libro "Ensayos sobre arte, comunicación y políticas culturales" concretamente en el apartado de "Nuevas tecnologías, educación artística y construcción de identidades juveniles" elaborado por Dimatteo, el cual trata sobre el cambio que ha supuesto en la sociabilidad de los jóvenes las redes sociales, y en el cual trata tres cuestiones principales: a) los cambios socioculturales y las transformaciones tecnológicas, económicas y políticas en relación con las nuevas tecnologías; b) los jóvenes, las culturas juveniles y los usos de las tecnologías; c) los cambios en los paradigmas estéticos contemporáneos y la estetización general de la existencia (Dimatteo, 2012:144-160)

Un estudio interesante es el de García Naranjo (2013) acerca de “La construcción de identidad en los jóvenes a través de las redes sociales virtuales”. En este sentido el autor concluye que Facebook sirve para la reafirmación del sujeto dado que poner un determinado contenido de forma periódica permite la construcción de sentido de sí mismo. Además, esta información tiene una intencionalidad en aquello que se quiere mostrar. Y finalmente establece que Facebook se constituye como una expresión estética en la que se entretienen historias de la vida diaria e inmediata.

Para concluir este apartado, hay que mencionar el estudio de “La construcción de la identidad del “joven” en internet: apuntes sobre el consumo cultural y mediático de los jóvenes” elaborado por Montiel Roig (2004). Este estudio muestra que el usuario de las redes sociales no sólo concibe a las redes sociales como parte de su vida, sino que va más allá prestándole más importancia porque él es quien decide todos los elementos de su identidad. Por otro lado, también muestra cómo la personalidad de los individuos se pone a disposición de los intereses comerciales de las empresas.

-Estudios sobre los estereotipos en la publicidad.

En este caso hay que destacar el estudio sobre los estereotipos que hace Mastrodómenico Brid (2013) en “Publicidad, prejuicios y estereotipos: ¿todo vale?”. En el que analiza los estereotipos referidos a la mujer y a colectivos afectados por estos estereotipos. Para ello, entrevistó a estudiantes de las carreras de marketing y de publicidad. Y concluye que los estudiantes de estas carreras han emitido respuestas más desfavorables que el resto, a determinadas características como pueden ser: la apariencia física, la oscuridad de la piel, los rasgos amerindios, la asimetría de la cara.... Y por tanto, posee un alto peligro de que éstos sigan perpetuando los estereotipos con la discriminación que esto conlleva

-Estudios sobre los estereotipos en las redes sociales

Aquí hay que destacar el estudio “Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales” de Tartajada, Araña y Martínez (2013), los cuales centran su estudio en un análisis tanto cuantitativo como cualitativo de las representaciones de los adolescentes en la red social fotolog. En cuanto a los resultados, establecen que el género femenino reproduce los estereotipos impuestos (basándose en los modelos de la erotización).

-Estudios sobre los estereotipos de la juventud en los medios convencionales

En esta línea destaca el estudio “La construcción social de la condición de juventud” de Margulis y Urresti. En el que se explica que a través de las características tanto endógenas como exógenas a las que está sometido el joven, éste se adapta a su entorno y evoluciona a través de los años a través de los cambios sociales.

Y el estudio “Jóvenes y medios de comunicación” publicado por la revista de estudios de juventud (2005). En este estudio se expone cómo los jóvenes consumen los diferentes medios de comunicación, la socialización que tienen con ellos y el reflejo de los jóvenes en los medios. Además de mencionar el cambio que ha supuesto para los jóvenes la entrada de la digitalización en los medios.

-Estudios sobre las tribus urbanas

El principal precursor de las tribus urbanas es Michael Maffesoli (1990), el cual en su libro el tiempo de las tribus, conceptualiza y determina los rasgos de las tribus urbanas en la posmodernidad.

Otros estudios también hacen una aproximación teórica a este campo concretamente vinculado a España como son: El estudio “Tribus urbanas: el ansia de la identidad juvenil” de Costa, Pérez y Tropea (1996). En el cual determinan algunas de las características más comunes de las tribus urbanas en la actualidad y el estudio de Juliao Vargas (2012) “Culturas juveniles y tribus urbanas: ¿Homogeneización o diferenciación?” En el cual se estudia las tribus urbanas desde una perspectiva de apropiación del espacio y de la construcción de identidades juveniles. Y en el que se concluye estableciendo: que las tribus urbanas son expresiones subterráneas al contexto social dominante, que la falta de conocimiento en el campo educativo repercute directamente a que la influencia de los medios en estas sea mayor y finalmente que la dualidad entre las identidades locales y globales influyen en la construcción de identidades territoriales sólidas.

Hay que decir que hay estudios de tribus urbanas en concreto, como pueden ser el estudio sobre rockeros “Las tribus urbanas de rockeros y revolucionarios: una forma de identidad y expresión cultural” de Platero Santos y Quintanilla Cerros (2010) el cual pretende hacer una comparativa en sus características e ideales acerca de su identidad como tribu. Otras de las tribus más representadas en los estudios es la de los raperos como se puede ver en el estudio “Construcción de subjetividad en jóvenes raperos y raperas: más allá de la experiencia mediática” de *Vélez Quintero (2011). En el que se manifiesta como los medios influyen en la construcción mediática de las subjetividades y de las identidades de estas personas.*

-Estudios de los estereotipos del heavy

Estos estudios nos serán de utilidad ya que durante nuestra investigación nos centraremos en el estereotipo del heavy. Como ya hemos dicho hemos elegido esta tribu dado que este tiene unos rasgos negativos muy marcados y que están presentes aún día en la sociedad española.

En este sentido, destacamos tres estudios. El primero de estos llevado a cabo por Pablo Folgueira Lombardero, se titula “la idea de heavy metal español”. En este estudio pese a que no toca los estereotipos propiamente, sí que ofrece una visión muy amplia del heavy metal y de sus distintas temáticas a través de un exhaustivo análisis. Por otro lado, debemos destacar el estudio que nos hace de guía para realizar nuestra investigación como es el de Roberto Carlos Magallón Martínez, titulado “Fábrica de Metalheads: El arquetipo de la representación del aficionado del heavy metal en España”, en este estudio se pretende profundizar sobre el estereotipo del heavy tanto desde una perspectiva interna (identidad) como desde una posición externa (desde los medios de comunicación), y es por tanto un estudio muy interesante para tomarlo como punto de partida con el fin de reflejar el cambio del estereotipo de los medios convencionales a las redes sociales.

El último estudio destacado en esta área se titula “El género musical black metal y su incidencia en el estado emocional de los estudiantes de décimo año de educación básica paralelos “a, b, c, d” del colegio de bachillerato”Victoria Vásconez Cuvi” de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi” de Núñez López. Este estudio es interesante ya que estudia la influencia en el comportamiento que tiene el black metal en niños y además intenta solucionar los problemas que ocasiona.

Una vez expuestos los estudios procederemos con el análisis de las causas de la problemática de nuestro estudio:

Una de ellas, es el hecho de que los medios de comunicación muestran estereotipos para conformar el imaginario de la sociedad. Ante esto surgen, ciertos colectivos que salen perjudicados.

Otra causa importante ha sido el hecho de la proliferación de las tribus urbanas desde los años 60 hasta la actualidad. Han surgido hibridaciones de tribus, tribus nuevas, etc.... Y todo ello ha conformado unas imágenes sociales que normalmente han ido indisolublemente ligadas a cada tribu, normalmente en tono despectivo.

Y finalmente, una causa o un detonante de nuestro estudio ha sido la irrupción de las redes sociales, y lo que ellas suponen: un mayor protagonismo del usuario, una mayor libertad para acceder a contenidos, una nueva manera de comunicar mucho más directa... entre otras.

Precisamente tras establecer estas causas, hemos realizado una reflexión como causa del enlace de estas causas que comporta el punto de inicio de nuestro estudio:

En primer lugar cabe decir que la publicidad tradicional, en aras de que los mensajes sean entendidos por todo el público, ha apelado a estereotipos (no sólo personas), moldes o visiones objetivadas de la realidad, compartidas por muchos. La publicidad, al no poder enviar un mensaje diferente a cada individuo a través de los medios masivos, busca un elemento unificador con el que se identifique la mayoría del público objetivo del producto promocionado.

Pero surgen ciertas dudas de estos estereotipos cuando se aplican a los medios digitales, ya que estos permiten generar estrategias de comunicación publicitaria en las cuales no se hace evidente un fin persuasivo directo, si no de identificación y conexión, y en el que es posible establecer conversaciones y diálogos con los perceptores (Mejía Giraldo, 2012:87-89)

Así pues, se puede pensar que los medios digitales por su personalización e interactividad diluyen la importancia de estos estereotipos al tener una pluralidad de fuentes a la que acudir. Y por tanto consideramos esto como nuestro primer interrogante para nuestra investigación

En segundo lugar, cabe la posibilidad de que las redes sociales sean un mero elemento continuador de los medios tradicionales como pueden ser la televisión, la prensa... Esto se puede ejemplificar ya que muchos de los contenidos que se emiten en la televisión o se publican en prensa son comentados o compartidos a través de twitter o facebook, con lo que las redes sociales tendrían un papel de continuador o de mantenimiento a la audiencia presente en estos medios.

Y en tercer lugar se plantea la posibilidad de que las redes sociales ayudan a la intensificación de los estereotipos, incrementando su fortaleza. Esto se manifiesta a través de la generación de comunidades cada vez más grandes y de carácter internacional que se reúnen en torno a unos mismos temas y un mismo ideario social. De forma que los estereotipos que se lanzan en los medios tradicionales no sólo se perpetúan, sino que incrementan su importancia por la posibilidad de compartirlo con personas que no podrías verlas en tu día a día, pero con tus mismos ideales y gustos. En este sentido, se renuncia a la pluralidad ya que se conformarían macro grupos cerrados con lo que la posibilidad de contraste de información se hace sólo en base a lo que piensas.

A modo de resumen, tras esta reflexión, se pueden establecer varios interrogantes que serán el punto de partida de nuestra investigación:

-¿Existe un cambio de estereotipo del que se proyecta en los medios convencionales al que se muestra en las redes sociales?

- En caso de que haya este cambio, ¿Cómo actúan las redes sociales, como elemento para incrementar estos estereotipos o por el contrario las redes sociales actúan como elemento para diluir estos estereotipos?

-Y finalmente, ¿Cómo es el estereotipo del heavy en las redes sociales? Es decir, ¿qué características lo conforman?

Una vez conformados los interrogantes se puede decir que desde el ámbito profesional, y desde mi titulación Publicidad y Relaciones Públicas, tiene un gran interés esta investigación ya que supondría que hay una “luz de esperanza” para eliminar los estereotipos negativos que a lo largo de su historia se han dedicado a difundir los medios informativos y la publicidad. Y por tanto, se puede decir que apporto mi “granito de arena” para mejorar la sociedad.

Como bases teóricas del estudio, hay que decir que se asientan en el marco de la teoría del imaginario social de Castoriadis y de la teoría sobre representaciones sociales de Moscovici, sin olvidar las teorías clásicas de la comunicación como pueden ser la de los estudios culturales de Hogart y Hall o la de cultivo de Gerbner

Por otro lado cabe constatar que se ha empleado el paradigma interpretativo o cualitativo para la investigación, ya que éste es el más adecuado de acuerdo a nuestras inquietudes dado que:

-El paradigma cualitativo busca conocer el significado de las acciones humanas con el fin de comprender un comportamiento

-Parte de la base de que los humanos somos diferentes y por tanto se buscan las explicaciones específicas

-Usa una metodología de corte cualitativo.

-El investigador intenta comprender los hechos

-Establece que la realidad es subjetiva y depende del sujeto.

En nuestro caso se pretende explicar, como ya hemos dicho, en primer lugar si hay un cambio de los estereotipos que proyectan los medios a los que muestran las redes sociales. En segundo lugar, si son positivos o negativos y finalmente esclarecer cuales son las características del heavy en las redes sociales. Todo ello pretendemos descubrir a partir de la experiencia y opinión de un grupo de diez heavies ya que consideramos que tienen un conocimiento de primera mano acerca de qué es lo que pasa en las redes sociales en torno al heavy.

Como ya sabemos, pese a que este paradigma no tiene un poder representativo, si que al ser nuestro estudio de carácter exploratorio puede tomarse como punto de partida para estudios posteriores cuantitativos, y así ampliar la representatividad del mismo.

Específicamente, hemos usado la técnica entrevistas en profundidad, ya que a través de ella podemos conocer:

-Las motivaciones o respuestas específicas de los entrevistados

-Las experiencias y sentimientos del entrevistado ante una determinada cuestión

-La reacción de los entrevistados ante las preguntas

Hay que destacar que estas entrevistas han sido tanto de carácter tanto presencial como virtual. Aunque lo ideal hubiera sido hacerlas todas de manera presencial, en nuestro caso sólo nos ha sido posible hacer la entrevista en profundidad a las personas que residían en Málaga, ya que por cuestiones de índole económica y de tiempo nos ha sido imposible hacérselas a personas residentes en otros países o provincias

Para fijar la muestra se ha tenido en cuenta a cinco personas que se autodefiniesen como heavies, con indiferencia de su sexo, con una edad superior a los 18 años e inferior a los 55 años y que utilicen el español como lengua materna. Además con el fin de ver un contraste de opiniones, hemos contactado con cinco administradores de páginas fan en Facebook vinculadas con el heavy metal

Respecto a las preguntas realizadas, han sido encuadradas en tres tipologías como son: preguntas personales acerca del heavy metal, preguntas sobre estereotipos de los medios convencionales de los heavies y preguntas sobre los estereotipos en las redes sociales.

Tras ello, se ha realizado un análisis de los resultados y con todo ello se han establecido una serie de conclusiones generales acerca de la investigación. Y posteriormente, en el epílogo, se ha contemplado si los interrogantes fijados como objetivos realmente se han manifestado y de qué manera

Finalmente, se puede decir que la estructura del trabajo que se mostrará a continuación es la siguiente:

-Marco teórico: se compone de una breve contextualización acerca de las tribus urbanas, de los estereotipos y del cambio de paradigma que ha significado las redes sociales y de un breve repaso acerca de las teorías en las que se enmarca este estudio

-Planteamiento y método: en este se recoge el planteamiento del estudio, la muestra seleccionada y la metodología que hemos usado

-Resultados: Tras exponer y haber realizado la entrevista que hemos mencionado, se analizará y computará toda la información extraída de ésta

-Conclusiones: Para finalizar el estudio se expondrá unas reflexiones de carácter general correspondiente a cada una de las categorías que mostraremos y un epílogo en el que se establecerá las conclusiones acerca de los interrogantes fijados

-Referencias

-Anexos: Los anexos en nuestro estudio son básicamente las entrevistas que hemos hecho a cada una de las personas

2. Marco teórico

En primer lugar en este marco teórico se establecerán nociones acerca de los tres elementos fundamentales para nuestro estudio como son: las nociones sobre estereotipo, las nociones sobre tribu urbana y las nociones acerca del cambio de paradigma que supone la web 2.0 (y con ello las redes sociales)

Para ello, a priori se hace necesario definir qué es realmente un estereotipo. En este sentido, las principales definiciones sobre estereotipo son las siguientes:

- En primer lugar se puede mostrar la definición originaria proviene de Walter Lippman : “Conjunto de ideas y actitudes que forman una imagen mental sobre algo o alguien”(Lipmann, 1922: 81)
- Otra definición recurrente es la que ofrece la Real Academia de la Lengua Española (2001) que define estereotipo como: “Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable”.
- Aunque estas definiciones parecen no acotar lo suficientemente el asunto. Con este fin se puede establecer como definición la que establecen los autores Baron y Byrne: “el conjunto de expectativas o creencias que se tienen acerca de una categoría de gente o, en otras palabras, sobre los atributos personales de un grupo de personas” (Baron y Byrne, 1998: 88)

Con el fin de aclarar el concepto constataremos los una serie de claves que establece Quinn para ello. Así pues, son las siguientes:

-Un estereotipo es una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple (causando distorsión en dicho proceso porque se hace más énfasis en algunos aspectos del grupo mientras que se ignoran otros)

-El estereotipo es un modo de categorizar el mundo real, de darle significado a un aspecto de ese mundo en vez de otro. El estereotipo nos permite organizar información sobre el mundo

-Algunos estereotipos pueden parecer obvios porque son conocidos por todos. Estos se convierten en un modo natural, de pensar, de hablar y de bromear acerca de grupos sociales reales como las mujeres, los aborígenes, etc...

-Los estereotipos "codifican" nuestras reacciones con la gente y nuestras ideas, sirven para construir y a la vez reformar un sistema de convenciones sociales que presentamos y utilizamos (Quinn 2003 citado por Aparici y Barbas, 2010: 41)

En definitiva se puede decir que los estereotipos son y tienen las siguientes singularidades:

-Representaciones, Imágenes, Ideas o Actitudes sobre un asunto de la realidad social

-Surgen para categorizar el mundo real

-Normalmente tienen carácter inmutable

-Son conocidos por la mayoría de las personas

-Codifican nuestras relaciones sociales

Así pues hay que distinguir estereotipo de prejuicio, ya que como Plous (2003) menciona un “prejuicio es una actitud tomada sin suficiente información y, sobre todo, resistente a información contraria. En el momento en que estos se vuelven generalizados acerca de los miembros de un grupo son estereotipos” (Plous, 2003 citado por Mastrodoménico Brid, 2013:52). Y como otra diferencia sustancial hay que decir que “los prejuicios casi siempre son evaluaciones negativas, pero hay un porcentaje de ellos que son positivos”. (Mastrodoménico Brid, 2013:52).

Una vez definido el concepto de estereotipo y diferenciado de lo qué es un prejuicio, puede que nos preguntemos pero ¿Por qué surgen? Para responder esta pregunta recurriremos a Lippman, el cual establece como causa que “el entorno real resulta en conjunto excesivamente grande, complejo y fugaz para que podamos conocerlo de forma directa y esto hace que las personas tengamos que reducir ese entorno a simples esquemas con los que poder manejarnos” (Lipmann, 1922: 87)

Además Lippman menciona que:

Carecemos del tiempo suficiente como para poder verificar todas las informaciones que recibimos, de ahí que nuestro conocimiento de la realidad sea muy limitado. Sin embargo, no podemos evitar opinar sobre hechos que hayan acontecido o acontezcan en espacios y tiempos muy distantes de nuestras propias experiencias, para ello no sólo creamos esquemas mentales sobre determinadas cuestiones, sino que también utilizamos los estereotipos como una forma de economizar el esfuerzo por conocer determinadas personas e incluso sociedades” (Lippman, 1922: 87)

Pero aparte de esta utilidad práctica, detrás de ellos hay unos intereses. Ya que como establece Mastrodoménico Brid “los estereotipos sirven para proteger los intereses de algunos grupos y no los de otros” (Mastrodoménico Brid, 2013:54). Es decir hay determinados grupos interesados en la creación y mantenimiento de determinadas representaciones de la realidad.

Antes de comenzar a mencionar los estereotipos más comunes, hay que decir que los estereotipos se ejercen contra una multitud de características de las personas como son las que menciona Mastrodoménico Brid:

La edad, el género, posesión de dinero y de bienes materiales, procedencia de alguna región o país, partido político, equipos deportivos, profesiones. Y también afecta a la apariencia física como son: las personas que tienen sobrepeso, las personas muy delgadas, las personas con poco pelo, las personas que tienen acné, las personas que tienen partes de su cabello muy grandes o muy pequeñas...(Mastrodoménico Brid, 2003:53)

También desde determinados colectivos como pueden ser que ciertos grupos sociales se promulgan determinados estereotipos. De manera que se etiqueta a todo el grupo con un determinado adjetivo (normalmente despectivo) sin conocer cómo son las personas que lo integran

Además hay que decir que el uso que se suelen hacer de estos estereotipos, como ya hemos dicho antes es en la mayoría de los casos de forma negativa, discriminando a la persona en cuestión por una determinada característica.

Una vez dicho esto, hay que destacar que esta negatividad o este tratamiento despectivo, tienen unos riesgos para la sociedad, los cuales se pueden establecer en dos dimensiones:

- La dimensión erróneo normal según Miller que tiene que ver con que se considere al estereotipo como una forma errónea o inferior de pensamiento por alguno de los siguientes motivos:
 1. Porque no coinciden con la realidad
 2. Porque obedecen a una motivación defensiva
 3. Por tener un carácter de sobre-generalización
 4. Porque son rígidos o están vinculados al etnocentrismo (sobreevaluación del grupo y rechazo u hostilidad hacia exogrupos) (Miller, 1982 citado por Suriá, 2010:2)

- La dimensión individual-social: que tiene que ver con que haya acuerdo o el consenso social en su definición, o que por el contrario se limite a sostener que son creencias que sostienen los individuos (Suriá, 2010:2).

Aunque a esto hay que añadir lo que apunta Mastrodoménico Brid:

El problema real de los prejuicios y estereotipos no consiste tanto en que las personas los tengan sino en que estos se reflejen en el trato que les dan a quienes entran en las categorías consideradas negativas; en este caso ya tendríamos que hablar de discriminación y segregación. Este comportamiento causa un enorme daño por cuanto implica la negación de oportunidades de empleo, la exclusión de vecindarios, la negación de oportunidades educativas, y suele significar menores salarios y beneficios, todo ello sin hablar de la negación de oportunidades de entablar relaciones de pareja con personas de otros grupos, etc... (Mastrodoménico, 2003: 54)

Es cierto que los estereotipos tienen riesgos para la sociedad pero hay que decir que en la actualidad están descendiendo, ya que como apuntan Martín y Parker:

Los prejuicios y estereotipos han disminuido ostensiblemente en los años más recientes como consecuencia de las grandes transformaciones que han tenido lugar en la sociedad, como el movimiento de los derechos civiles que incluyó grandes cambios en contra de la segregación, como es el caso de la integración de los centros de enseñanza, la acción afirmativa, además de otros cambios significativos como el éxito en los deportes y en muchas otras áreas de la vida en sociedad de las personas de diferentes grupos étnicos y culturales (Martín y Parker, 1995; citados por Baron & Byrne, 1998 y Mastrodoménico Brid, 2013:53)

Pero pese a que hayan disminuido los estereotipos en los últimos años, los medios de comunicación suelen mostrar de manera de una manera muy determinada al estereotipo de género tanto perteneciente al hombre como al de la mujer, aunque ha experimentado una evolución en ambos sentidos:

El estereotipo del hombre antiguamente se limitaba a ser padre trabajador, viril, semental, violento....En la actualidad, se ha producido una dulcificación del arquetipo masculino a través de una serie de características como: la dulcificación de sus rasgos físicos y psíquicos, una mayor preocupación por la indumentaria, una mayor dosis de privacidad y afectividad, una menor importancia del sexo, una mayor presencia en el universo publicitario y una fragmentación de su papel (Rey, 1999:62-67)

El estereotipo de la mujer desde el principio se ha relacionado con elementos como: noche, sombra, interioridad, naturaleza, tierra, calor, sentimiento, pasión, caos, vitalidad, receptividad, suavidad, reposo, conservación, defensa. Y por otro lado, en las culturas matriarcales: lo femenino siempre ha sido asociado al lado oscuro, misterioso de la vida. Además, habitualmente se le ha asociado características de la mujer relacionadas con la sumisión, con la realización de las tareas del hogar, la esclavitud hacia el hombre, y la escasez intelectual. En la actualidad con la incorporación de la mujer al mercado laboral y el reconocimiento de sus derechos, poco a poco se están deslegitimando todas esas características despectivas (Guil, 1999:98-99)

Desde la perspectiva de España, hay que decir que hay una región que especialmente ha sufrido estereotipos negativos como es Andalucía que está contemplada desde el exterior con varios estereotipos: la chacha alegre y despistada, un poco «ligera de cascos»; el dependiente chistoso y exagerado; el «señorito» recio pero hospitalario, dando más de lo que tiene para deslumbrar al invitado... (González, 1999: 102-106)

Pero también España retrata un estereotipo negativo de los inmigrantes fundamentalmente por parte de los medios, ya que la preocupación de los medios por la inmigración acontece en España en paralelo a un proceso de visualización, mediante el cual los inmigrantes pasan de una situación de invisibilidad a otra de visibilidad social problemática.

Además, generalmente se cree que hay más inmigrantes de los que realmente son, y desde los medios y los agentes sociales relacionados con el tema, no se realiza nunca ningún esfuerzo por desmentir e informar a la población sobre cuántos son.

Asimismo, la opinión general de la población es que se limite la entrada a inmigrantes procedentes de países menos desarrollados. Quizás porque son los que vienen en pateras o compiten por el trabajo, los recursos sociales, inciden en la delincuencia o son los que aumentarán su presencia en el futuro.

En España existe una predisposición favorable respecto a la integración de los inmigrantes pero se matiza cuando hablamos de árabes y de negros: la población considera que su integración será más problemática que la de latinoamericanos y europeos del este, ya que creen que la diferencia cultural (afinidad cultural, idioma, religión....) que existe en el primer caso es mayor

Por otro lado con respecto al tema de la delincuencia, la población española está dividida en lo que se refiere, a si la inmigración aumenta: los robos, peleas, o tráfico de drogas (Vázquez Aguado, 1999:56-60)

Y en lo que respecta a las tribus urbanas hay que destacar que han sido vistas siempre con connotaciones negativas desde sus inicios hasta en la actualidad, asociándose a la rebeldía, las drogas, la violencia y generalizándose en todos los sentidos.

Una vez establecida las primeras consideraciones de partida de cara a nuestro estudio, también es necesario hacer una incursión en el terreno de las tribus urbanas. Para ello primeramente definiremos que se considera qué es una tribu urbana y qué características presenta.

En este sentido, las tribus urbanas según Costa, Pérez y Tropea pueden definirse con los siguientes elementos:

- Tribu Urbana como conjunto de pautas específicas –subculturales- en las que el joven reafirma su imagen, este proceso involucra un nivel significativo de compromiso personal.

- La Tribu Urbana funciona como una micro-mitología, una pequeña gran historia, un micro-relato que contribuye en la construcción de identidad y que provee a los sujetos de un esquema comportamental que permite romper el anonimato.
- La Tribu Urbana supone un conjunto de juegos, rituales y códigos representacionales que un individuo corriente no conoce o no maneja. Estos patrones suponen la transgresión a las reglas socialmente instituidas.
- El proceso de tribalización supone toda una apropiación de símbolos y máscaras irreverentes que reafirman la pertenencia grupal.
- La mayoría de las Tribus Urbanas constituyen en sí mismas un virtual dispositivo discursivo de disidencia (la subcultura) y desestabilización del orden adulto, dominante o hegemónico.
- El look menos convencional lleva en sí mismo una actitud de resistencia a la sociedad, pudiendo incluso expresarse violenta o agresivamente.
- La relación de pertenencia es globalizante, abarcando a veces la existencia completa de todas las dimensiones de la vida de los sujetos. En este sentido, se juega un proceso de des-responsabilización personal de las acciones.
- Los Punks y los Skins son las Tribus paradigmáticas y que mejor reflejan las características anteriores, constituyendo además los dos ejes extremos donde oscilan el resto de las Tribus existentes.

- La música y el espectáculo deportivo constituyen los dos circuitos más potentes a través de los cuales las Tribus canalizan sus energías vitales, las válvulas de escape de mejor y mayor rendimiento emocional. Mecanismos de cohesión social, quiebre de la realidad cotidiana, instancia de comunión, la fiesta el baile, explosión corporal, estados alterados de conciencia. Los cantantes ocupan en la actualidad el lugar de los chamanes en las Tribus primitivas: se produce al igual que en la antigüedad la fusión y comunión cuerpo/espíritu por medio de estos rituales (Costa, Pérez y Tropea, 1997 citado por Molina, 2000:138)

Además estas tribus, comparten los siguientes valores o características según Maffesoli:

- Autoafirmación de la subjetividad en y con el grupo.
- Apropiación y defensa de la territorialidad, de la ciudad como espacio simbólico donde se construye identidad.
- Predominio de las experiencias estético/sensibles, lo sensorial (lo corporal, lo táctil, lo visual, la imagen, lo auditivo, etc.) (Maffesoli, 1990 citado por Zarzuri , 2000:80)

Asimismo, Maffesoli expone los rasgos básicos que tienen las tribus urbanas en la actualidad:

1. Comunidades Emocionales: lo determinante de este elemento se vincula al carácter predominantemente afectivo/emotivo que se fragua al interior de estas agrupaciones, remodulando –frenando- el imperio de la racionalidad formal - instrumental, productiva y calculabilista- que predomina en la intemperie de las grandes metrópolis contemporáneas.
2. Energía Subterránea: en este punto la inercia, la verticalidad y la uniformidad que caracteriza al continuum de la sociedad actual se ve resquebrajado por una multiplicidad de léxicos -prácticas sociales polisémicas y alternativas- cuyo contenido se expresa a través de una grupalidad experiencial o un vitalismo que sitúa su flujo más allá del eje individualismo/muchedumbre.

3. Sociabilidad Dispersa: bajo esta noción lo Social emerge como un discurso omnipresente y que se expresa a través de relaciones contractuales urbanas entre individuos -mayoritariamente adultos- que comparten los patrones culturales y sociales definidos por el saber hegemónico (discurso apolíneo). Mientras que soterrada e intersticialmente se abre paso un discurso discontinuo y fragmentario (discurso dionisiaco) –expresión de un saber parcial- que se opone a la lógica dominante, asumiendo estrategias de interacción diversificantes que fundan una nueva socialidad neotribal. Lo interesante en esta reflexión es que ambos discursos intentarán medir inevitablemente sus fuerzas en algún tiempo y espacio determinado.

5. Fisicidad de la Experiencia: el espacio físico –la urbe- se transforma aquí en un factor determinante en la conformación del entramado biográfico intersubjetivo. El espacio como artificio cultural que permite “formatear” (Maffesoli, 1990 citado por Zarzuri y Ganter , 1999:83)

Una vez aclarado el concepto y las características haremos un breve repaso histórico de las tribus urbanas desde su irrupción en España para ver la evolución y los cambios que han experimentado desde su aparición hasta la actualidad.

La aparición en España data de los años 70 que es donde se empiezan a crear diversos organismos para el fomento de la Juventud como Instituto de la Juventud y la transferencia a ayuntamientos y comunidades autónomas de las competencias en juventud. Paradójicamente, en plena efervescencia de la movida, desaparecen los estudios cualitativos y testimoniales que podrían dar cuenta de las culturas juveniles emergentes. Sólo al final del periodo aparecen algunos estudios que marcan un cambio de interés hacia el consumo cultural.

En los 80, la época del gobierno socialista en España se consolida en el poder una generación que había protagonizado la lucha antifranquista, y que ve con cierta suspicacia la presencia de jóvenes aparentemente apáticos y despolitizados, cuyas estéticas y formas de vida descalifica como un fenómeno puramente comercial y consumista.

Además surgen varios trabajos relacionados con la juventud y las tribus urbanas, como pueden ser por ejemplo: trabajos sobre las subculturas del hachís, delincuencia juvenil y las culturas emergentes, estudios sobre consumos culturales de los jóvenes, y otros relacionados con las movidas nocturnas sobre las tribus urbanas

A finales de los 80 se segmentan las subculturas juveniles, y paralelamente a ello transcurre el renacimiento de lo pijo, del estilo makinero (música electrónica y drogas), de los ultras del futbol y de los skinheads

En los 90 se produce la explosión de los skinheads y los okupas como consecuencia de nuevas formas de convivencia juvenil y alternativas contraculturales. Asimismo, también surgen estudios de varios tipos de estudios que se toman de tribus urbanas en general como: *skinheads*, *punks*, okupas y *heavies*. Y otros que se centran en los problemas que generaban las tribus urbanas como: la violencia urbana, la ocupación y el consumo de drogas sintéticas

A partir de los 2000, se generalizan las tribus urbanas a través de tres tendencias: un mayor protagonismo del movimiento antiglobalización y de sus repercusiones culturales, un movimiento fiestero y la difusión de internet abre espacio a la generación de culturas de habitación y comunidades virtuales que se expresan en estilos como *ciberpunks* y *hackers*), aunque el uso del espacio virtual afecta a todos los grupos.

En lo que se refiere a los estudios acerca de las tribus urbanas proliferan los siguientes: monografías de las tribus aplicando la crónica periodística, análisis militante o sociología, estudios sobre escena fiestera, reflexiones teóricas sobre el proceso de globalización, estudios sobre estilos alternativos y antiglobos, y sobre las culturas juveniles en la vida cotidiana de los jóvenes (Feixa, y Porzio, 2008: 4-6).

Concretamente y con el fin de centrarnos en la tribu que nos ocupa, hay que decir que la historia del heavy como tribu evoluciona de manera paralela e indisoluble al género heavy. Es por tanto que estableceremos en las siguientes líneas una breve incursión en la historia del heavy metal para ver qué cambios ha experimentado el género

El nacimiento del metal se dio a finales de los años sesenta en Inglaterra, ante una sociedad en búsqueda de libertad de pensamiento. En este sentido se puede decir que desde un origen la música metalera está compuesta, principalmente, por sonidos melódicos, potentes y distorsionados, así como escalas y composición de blues, rock psicodélico, rock, hard rock y música clásica. A todos estos géneros les acompañan letras temáticas y mensajes relacionados con crisis política, social, temas históricos o mitológicos, cuidado al planeta, festivales, mujeres... Así pues, las primeras bandas que se sumaron a esta corriente fueron Steppenwolf, Led Zeppelin, Deep Purple y Black Sabbath. Y junto a ellas a mitad de los setenta se suman bandas como AC/DC, Scorpions o Kiss.

Todo este género fue ganando un especial calado en los jóvenes de Inglaterra y Estados Unidos a finales de la década de los setenta.

En la década de los ochenta surge el New Wave of British Heavy Metal (nueva ola de heavy metal británico), y es aquí donde surgen bandas como Iron Maiden, Saxon, Motörhead y Def Leppard. El Metal aquí evolucionó en sonido y forma haciéndose más melódico y veloz, y por otro lado más comercial. En Estados Unidos de manera paralela aparecen bandas con un estilo más vendible, más fresco y suave como Mötley Crue, Van Hale, Quiet riot, Ratt, Wasp y Guns and Roses

A partir de los noventa pierde fuelle el éxito del metal y surgen agrupaciones que se derivan del grunge como Nirvana, Radiohead o Pearl Jam. Y paralelamente a ello, surgen subgéneros como: el power metal, el metal sinfónico, black metal, death metal, metal progresivo, trash metal..... con bandas como Metallica, Anthrax y Megadeth

En el nuevo milenio el metal pasó a ser uno de los géneros musicales más amplios de la escena “popular”, desde el heavy metal, el metal neoclásico, trash metal, death metal, metal cristiano, un metal, metal industrial o rap metal

Hay que destacar tras ver la historia del heavy, que en lo que respecta al estereotipo del heavy siempre ha recibido muchas críticas negativas y censura en su contenido, estilo de vida, vestimenta e ideología. Atribuyéndoles calificativos como violentos, incultos, mala influencia de la sociedad... (Magallón Martínez, 2013: 17-21)

Después de haber visto una aproximación de la historia tanto de las tribus urbanas en general como de las tribu que nos disponemos a analizar, podemos ver como en la actualidad entre las tribus más comunes destacan las siguientes: Canis, Heavies, Emos, Góticos, Raperos, Punkis, Pijos, Hippies, Hipsters, Skinheads, y Rockeros.

-Heavies. Tienen su origen en los años 70 como radicalización de la ideología hippie. En España surgen a finales de los 70. Normalmente suelen vivir en barrios periféricos y es una de las tribus urbanas numerosas. En lo que respecta a su atuendo, hay que decir que llevan vaqueros ceñidos, melena, cazadora de cuero con clavos, camisetas estampadas con ídolos musicales o símbolos de muerte. Como su propio nombre indica escuchan música perteneciente al estilo musical denominado como heavy metal. Su ideología se puede definir como antimilitarista y antiautoritaria sobre todo como resistencia e insumisión más que como actividad política. Escasamente tienen representación violenta.

-Punkis. Surgen en Inglaterra a finales de los setenta como oposición a la decadencia de la cultura rock y hippie. En España aparecen en los setenta con mucha difusión en cascos antiguos y barrios periféricos. La vestimenta y apariencia que suelen usar son: aspecto desaliñado, crestas, peinados llamativos, pendientes, cazadoras de cuero, camisetas superpuestas, clavos, broches, tatuajes y botas militares. La música que suelen escuchar es punk. Suelen tener una tendencia violenta precisamente por sus principios radicales. Y como apunte final, hay que decir que su estética ha influido en todas las subculturas sucesivas como por ejemplo la grunge.

-Rockeros. Esta tribu nace en los años 70 en Inglaterra. Su aparición en España tiene lugar en la mitad de los 70 sobre todo en los centros urbanos. Su atuendo y apariencia suele ser: patillas, un característico flequillo, cazadoras cortas y pantalones con hebillas. La música que escuchan son: Rock and Roll americano o inglés. Su ideología se asocia con el tradicionalismo, la rebeldía y el individualismo. Escasamente tienen ataques violentos.

-Góticos. Su tribu se relaciona con la temática siniestra y de la noche. Su origen data de Inglaterra a principios de los 80. La aparición en España tiene lugar poco después de los 80 de manera minoritaria. Su apariencia y vestido: usan prendas de color negro, tez pálida, y demás símbolos relacionados con la muerte. El género musical con el que más se vinculan es el rock tenebroso. Pertenecen a una ideología que tiene como características: pesimismo, individualismo, romántico y apolítico. En raras ocasiones se muestran violentos.

-Skinheads. El origen de esta tribu nace en Inglaterra. En España surge a principios de los ochenta cuya presencia es muy numerosa. En cuanto a la apariencia y vestidos son los siguientes: Cabeza rapada, Camiseta polo, Cazadora de aviación verde, tatuajes....La música que suelen escuchar es Ska, Soul...Su ideología se relaciona con la extrema derecha y el racismo. En este caso, si que realmente la violencia suele ser frecuente en estos grupos. En esta tribu hay muchas ramificaciones y se ha producido una expansión en los últimos años.

-Hipsters. Es una tribu urbana que nace en los 90's en España. Estos jóvenes normalmente tienen un carácter urbano de clase media y alta ("modernos"); con intereses alejados de las corrientes mayoritarias de la moda y la cultura, como son la música alternativa o el cine independiente. Se dice que son los únicos incapaces de reconocer que pertenecen a su tribu, y son caricaturizados por intentar llevar una vida bohemia e "intelectual" (gafas de pasta, ropa usada, cortes de pelo *mop-top*), actualizando sus conocimientos culturales continuamente; algo loable, si no fuera porque, al parecer, hacen un uso superficial e hipócrita de los ídolos de la contracultura (Luis Marín, Orecha Celestino, Pigazo Nogal y Sánchez Iglesias, 2008: 8-10)

-Raperos. La cultura del rap, se relaciona con el baile del breakdance y el Graffiti. El raperero suele seguir distintos géneros de la música *Hip Hop*, como el *Gangsta Rap*, *Hardcore Rap* *West Coast rap*, *Southern rap*, *Chicano rap*, *Crunk*, *Merengue hip hop*, *Miami Bass*, etc (San Martín Pascal y Rubio Gil, 2012:7)

-Pijos. Nacen en España después del franquismo. Normalmente los pijos suelen tener una posición elevada en la escala social, siguen la última moda, y tienen unos modales y una forma de hablar muy afectados. Los pijos suelen vivir en grandes ciudades y en barrios ricos. A veces se les vinculan con el franquismo y la religión católica como ideología. Esta tribu urbana no se relaciona con ningún tipo de música particularmente (Tinat, 2004:67-74)

-Emos. Son un grupo que tienen como principios: el dolor como vehículo y la tristeza como bandera, contraponiéndose diametralmente a los punks; mientras los emos sufren para sentirse vivos, los punks se lastiman para justificarse. El *look* emo se vuelve como en todas las tribus urbanas su uniforme social e identidad grupal: el pelo oscuro sobre los ojos en flecos asimétricos para dar aire de desvalido; pantalones de tubo sumamente ajustados preferentemente negros que dejan al descubierto ropa interior de colores y con dibujos infantiles al igual que sus camisetas de rayas que muestran personajes de los comics infantiles o de bandas de rock, complementado con tenis de colores, usados nunca nuevos, de tipo ska o de grandes suelas de goma y cinturones de estoperoles y grandes hebillas metálicas
(Belmonte Grey, 2010: 65)

-Los hippies. Suelen escuchar o interpretar rock psicodélico, progresivo, música folclórica. A esta tribu se le suele relacionar con el consumo de drogas: marihuana, hachís y alucinógenos. La estética y la apariencia de los hippies: cabello largo y al estilo afro (De la Fuente rocha, 2009:51)

-Los canis. Surgen a mediados de los 90 pero se desarrollan a partir del año 2000 en Sevilla. Son jóvenes de 15 a 30 años con un nivel cultural muy bajo y suelen vivir en la periferia de las ciudades. Su estética se corresponde con vestimenta deportiva acompañada de accesorios de oro y bisutería. Su estilo musical se corresponde con el reggaeton y la música electrónica. En ocasiones tienen comportamientos violentos.

Como hemos visto estos grupos comparten varios elementos como pueden ser: música, ropa, ideología y violencia

Aparte de lo dicho anteriormente con respecto a los estereotipos de las tribus urbanas hay que decir que concretamente desde la publicidad se pretende generar también un estereotipo generalizado para todas las tribus catalogándolos de delincuentes o violentos (no de forma explícita, sino comportamental) a través de sus pandillas, y raramente los catalogan de inconformistas a través de sus actos de manifestación (como pueden ser grafittis, símbolos...)

Y precisamente, estos estereotipos hacen que los jóvenes se muestren escépticos y críticos ante las manifestaciones publicitarias, dado que el joven no se siente identificado con la imagen tan simplificada que ofrecen de él los anuncios (Hernández Toribio y Vigarra Tauste, 2011: 41)

Tras estas dos nociones tanto de estereotipo como de tribu urbana, veremos a continuación el cambio que se ha generado de los medios convencionales al medio digital, fundamentalmente por causa de la evolución de internet, y lo que ello puede suponer en los estereotipos de las tribus urbanas. Esta evolución viene dada a raíz del cambio de la web 1.0 a la web 2.0 que en las siguientes líneas constataremos:

En este sentido, la web 1.0 surge en los albores de internet y posee como características, según Lozada, las siguientes:

- Pocos productores de contenidos.
- Muchos lectores de estos contenidos.
- Páginas estáticas.
- La actualización de los sitios no se realiza en forma periódica.
- Sitios direccionales y no colaborativos.
- Los usuarios son lectores consumidores.
- Interacción mínima reducida a formularios de contacto, inscripción boletines, etc (Lozada, 2010:10-11)

El cambio de la web 1.0 a 2.0 surge de una sesión de brainstorming realizada entre O'Reilly y MediaLive Internacional. Donde se observó que a partir de esa reunión la web era más importante que nunca ya que esta había producido nuevas aplicaciones y sitios web que había supuesto un cambio

Según Tim O'Really las características de la web 2.0:

- *La Web como plataforma.*

La web 2.0 se conforma como un sistema de sitios que tienen cierta distancia con el núcleo

- *Aprovechando la inteligencia colectiva*

La inteligencia colectiva está constituida por varios fenómenos:

-Los hipervínculos como estructura de la web gracias a otros usuarios que descubren el contenido y enlazan

-El blogging como elemento de publicación y participación de las personas

-La arquitectura de la participación donde las redes y el contacto se hace casi imprescindible.

-Los usuarios añaden valor. Los usuarios son los que generan importancia y sin ellos no se puede mantener el sistema

- *Los datos son el siguiente 'Intel Inside'*

Los datos el valor fundamental en la web 2.0 para interactuar

- El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del *software*

Los cambios fundamentales en el modelo de negocio de 2.0:

- Las operaciones deben convertirse en una competencia central de la compañía y su mantenimiento debe mantenerse diariamente
- Los usuarios deben ser tratados como co-desarrolladores
- *Modelos de Programación Ligeros*

Las aplicaciones sujetas a programación han de ser flexibles para que los individuos puedan modificar y generar una mejora. Y dentro de esta característica se pueden dividir en:

- Piense en sindicación, no en coordinación.
- Diseñar para ser '*hackeados*' y '*remezclados*'.
 - *El software no limitado a un solo dispositivo*

Cualquiera aplicación web se puede considerar *software* no limitado a un solo dispositivo

- *Experiencias Enriquecedoras Del Usuario*

La propia aplicación debe aportar una experiencia enriquecedora para el usuario en cuestión (O'Reilly, 2005: 3-25)

Asimismo, se puede decir que la Web 2.0 tiene cuatro pilares:

- Redes sociales.
- Contenidos.
- Organización social e inteligente de la información.
- Aplicaciones y servicios (Cobo y Pardo, 2007:163)

Como ya hemos dicho anteriormente, uno de los pilares de la web 2.0 son las redes sociales que es en cuestión uno de los elementos centrales en los que se focaliza nuestro estudio. Para empezar nuestro análisis primeramente definiremos qué son las redes sociales y que tipos hay, siguiendo la definición de Leiva Aguilera y la tipología que establece de las redes sociales.

Leiva Aguilera establece que las redes sociales son “formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos” (Leiva Aguilera, 2009: 16)

Además, según Leiva Aguilera se pueden tipificar en base a los siguientes criterios:

Por su público objetivo y temática

Redes sociales horizontales

Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Los ejemplos más representativos del sector son Facebook, Twitter, Orkut e Identi.ca.

Redes sociales verticales

Están concebidas sobre la base de un eje temático agregador. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización pueden clasificarse a su vez en:

-Redes sociales verticales profesionales: Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son Viadeo, Xing y Linked In.

-Redes sociales verticales de ocio: Su objetivo es congregar a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son Wipley, Minube Dogster, Last.FM y Moterus.

-Redes sociales verticales mixtas: Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles: Yuglo, Unience, PideCita, 11870.

Por el sujeto principal de la relación

Redes sociales humanas

Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Ejemplos: Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti.

Redes sociales de contenidos

Las relaciones se desarrolla uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Ejemplos: Scribd, Flickr, Bebo, Friendster.

Redes sociales de inertes

Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red. El ejemplo más llamativo es Respectance

Por su localización geográfica

Redes sociales sedentarias

Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. Ejemplo: Rejaw, Blogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk.

Redes sociales nómadas

A las características propias de las redes sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir. Los ejemplos más destacados son Latitud, Brighkite, Fire Eagle y Scout.

Por su plataforma

Red social MMORPG y metaversos

Normalmente construidos sobre una base técnica Cliente-Servidor (WOW, SecondLife, Lineage).

Red social web

Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de web. Algunos ejemplos representativos son MySpace, Friendfeed y Hi5 (Leiva Aguilera, 2009:16-21)

Cabe decir que como toda herramienta las redes sociales poseen una serie de ventajas e inconvenientes que necesitamos saber para utilizarlas que como señala Capdevilla Domínguez son los siguientes:

Ventajas:

- Están transformando las leyes de mercadotecnia
- Modifican las fórmulas de redacción y periodismo clásico permitiendo información de manera inmediata.
- Se puede conocer gente que comparte nuestros intereses, colaborar con ellos y compartir información
- Permite aprender y mejorar idiomas de forma gratuita.
- Opción de incrustar todo tipo de contenidos.
- La tecnología ha avanzado precisamente por redes sociales
- Han surgido grupos de cooperación y manifestaciones a nivel mundial.
- Las redes sociales son una plataforma idílica para el ocio. Posibilitan desarrollar aficiones y formar parte de diversas comunidades. Permiten acudir a eventos y participar en actos y conferencias.
- Interactividad. Permite una retroalimentación informativa casi instantánea.

Desventajas:

- Dispersión de la atención. Ralentización de las conversaciones por la característica *multitarea* de las redes sociales. Los usuarios pueden tener abierta la página en el navegador y estar haciendo más cosas a la vez o tener varias conversaciones simultáneas.
- Reducción de la productividad.
- Suplantación de la identidad.
- Expropiación de material colgado por la falta de seguridad o de privacidad de los usuarios.
- Individualismo. Posible tendencia al aislacionismo real frente a la sociabilidad en la red.
- Adicción a las redes sociales y búsqueda infinita de contactos.

- Laxitud del lenguaje. ¿Decadencia o evolución?
- Emergencia ante nuevos virus que afectarían en segundos a todo el planeta.
- Socialización también de grupos y personas con intenciones delictivas, chantajistas extorsionadoras o terroristas. Surgen nuevos delitos informáticos y nuevas formas de asociación” (Capdevila Domínguez, 2010: 65)

Además de cara a la interacción de los usuarios es necesario establecer para qué usan las personas las redes sociales. En este sentido los usos más comunes de estas redes sociales son según del Moral los siguientes:

- Mantenimiento de amistades: significa seguir en contacto con amigos, colegas o ex compañeros de trabajo, conocidos de verano, etc., quienes, de no ser por estos servicios, irían perdiendo relación como ha ocurrido desde tiempos inmemoriales previos al despunte de las redes sociales.
- Nueva creación de amistades: Si bien las redes mantienen el contacto entre personas que se conocen, cada una de las personas que participa, relaciona de una forma u otra, a su contactos con segundas o terceras personas, que pueden a su vez interactuar y conocerse. Así el amigo de un amigo, puede llegar a ser contacto y posteriormente amigo de un tercero. Esto converge en la teoría de “Seis grados de separación” de Frigyes Karinthy. El cual apuntaba que no requeriríamos contactar con más de seis personas para encontrar a alguien siguiendo sus redes de amigos y conocidos. Lo que equivale a afirmar que cualesquiera dos personas del planeta están vinculadas, sin saberlo y sólo habría que recurrir a seis “pasos intermedios” para establecer dicha relación.

- Entretenimiento: Aunque las redes sociales sirven para interactuar y acrecentar las relaciones, también hay un perfil de usuarios de éstas que las usa como portal de entretenimiento, sin más pretensiones. Exploran las actualizaciones del estado de algunos usuarios, se ponen al día sobre vidas ajenas, descubren los nuevos colegas de antiguos compañeros de clase, etc. Es el recurso de observar lo que acontece sin ser visto (voyerismo). Este Cotilleo 2.0, como podríamos llamarlo, supone una forma de relación específica de este tipo de comunicación. Pero no sólo estas posibilidades nos ofrece el mundo 2.0 sino que existen otras aplicaciones creadas por las propias redes sociales, que hacen que el usuario participe más activamente o pase más tiempo conectado fomentando la interacción, casi segura, con algún otro contacto. Un buen ejemplo de esto, es la famosa granja de Facebook. Una aplicación que compromete al usuario a la creación y cuidado de una “granja en línea” que requiere de una constante atención y control. Poniendo como ejemplo Facebook, hemos estudiado cuál es el uso mayoritario que sus usuarios dan a la red social.

- Gestión interna de organizaciones empresariales: sin duda, este uso está circunscrito a empresas dentro de cuya estructura se crean redes sociales privadas para agilizar trámites, comunicaciones, conferencias, informes o se crean otras redes simplemente para poder estar en contacto con profesionales del sector, tanto a nivel laboral como personal”. (Del Moral, 2005 citado por Capdevilla, 2010: 52-54)

Un punto importante a tener en cuenta es la identidad y la subjetividad en las redes sociales. Y es que la llegada de las redes sociales ha modificado la noción de identidad y subjetividad del individuo. Es decir, hace no mucho tiempo la intimidad se reducía a la escritura de un diario y las personas no tenían muchas más opciones de comunicarlo. Sin embargo, con la irrupción de las redes sociales ofrecen la capacidad de reformular la identidad y crear una subjetividad específica. Y por tanto se produce un cambio de una magnitud considerable en este sentido.

Aguilar Rodríguez y Said Hung completa los apuntes de la relación entre identidad y redes sociales con el siguiente cuadro:

Sujeto	
Dimensión no-virtual	Dimensión virtual
<ul style="list-style-type: none"> -Sujeto como resultado de sus experiencias, vivencias, mediaciones -No decide qué rasgos lo definen e identifican ante los otros -Es verificable -Para la interacción es necesario formar parte del mismo espacio social (Bourdieu1997) 	<ul style="list-style-type: none"> -Producto consciente de sí mismo -Posee control sobre los rasgos y elementos que lo definen e identifican ante los otros -Difícil, mas no imposible, de verificar -No requiere ser parte del mismo espacio social para la interacción.

(Aguilar Rodríguez y Said Hung, 2010: 198)

Tras haber establecido una serie de características de las redes sociales en general, nos adentraremos al análisis de la red social Facebook por ser la red social en la que se centra nuestro estudio, dado que es la red social más popular en todo el mundo.

Así pues, Facebook nace en 2004 de manos de Mark Zuckerberg, estudiante de la universidad de Harvard. La idea de Facebook era crear una comunidad donde la gente compartiera gustos y sentimientos, abierta a otros desarrolladores. En sus años de trayectoria ha experimentado numerosos cambios cada año, hasta llegar a ser en la actualidad una de las redes sociales más importantes en el mundo con más de 400 millones de usuarios activos, de los cuales un 50% lo utiliza a diario.

Según Capdevilla Domínguez, Facebook posee como características las siguientes:

-La transparencia. Este rasgo se manifiesta en Facebook a través de las múltiples fuentes de información que compiten entre ellas y porque se conoce mucho sobre el método de difusión de la información.

-Inmediatez informativa. Esto se debe a que cualquier usuario en Facebook puede transmitir cualquier contenido para compartir en el momento en que se publica.

-Gratuidad para difundir el contenido. Todo contenido (no comercial) es publicable en Facebook por coste cero.

-Interactividad. Facebook facilita la participación y la comunicación de las personas a través de Internet sin limitaciones geográficas o de tiempo (Capdevilla Domínguez, 2010: 54-59)

Estas características se pueden ver a través de las herramientas que ofrece Facebook al usuario para su experiencia personal:

· *Muro*: Permite dejar pequeñas frases (muchas veces se toma la entrada de la información o el título) junto al link del contenido. Se puede actualizar manualmente o mediante RSS y permite incluir una pequeña imagen sobre el tema que se escoge gracias a las aplicaciones de Facebook.

· *Fotos*: Permite compartir tus fotos con tus amigos y a la vez ver las de tus amigos o conocidos con el fin de intercambiar experiencias.

· *Videos*: Facebook permite a los usuarios subir vídeos directamente a la página, aunque también se pueden incluir desde Youtube (el medio debería antes subir ahí su vídeo) o desde cualquier plataforma de vídeo, ya sea propio o público.

· *Notas*: Hacen la función del Blog.

· *E-mail*: Facebook cuenta con la posibilidad de enviar correos masivos a los usuarios adscritos a una determinada página. Permite al medio remitir una newsletter con los temas más interesantes a la gente suscrita. Facebook deja discriminar por edades, sexos, lugares de residencia o preferencias lo que hace muy atractiva esta función ya que permite seleccionar muy bien a qué público quiere dirigirse

En lo que se refiere al perfil de usuario de Facebook hay que decir que es femenino en su mayoría (52% de las mujeres frente a un 48% de los hombres), cuya edad es perteneciente a la franja de entre 25-34 años y que está aproximadamente 47 minutos al día usando Facebook (dos veces al día).

Pese a que la franja de edad comprendida en el sector adolescente apenas suma un 9%. Es un segmento muy interesante de analizar, y precisamente con este fin se puede destacar el estudio de Gallo Orbe, el cual esclarece los hábitos de los adolescentes en Facebook:

-Uno de los usos principales por los cuales los adolescentes usan Facebook, es para enterarse de la vida de otras personas.

-Los adolescentes no tienen a sus padres entre sus contactos o lo tienen bloqueados. Pese a esto, algunos de estos adolescentes han ayudado a los padres a hacerse perfil en esta red social.

-Algunos adolescentes utilizan Facebook para contactar con parientes que viven alejados y para mantener el contacto con ellos.

-Algunos adolescentes han encontrado perfiles falsos, los cuales insinuaban a entrar en páginas pornográficas.

-Facebook ayuda a compartir gustos y sentimientos para las personas que se encuentran solas. Y a la vez sirven a las personas tímidas o que no poseen un gran atractivo físico a relacionarse (dado que son víctimas de discriminación)

-Los adolescentes afirman que para mantener una relación prefieren hacerlo en persona antes que a través de Facebook.

-Los adolescentes no usan Facebook para emitir ningún contenido político (es más, poseen un pasotismo considerable en esta materia)

-Algunas veces utilizan Facebook para vender artículos o para ayudar a alguien en ello (Gallo Orbe, 2012: 56-58)

En lo relativo a la identidad de los adolescentes en Facebook, ellos ven en esta red el vehículo a través del cual el adolescente toma las riendas. Dado que esta red social les permite una libertad al no estar sometidos al poder y la vigilancia de los padres. Es por tanto un espacio donde los adolescentes manifiestan: inquietudes, molestias, críticas, y sobre todo un dialogo donde sus opiniones son tenidas en cuenta.

Hay que destacar que la identidad se construye a través de sus experiencias. El sociólogo Eric Maigret afirma que la identidad: “remite a la noción de compartir, reconocerse, pertenecer a un grupo y diferenciarse de otro, tanto en el orden de las prácticas como en el de las ideas”. (Maigret, 2006 citado por Aguilar Rodríguez y Said Hunt, 2010). Por tanto, la participación en la red permite interaccionar con personas con intereses comunes sea donde sea que estén ubicados físicamente, la pertenencia al grupo virtual, se convierte en una parte importante en la formación de la identidad. La pertenencia a ese algo identitario proporciona sentido y cobijo a la vez, crea una práctica cómplice, un lenguaje común, un mundo propio desde el que se puede vivir (Aguilar Rodríguez y Said Hunt, 2010:199)

En segundo y último lugar, tras haber visto los tres puntos de conexión de nuestro estudio como son: la noción de estereotipo, la noción de tribu y el cambio de los medios a raíz de la irrupción del paradigma 2.0 y las redes sociales. Y por tanto, una vez establecida la contextualización de nuestro estudio se hace necesario fijar la base de nuestro estudio. Para ello es necesario constatar las teorías específicas en las que se enmarca nuestro estudio. En este sentido, como hemos dicho en la primera parte de este estudio, las teorías que nos servirán de referencia son: la teoría de los estudios culturales, la teoría de cultivo y dos teorías más específicas para nuestra investigación como son la teoría de las representaciones sociales y la teoría del imaginario social. De las que a continuación se explicará de manera breve en qué consiste cada una de ellas:

-La teoría de los estudios culturales

La teoría de los estudios culturales nace de manos de Hogart en 1964 en una conferencia, en esta Hogart pide utilizar unos elementos de crítica textual y literaria de las obras clásicas. En este sentido sus primeros trabajos se centran en las experiencias vividas de una forma original y de auto-etnografía. Pero sin lugar a dudas el gran precursor de los estudios culturales es Stuart Hall, el cual es influido por el marxismo y el posmodernismo en sus trabajos etnográficos de las clases populares. En varios estudios circunscritos a esta teoría se preocupa por las relaciones entre generaciones, las formas de identidad y las subculturas específicas que ponen en práctica los jóvenes del sector popular (Mattelart y Neveu, 2003: 47-52)

Los fundamentos de esta teoría presta una especial importancia a los momentos de codificación y descodificación ya que son dos momentos clave en la comunicación para la transmisión del mensaje.

Otro punto importante a considerar es que la audiencia es a la vez origen y receptor del mensaje televisivo ya que los mensajes se elaboran para satisfacer las necesidades del receptor y así tener una efectivización en el mensaje

Además Hall considera oportuna la diferenciación entre el lenguaje connotado y el denotativo. De esta manera cree que a través del lenguaje connotado se transmiten el poder y la ideología dominante en los discursos de los medios desde el mundo político, social y cultural (Hall, 1973/2004)

Decimos que es una teoría importante para nuestro estudio dado que se centra en el receptor: en cómo piensa y actúa en función de su cultura y necesidades. Y cómo todo ello afecta al proceso de comunicación por incorporar estas variables en su emisión.

-La teoría de cultivo

Gerbner, en esta teoría analiza la influencia de la televisión en la realidad social de las personas. Así, Gerbner considera a la televisión como uno de los principales agentes de socialización dado el elevado número de horas que se pasa de media expuesto a ella. En este sentido cree que sus efectos no se pueden tildar de simplemente “efectos” sino que es parte de un proceso a través del cual se generan concepciones de la realidad social comunes, y a esto le llama proceso de aculturación. Pero hay que decir que el proceso de aculturación no nace únicamente de los medios sino que también se aplican en los estratos políticos, sociales y económicos.

Según Gerbner la televisión no explota únicamente imágenes, sino que la televisión es un medio de apoyo y de ideología para difundir al público.

El efecto de aculturación se produce cuando los espectadores no perciben las diferencias entre la realidad mediática y el mundo real. En este sentido los medios difunden unas imágenes donde se resaltan unos aspectos determinados. Y sólo si se tiene la experiencia directa con el asunto, se es capaz de juzgarlo de una manera total.

Otro de los conceptos que apunta Gerbner es lo que él denomina como mainstream, el cual es un proceso destinado a la absorción total y la asunción de las imágenes, y las premisas establecidas en los medios por parte de los espectadores más voraces.

Esta teoría, como vemos se centra en los efectos televisivos sobre las personas, no obstante es extrapolable para nuestro estudio ya que trata de la influencia de las imágenes de los medios y cómo esta distorsiona la realidad (Gerbner, 1980 citado por Bryant y Zillmann, 1996:86-90)

En lo que respecta a otras teorías más específicas para nuestro estudio podemos contemplar las siguientes:

-Teoría sobre las representaciones sociales

Según Moscovici “la representación social es una modalidad particular de conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre individuos”. Moscovici aboga por una representación que “organiza” conocimientos adquiridos con los cuales el individuo crea sus realidades sociales, “se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de imaginación” (Moscovici, 1979 citado por Magallón Martínez, 2013: 38)

El lenguaje es el elemento que nos permite integrarnos y ser parte de unos determinados grupos sociales e intercambiar significados, en este sentido Mora se refiere al lenguaje que “tiene como objetivo comunicar, estar al día y sentirse dentro del ambiente social, y que se origina en el intercambio de comunicaciones del grupo social... al tener la representación social dos caras -la figurativa y la simbólica- es posible atribuir a toda figura un sentido y a todo sentido una figura (Martin Mora, 2003 citado por Magallón Martínez, 2013:38)

Consideramos esta teoría de importancia ya que toma como fundamento las representaciones tanto propias del individuo como de la sociedad con lo cual confluyen las dos perspectivas, y ello hace que sea relevante a la hora de conformar el imaginario social por los estereotipos que normalmente se incluyen en éste.

-Teoría del imaginario social

Primeramente Castoriadis, establece que el concepto de identidad se ciñe en torno a un grupo de personas con un conjunto dominante distinto de comportamientos y creencias que con las diferencias de la cultura dominante de la que, a su vez, forman parte de una subcultura que llegar a ser una contracultura, es necesario referirse o recurrir al imaginario social y por su parte, su categorización de pensamientos hacia éstos.

Además Castoriadis, cree que la imaginación y el imaginario juegan un papel clave en la interpretación y adaptación al medio ambiente de los individuos. En este sentido Castoriadis, establece que la imaginación construye sus percepciones internas y externas del mundo que le rodea, concretamente define imaginación como: “La capacidad de hacer existir lo que no está en el mundo meramente físico y, por sobre todo, de representarse, y de manera propia cada cual, de presentar para sí, eso que rodea y le importa al ser viviente, y sin duda también su propio ser” (Castoriadis, 2008 citado por Magallón Martínez, 2013: 37)

Por otro lado y según Castoriadis, en el desarrollo social el hombre termina adoptando creencias ideológicas y modos de vivir que lo distinguen de los demás, perteneciendo a grupos sociales específicos dentro de la sociedad misma (subculturas de la cultura general), construyendo así su identidad, un mundo propio subjetivo en dos niveles: el interno y el externo. Todo este desarrollo, se conforma a través de un proceso psicológico de construcción de la realidad por parte de éste, su imaginación por el mundo que lo rodea y los grupos a los cuales no pertenece

Para finalizar se puede decir que el individuo basa sus imaginarios en lo que ve, escucha y entiende dentro de la comunicación pública, esta parte de una cultura general de la que el individuo forma parte para conseguir decidir qué pensamientos o ideologías coinciden de mejor manera con su manera de ser.

En nuestro estudio posee una gran importancia ya que parte de esos imaginarios y representaciones que son compartidos en toda la sociedad, y por tanto se nos hace imprescindible a la hora de plantear la investigación.

3. Desarrollo y método

3.1. Justificación del estudio

El estudio posee como objetivos los siguientes:

-Determinar si hay un cambio del estereotipo negativo que muestran los medios convencionales a los que exponen las redes sociales.

-Vislumbrar si el cambio es positivo o negativo, entendiéndose como positivo que no promueven los estereotipos negativos que proyectan los medios de manera (quedando diluidos los mismos). Y paralelamente a ello determinar la causa de este cambio

-Constatar las características del estereotipo del heavy en Facebook. Con el fin de detallar y concretar como es el nuevo estereotipo se tomará una serie de patrones pertinentes para acotar el estereotipo en la red social que nos disponemos a analizar

Finalmente se establecerá en las conclusiones si estos objetivos se cumplen o si por el contrario sería necesario replantear el estudio.

Concretamente nuestro estudio se centrará en el estereotipo negativo del heavy ya que creemos que a lo largo de la historia ha sido constantemente atribuido con distintas características negativas como pueden ser: vago, vicioso, drogadicto, violento.... Y a pesar de que hoy día su arraigo en la sociedad se haya diluido, hay una potente impronta en el imaginario social de cómo se comporta el heavy con la sociedad. Y además es un comportamiento que los medios en su mayoría lo reflejan como negativo aún hoy día.

Además de ello, hemos tomado como punto de partida a nuestro estudio acerca de los estereotipos negativos referidos a los heavies en Facebook, el estudio de Roberto Carlos Magallón Martínez de la Universidad Autónoma de Barcelona, el cual se titula: "Fabrica de Metalheads: arquetipo de la representación del aficionado del heavy metal en España". He elegido este estudio por poseer como objetivo la construcción del arquetipo del heavy tanto internamente, como desde los propios medios o la sociedad. Y es por tanto que hay una correspondencia muy alta como para tenerlo en cuenta y partir de la profundización de este estereotipo para trasladarlo a las redes sociales.

En este sentido, en las siguientes líneas desarrollaremos de manera breve en que consistió su estudio, y cuál es la situación de partida que nos encontramos para realizar nuestro estudio.

En lo que respecta a los objetivos específicos que se plantearon en dicha investigación se puede decir que son los siguientes:

- Conocer cómo se sustenta el arquetipo del metalero
- Conocer cómo se ve éste a si mismo
- Conocer cómo cree que lo ven y representan los medios especializados
- Analizar la importancia que juegan los medios masivos y las nuevas tecnologías en la formación y desarrollo del arquetipo del heavy
- Identificar los tipos de metaleros más comunes existentes y describir sus diferencias

Para desarrollar este estudio usaron una metodología cualitativa con el fin de profundizar acerca del estereotipo en cuestión, concretamente a través de cinco entrevistas a personas aficionadas al heavy metal y seis entrevistas a personas profesionales como son periodistas y expertos en el tema.

En lo que concierne a las preguntas realizadas fueron las siguientes:

1. ¿Qué es para usted el heavy metal? ¿Qué es ser heavy?
2. ¿Qué representa el heavy metal para usted? ¿Y para la sociedad?
3. ¿Cómo cree que la sociedad ajena a éste “mundo” ve, representa, al heavy metal?
4. ¿Qué opina de noticieros o películas como “Isi Disi” que muestran al heavy como un individuo violento, poco culto o vicioso? ¿Son para usted acertadas estas características? ¿A qué crees que se deba éste estereotipo?
5. ¿Qué tipo de heavies conoce y cuál es su favorito?

6. ¿Cómo se relaciona con el mundo heavy? ¿Existen donde se reúnen; lugares o zonas de la ciudad? ¿Cuáles son esos lugares de encuentro habitual?
7. ¿Dónde se entera de la información de conciertos y bandas? ¿Qué importancia juega internet en éstas relaciones y acciones?
8. ¿Cómo son las relaciones con su familia, amigos y personas no aficionadas a este tipo de música?
9. ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿El heavy metal en España?
10. ¿Qué opina de las coberturas mediáticas del género?

Para el profesional: periodistas y músicos:

¿Cómo es el negocio del heavy metal actual en España? ¿Se puede vivir de esto?

¿Cómo es la relación con los grandes medios de comunicación nacionales (entendiéndose como tales a TVE, RTVE, Antena 3, entre otros)?

Para el académico:

¿Los heavies son una tribu urbana o una subcultura?

En lo que respecta a los resultados de este estudio hay que decir que se establecieron una serie de consideraciones a tener en cuenta para desempeñar nuestro estudio como son las siguientes:

-Al heavy no le influyen tanto como podría pensarse los medios especializados o masivos

-Los músicos de heavy son los que marcan la tendencia de cómo vestir, pensar...

-Al heavy le gusta este tipo de música pero no comulga la mayoría de las veces con la estética

-Los medios de comunicación actúan como filtro para que la música llegase de otros países

-Imagen negativa de los medios de comunicación por pertenecer a una sociedad no metalera

-No se debe encasillar al metalero ya que dentro del heavy hay muchos géneros

-El metalero no es más que un individuo común y corriente, ni más vicioso, ni más violento, es el gusto por una música en concreto

-Al heavy no le importa realmente cómo lo ven a él como individuo metalero cualquier otra tribu urbana

-Los medios no juegan directamente un papel importante en la formación del arquetipo mediante sus representaciones más si lo hacen mediante la presentación y elección de las bandas que terminan formando los arquetipos de esta tribu urbana

A partir del estudio mencionado, y pese a que establece la importancia que tienen las nuevas tecnologías en el forjamiento del arquetipo del heavy, vemos como este tema se trata de manera muy superficial, y desde nuestra perspectiva creemos que posee una gran importancia en lo que respecta a la ruptura de los estereotipos negativos convencionales que se asocian a las tribus urbanas en general y a los heavies en particular.

Creemos que Internet ha supuesto un cambio, especialmente las redes sociales, a la hora de relacionarnos con el mundo y a la hora de pensar. Como hemos presenciado en los últimos años el cambio del paradigma 1.0 al 2.0, en el que la interacción y la conversación se presentan como elementos fundamentales, ha supuesto un cambio en casi todos los aspectos de la vida cotidiana del ser humano, de empresas e instituciones ya que éstas se ven obligadas a responder a las demandas informativas de cualquier ciudadano e interactuar con ellos.

Es por tanto que este cambio puede suponer, como ya establecemos en los interrogantes y objetivos, que las redes sociales contribuyan a desestabilizar o diluir la importancia que hasta ahora han tenido los estereotipos de las tribus urbanas (especialmente negativos) debido al contacto directo que se establece en las redes sociales con personas de todo el mundo.

Es por todo ello, por lo que es necesario profundizar acerca de este cambio de los medios convencionales a los medios sociales, y así ver si estos pueden llegar a influir para que estos estereotipos de las tribus urbanas vayan diluyéndose.

3.2. Muestra

Para realizar nuestro estudio utilizaremos un muestreo no probabilístico ya que al ser un estudio cualitativo vemos que este tipo de muestreo es el más adecuado de acuerdo a nuestros objetivos de investigación.

Para realizar nuestro estudio hemos elegido como población a personas que se autoconsideren heavies y que hablen en español.

Concretamente nuestra muestra se enmarca en personas con una edad de 18-55 años ya que el heavy es un género que no se circunscribe únicamente a una franja de edad concreta, sino que es aplicable en prácticamente todas las etapas de la vida de una persona.

En lo que respecta al sexo de la muestra hay que decir que será tanto masculino como femenino, aunque el género femenino estará poco representado ya que sólo una chica ha accedido a hacer la entrevista. Nos hubiera gustado que hubiese una mayor representación femenina pero no hemos podido contar con ellas.

En lo que respecta a los lugares de procedencia de las personas a entrevistar hay que decir que abarca a España, México y Colombia. El hecho de que sean de diferentes lugares es algo positivo ya que permite dar una visión diferente de nuestro estudio y poder contrastar las distintas opiniones.

Concretamente con el fin de asignar una muestra específica, hemos tomado como referencia el estudio de la Universidad Autónoma de Barcelona, el cual estableció como muestra a cinco heavies y seis profesionales y expertos del periodismo musical concretamente de heavies. En nuestro caso serán cinco administradores de páginas fan en Facebook y cinco aficionados del heavy metal.

Siguiendo esta dinámica hemos elegido a dos grupos de personas para nuestro cometido:

-Un primer grupo de cinco aficionados al heavy metal que se considerasen heavies. Hay que decir que este primer grupo eran todos españoles nacidos en Málaga y en cuanto a sus características hay que constatar que se corresponden con las que hemos dicho con anterioridad: todos ellos tienen entre 20 y 30 años de edad y son hombres.

En este sentido hemos elegido como heavies a las siguientes personas que nombramos a continuación:

- Daniel Salas Gamero. 22 años. Aficionado del heavy desde los 13 años y guitarrista de este tipo de género
- Antonio Jesús Estrada. 22 años. Aficionado al heavy desde los 10 años. Bajista de un grupo de música del género heavy
- Federico Escudero Clares. 20 años. Aficionado y Apasionado del heavy metal desde hace muchos años
- Lucas Wassaul Barragán. 25 años. Aficionado del heavy desde muy temprana edad
- Juan Ríos. 25 años. Aficionado del heavy y el rock tanto en español como en inglés.

-Un segundo grupo de administradores de páginas fan en facebook relacionadas con el heavy. Estas personas residen en lugares diferentes como pueden ser Colombia, México y en distintas provincias de España. Todos ellos tienen una edad variable de entre 20 a 55 años y son hombres (exceptuando a una administradora)

Para ello hemos elegido las siguientes páginas fan con sus administradores:

- Guillermo Solano es el administrador de la página “Rock & Heavy Metal en Español”. Esta página ha sido creada, según su descripción, con el fin de dar a conocer bandas de Metal en español. Esta página posee 59652 personas a las cuales les gusta esta página. Hemos elegido esta página ya que es una de las más importantes en España de heavy metal en lo que respecta al número de seguidores
- Vanesa Sempere Tari es la administradora de la página “Amantes del heavy metal”. Esta página está dedicada según su descripción ” a todos los que llevan el metal en el corazón, y se encarga de difundir las bandas que hay en el subsuelo metálico y hardrockero, pero sin olvidar a los grandes”. Esta página posee 4064 personas a las cuales les gusta esta página. Hemos elegido esta página ya que es una página bastante importante en España a la hora no sólo de conocer canciones nuevas de los grupos que por antonomasia conforman el metal, sino también de los pequeños grupos que se intentan abrir paso en este sector.
- Francisco Javier López Delgado es el administrador de la página “Heavy Metal Total”. Esta página se encarga según su descripción de lo siguiente: “Página diseñada para los amantes del buen heavy metal, power metal, trash metal, doom metal...Esta página tiene 21418 “me gusta” en Facebook. Además para nuestro estudio nos aporta un enfoque internacional del heavy metal y sus derivados en español

- Juan Reguero Rodríguez es el administrador de “Santuario del Heavy Metal”. Esta página está relacionada con todos los asuntos del heavy metal. Actualmente tienen 1422 personas que les gusta esta página. Hemos elegido esta página ya que en ella se congregan los sitios más importantes de heavy metal en Málaga
- Javier Endara es el administrador de “Wild Heavy Metal”. Grupo de heavy metal en España. Actualmente tiene 2695 personas que les gusta esta página. Hemos elegido esta página para dar una perspectiva más profesional y enfocada hacia el ejercicio del metal

En lo que respecta al procedimiento por el cual hemos contactado con estas personas ha sido diferente ya para el primer grupo principalmente ha sido a través de diversas llamadas telefónicas para concertar la cita para hacer la entrevista junto con mensajes en la red social Facebook fundamentalmente para recordarles la cita. En el segundo caso se ha usado Facebook y el Correo electrónico ya que no nos han querido facilitar su teléfono móvil.

3.3. Metodología

En primer lugar hay que decir que hemos tomado como referencia para fijar la metodología el estudio “Fábrica de metalheads: arquetipo de la representación del aficionado al heavy metal en España” (2013) de Magallón Martínez. Y que se pretende ampliar el arquetipo del aficionado al heavy metal que este estudio propone dado que no sólo nos centramos en lo que se proyecta en los medios sino también se tienen en cuenta los estereotipos de las redes sociales.

Antes de avanzar más en lo que se refiere al contenido de la entrevista, cabe decir que es una entrevista estructurada. Es decir, se han realizado las mismas preguntas a todos los entrevistados y en el mismo orden.

Por otro lado, en lo que respecta a las preguntas que se han utilizado en el mismo, se han empleado una mezcla entre preguntas estructuradas y preguntas abiertas para por un lado obtener una referencia de tipo cuantitativo a través de una escala de likert y por otro lado, obtener el razonamiento del entrevistado ante un asunto en cuestión.

La forma en la que se va a hacer esta entrevista hay que decir que es de manera presencial a todos los entrevistados residentes en Málaga, los cuales son seis de los diez seleccionados, y por correo electrónico a las personas que viven fuera de Málaga. Aunque lo ideal es que se lo pudiese hacer a todos los entrevistados de manera presencial, como he dicho anteriormente por motivos económicos y de tiempo ha sido imposible desplazarme hasta cada uno de los lugares de las personas seleccionadas. Hay que decir que las entrevistas que se realizaron de manera presencial, se hicieron en bares de Málaga para lograr un ambiente relajado y distendido en el que el ambiente propiciara la conversación.

En lo que se refiere al procedimiento de entrevista, fue el siguiente:

-Durante las tres últimas semanas de Abril me puse en contacto con un gran número de personas (más de 30 páginas) los cuales tenían página en facebook relacionados con el heavy metal y llamé a varios aficionados heavies de Málaga.

- Durante la primera semana de mayo mantuve un contacto constante con las personas que me respondieron a las llamadas y los mensajes, para fijar un día y entrevistarlos en el caso presencial, y en el otro caso, para que me diesen su email y que le mandase las preguntas.

-En la segunda semana de mayo, hice las entrevistas de manera presencial (anotando en un bloc las respuestas) y mantuve un recordatorio a través de mensajes tanto vía email como por Facebook a cada una de las personas entrevistadas. Y finalmente en la tercera semana de Mayo recibí todos los resultados.

A continuación, estableceremos un modelo de entrevista que se les han realizado a cada uno de los entrevistados:

MODELO DE ENTREVISTA

Nombre:

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a este mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

¿Por qué?

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos de los medios de comunicación? ¿Por qué?

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Como vemos las preguntas se han establecido en base a tres patrones como son: el sentimiento de pertenencia a la tribu, el estereotipo de los medios de comunicación y el cambio que supone el estereotipo en las redes sociales. Se ha elegido el primero de estos parámetros para establecer una guía a la hora de identificar al sujeto con respecto a la tribu, el segundo de estos para que la muestra constatare su opinión con respecto a los estereotipos mostrados por los medios del heavy y finalmente para establecer las opiniones de este colectivo con respecto al cambio digital.

A partir de aquí se establecerán categorías específicas para determinar los resultados de las entrevistas a la muestra que se vislumbrarán en el siguiente apartado de resultados.

4. Resultados

Para constatar los resultados de estas encuestas estableceremos las siguientes categorías:

1) Filosofía y representación propia del heavy

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 1 y 2

2) Imagen y representación externa de la sociedad ajena al heavy

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 3 y 4

3) El heavy español y su negocio en España

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 5 y 6

4) Evolución del estereotipo publicitario

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 7

5) Medios de Comunicación. Contribución a los estereotipos y medios más proclives a difundir estereotipos

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 8 y 11

6) Diferencias entre estereotipos mediáticos y la publicidad

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 13

7) Credibilidad y juicio que se hace de estos estereotipos

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 9 y 10

8) Problemas y Discriminación en torno a los estereotipos

Esta categoría se recogerá a través de la pregunta 13

9) El cambio, refuerzo o incremento de la influencia del estereotipo en las redes sociales

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 14, 15 y 16

10) Uso de las redes sociales

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 17

11) No heavies. Interacción y opción de los heavies en redes sociales

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 18 y 19

12) Facebook. Uso, opinión y beneficios

Esta categoría se recogerá a través de las preguntas 20, 21 y 22

Tras establecer estas categorías reflejaremos las respuestas de cada una de las personas establecidas en la muestra.

Filosofía y representación propia del heavy

Para delimitar esta categoría hemos establecido las preguntas “¿Qué es ser heavy? y ¿Qué representa el heavy metal para usted?”. En este sentido a continuación mostramos las respuestas de cada una de las personas respecto a ambas preguntas

1) Respuestas a la pregunta “¿Qué es ser heavy?”

Las respuestas para esta pregunta reflejan que una mayoría de los entrevistados considera al heavy como una filosofía de vida, aunque hay que decir que cuatro de los diez entrevistados lo considera como un género musical.

En lo que respecta a las razones principales por las que consideran que el heavy es una forma de vida son las siguientes:

-Modo de expresión y de pensamiento. Hasta en tres ocasiones se muestra que para los entrevistados es un modo de expresar su opinión, alzar su voz en contra de lo establecido en la sociedad y de pensar.

-La pasión por el heavy y su música hace que todo lo que te rodea esté relacionado con el heavy. Las otras tres respuestas expresan que el heavy es su vida y que por tanto todo lo que haces está relacionado de alguna manera con el heavy.

Por otro lado, las respuestas que establecen que el heavy es un género musical poseen los siguientes motivos:

-Sentimiento de pertenencia y exclusividad a un grupo. Una persona de las entrevistadas ha señalado, que para él es un género musical ya que perteneces a un grupo y esto hace sentirte bien y exclusivo

-Gusto y evasión con respecto a la música. Para el resto de personas que han señalado esta opción hay que decir que se han decantado por esta razón. Ellos consideran que es un género musical porque les gusta este tipo de música y les permite evadirse en cierta forma.

2) Respuestas para la pregunta “¿Qué representa ser heavy para usted?”

En esta pregunta las principales respuestas son las siguientes:

-Es una forma de rebelarme contra lo establecido y diferenciarme de los demás. Cuatro personas han aludido a este argumento a la hora de promulgar su posición, lo que la hace la opción mayoritaria.

-Una comunidad que se reúne en torno a un género musical. Una persona entrevistada ha argumentado que el heavy representa para él un grupo de personas que se reúnen en torno a un género musical que les gusta.

-Es una manera de evadirse y expresar mi opinión con libertad. Hasta tres respuestas de los entrevistados se adscriben a esta opción.

-Toda mi vida o esencia como persona. Dos personas consideran que el heavy es su vida, de manera que es una unión indisoluble entre ambos.

Imagen y representación externa por parte de la sociedad ajena al heavy

Esta categoría, la implantaremos a partir de las preguntas “¿Cómo crees que la sociedad ajena a este mundo ve el heavy metal?” y “¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?”

3) Respuestas a la pregunta “¿Cómo crees que la sociedad ajena a este mundo ve el heavy metal?”

La gran mayoría de los entrevistados, nueve de los diez a los que se les ha realizado la entrevista, opina que la sociedad los ve de manera negativa. Sólo hay una persona que opina que la sociedad los ve de manera positiva.

Asimismo, ellos opinan que fundamentalmente es por la violencia (constándose en 6 de las 9 respuestas negativas), el vicio y la música ruidosa (ambas señaladas en 5 de las 9 ocasiones). Por otro lado, otras personas señalan, aunque de manera más minoritaria (tres de las nueve ocasiones en las que se establece la opción negativa) que es por los frikis o las drogas que algunas personas son o consumen.

Hay que decir que muchas personas no han elegido sólo una opción para designar su voto negativo, con lo cual muchas de las personas entrevistadas han elegido varias de estas razones.

En lo que respecta a la persona que opina se que se ve de manera positiva al heavy, ha señalado como argumentos que considera que es porque los heavies son gente respetable y muy pasional.

Por otro lado en la parte justificativa de esta pregunta encontramos una gran variedad de respuestas como pueden ser:

-Rechazo hacia lo diferente pero sin justificación (sin conocerlos). Uno de los entrevistados opina que la razón de que el heavy sea visto de manera tan negativa es porque el heavy normalmente es lo “diferente”, y se “sale de la norma“, y ante eso la gente lo rechaza o tiene miedo.

-Mal gusto musical (es música que no han escuchado). La gente apoya lo que está de moda y se escucha. Dos personas de las entrevistadas opinan que el gusto musical está en declive ya que se escucha música como el pop o el reggaeton en todas partes y rechazan la música heavy porque en realidad no la han escuchado

-“La gente piensa que el heavy incita a cosas negativas”. Una persona piensa que la gente no escucha heavy porque creen que el heavy, le lleva a tener comportamientos violentos, vicio, o drogas, entre otros.

-La manipulación de los medios de comunicación y de ciertos sectores, que tratan de satanizarlo. Una persona opina que hay determinados medios que intentan desprestigiar al heavy a través del tono de sus informaciones y de las noticias que reflejan.

-“La gente tiende a generalizar, y porque haya algunos que se salgan de la ley, ya creen que todos somos así”. Dos personas creen que se ha tendido a la generalización, en el sentido de que ha habido casos en las que personas han tenido problemas relacionados con la violencia u otros tipos de comportamientos incívicos, y se les ha remarcado que eran heavies como causa de todo ello. Esto ha provocado que se generalice y que a los demás heavies se les vea de manera similar.

-Una persona opina que se ve al heavy como algo adolescente y estrambótico, pero realmente les da igual.

Hay que decir que las dos opiniones que no han sido recogidas en este apartado con respecto a esta pregunta, no aportan nada en especial.

4) Respuestas a la pregunta “¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?”

Ante esta pregunta estas han sido las respuestas más comunes:

-Lo extremo. Una persona cree que el heavy representa para la sociedad ajena a este mundo lo extremo, en el sentido de romper con la música que habitualmente se escucha

-Lo diferente. Las opiniones de cuatro de los diez entrevistados se adscriben dentro de esta respuesta, aunque con matices ya que uno lo toma como algo positivo o como algo exclusivo, y las otras tres opiniones son negativas haciendo referencia a que se ven como inadaptados, incomprendidos, bichos raros con respecto a la sociedad

-Desconfianza. Vemos como en dos ocasiones se manifiesta este sentimiento de desconfianza hacia los heavies, incluso una de las personas entrevistadas manifiesta que en una entrevista de trabajo nunca diría que es heavy.

-La Maldad o la violencia. Tres personas han constatado estas características en sus respuestas haciendo alusión sobre todo al estereotipo que se tiene del heavy.

-“Prácticamente nada ya que apenas tenemos representación por parte de la sociedad no heavy”. Una persona opina que no representa nada puesto que apenas tiene cabida en los medios o en otros espacios significativos para la sociedad

El heavy español y su negocio en España

Para esta categoría, como ya hemos dicho, se seleccionarán las preguntas “¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?” y “¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?”

- 5) Respuestas a las preguntas “¿Qué opina del heavy metal en español? y ¿Y del heavy metal en España?”

En general todas las personas entrevistadas tienen una opinión favorable acerca del heavy metal en español, asignándole una nota media de 7,3 de la valoración sobre 10, salvo una de ellas. Concretamente la mayor nota numérica que se le asigna es de un 10 por parte de una persona y la persona que otorga una nota negativa la refleja a través de un suspenso (4).

Entre las razones por las que se establece esta nota figura las siguientes:

-Buenos grupos y buenas letras. Ocho de los diez entrevistados opinan que en España hay buenos grupos de heavy que tienen mucha calidad en sus letras y en su ritmo.

-Hay mucha calidad pero poca innovación. Una de las personas entrevistadas opina que el heavy en España pese a que tiene calidad es poco innovador y transgresor, y eso hace que no avance

-Tiene un complejo de inferioridad importante con respecto al heavy extranjero. La persona que le da el suspenso argumenta que en España tenemos un complejo de inferioridad en el heavy con respecto al extranjero.

- 6) Respuestas a la pregunta “¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?”

En general la gran mayoría de los entrevistados opinan que es un estilo musical minoritario (8 de los 10 entrevistados), siendo sólo dos de ellos los que opinen que el heavy metal es muy solvente económicamente en ocasiones. Hay que destacar que dos de ellos agregan la categoría de atemporal a la de minoritario ya que consideraban oportuno e indisoluble la una de la otra.

Las razones por las cuales los entrevistados opinan que es un estilo minoritario (incluyendo los que también opinan que es “atemporal”), son las siguientes:

-No es un estilo común para la sociedad y es un sector que a pocas personas les gusta. Cinco de los diez entrevistados adscriben a esta sentencia opinando que es un estilo minoritario porque no le gusta a todo el mundo y no es lo “normal” que suele escuchar la gente

-“Es escaso aunque hay bandas que tienen mucho éxito”. Dos opiniones reflejan esta premisa diciendo que pese a que es minoritario hay algunas bandas que han sabido sacar rentabilidad a este género

-Problema del IVA cultural al 21%. Una persona de las encuestadas afirma que la razón de que sea tan minoritario, es en cierta parte por la subida del IVA cultural unido a la crisis que vive España

Por otro lado las dos personas que opinan que es muy solvente económicamente, opinan que el dinero va a parar a unos pocos grupos u ocasiones especiales en las que se han hecho eventos extraordinarios

La evolución del estereotipo publicitario

Para llevar a cabo esta categoría se ha utilizado la pregunta “¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en publicidad?”.

7) Respuestas a la pregunta “¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en publicidad?”.

La mayoría de los entrevistados (6 de los 10 entrevistados) establece que el estereotipo sigue igual. Tres de los diez entrevistados opina que hay una evolución positiva en lo que respecta a la evolución y una persona cree que se ha generado en su evolución otro estereotipo diferente.

Las razones por las que las personas arguyen que el estereotipo “sigue igual” son las siguientes:

-Seguimos teniendo mala fama. Cuatro de las seis personas que se enmarcan en esta opinión y creen que el estereotipo no ha cambiado diciendo que tanto antes como ahora se muestra de manera negativa.

-“No tenemos una gran visibilidad ni antes, ni ahora”. Una de las personas entrevistadas opina que no ha cambiado ya que apenas hay visibilidad del colectivo heavy en publicidad, y que no ha experimentado un cambio en ello a partir de los años.

-“Es algo que a la gente no les preocupa demasiado”. Una persona atribuye la razón de la falta de evolución, a que es algo que no les preocupa demasiado a los responsables de establecer la publicidad.

Las razones por las que las personas opinan que ha cambiado el estereotipo de manera favorable son las siguientes:

-Mayor visibilidad para el heavy. Una de las personas entrevistadas cree que ha mejorado gracias a que se ha producido un incremento en el colectivo heavy, en lo que respecta a visibilidad publicitaria

-Moderación en las características que se le atribuyen al heavy. Dos de las personas entrevistadas opina que se ha producido una moderación en las características, que pese a no ser positivas completamente, se ha pasado normalmente de tildarlos como violentos a otras características más moderadas (verlos como “hombres duros”)

La razón fundamental por la que una persona cree que se ha generado un nuevo estereotipo es porque se han cambiado las características que normalmente se le asignaban al estereotipo, a otras diferentes pero igualmente negativas (de satánicos pandilleros a inadaptados agresivos)

Medios de comunicación. Contribución a los estereotipos y medios más proclives a difundir estereotipos

Para responder a esta categoría se va a utilizar las respuestas a las preguntas: “¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?” y “¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?”

8) Respuestas a la pregunta” ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?”

La mayoría de los entrevistados (siete de los diez entrevistados) opinan que los medios de comunicación han tenido un papel importante en la representación negativa, y por el contrario tres de los diez entrevistados opinan que los medios “apenas han contribuido” a la representación negativa.

Las razones por las que las personas opinan que los medios han tenido un papel importante son las siguientes:

-Noticias negativas con intención de deslegitimar al colectivo heavy y programas que sólo dan la versión negativa. En general seis de las personas entrevistadas opinan que fundamentalmente influyen de manera negativa por las noticias que se muestran (las cuales son negativas) y el tratamiento que se les otorga (tono despectivo hacia los heavies). Además de programas de televisión que sólo dan la versión más negativa de los heavies.

-“No somos un buen negocio y por tanto no conviene sacarnos de manera positiva”. Uno de los entrevistados opina que dado al heavy es un negocio minoritario, no les interesa y es por ello por lo que se muestra de manera negativa

11) Respuestas a la pregunta “¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?”

La gran mayoría de los entrevistados opina que fundamentalmente a través de la televisión se han vertido estos estereotipos negativos (nueve de los diez entrevistados opina esto). Seguido, aunque en mucha menor magnitud, de prensa radio e internet (con la opinión de dos de los diez entrevistados).

En esta pregunta cabe distinguir dos grupos de personas siguiendo como patrón el número de medios que han señalado. En este sentido, hay personas que se han decantado únicamente por un medio y personas que lo han hecho por una combinación de éstos.

De las personas que han elegido un medio, hay que decir que cinco de las seis personas entrevistadas cree que se han difundido principalmente por la televisión, y la persona restante opina que es a través de internet.

En lo que respecta a las combinaciones, hay que decir que existen coincidencias ya que en todas ellas se señala la televisión. En tres de las cuatro combinaciones se señala cine como opción, y en dos de las cuatro ocasiones a Internet y Prensa.

Dado que nos resulta difícil señalar todas las razones de cada una de las combinaciones, nos ceñiremos en las razones de por qué se ha elegido Televisión e Internet como medios de única elección.

Las razones por las que se ha elegido televisión han sido las siguientes:

-Noticias negativas, tratamiento negativo y generalizaciones. En cuatro de las cinco opiniones se refleja que esta es la causa razón fundamental por la que los entrevistados creen que la televisión influye de manera negativa

-Películas y series en las que el heavy aparece de manera negativa. Una persona opina que es porque en las series o películas que emite la televisión, se muestra al heavy como una persona agresiva, inadaptada...o con cualquier otra de las características negativas que normalmente se les asigna

La razón por la que se ha seleccionado Internet es porque es donde hay más libertad de expresión, y por tanto donde todos pueden opinar y decir lo que piensan.

La razón fundamental de que se elijan varias combinaciones es porque en general los entrevistados opinan que hay varios medios que influyen de manera negativa pero cada uno a su manera. Como puede ser la prensa con información negativa acerca de los heavies, la televisión con programas de entretenimiento donde se habla mal del heavy, cine porque las películas el inadaptado es el heavy o internet porque algunas veces recibes información que es similar a las anteriores

Diferencias entre los estereotipos mediáticos y la publicidad

Para acotar esta categoría se utilizará la pregunta “¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?”

12) Respuestas a la pregunta “¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?”

La mayoría de los entrevistados opina que hay diferencias entre la visión que se muestra del heavy en la publicidad, a como se presenta en los medios informativos (seis de los diez entrevistados). Sin embargo cuatro de los diez opinan que no hay diferencia entre ambos.

Hay que decir de cinco de las seis opiniones reflejan que es mejor la visión que se muestra en la publicidad de la que se muestra en los medios informativos, dado que los medios informativos se focalizan en lo negativo y a la publicidad no le interesa eso para vender. No obstante, una de ellas opina que los medios ofrecen una mejor visión, ya que los medios informativos son más serios que cualquier campaña de publicidad

Por otro lado, en lo que respecta a las personas que opinan que no hay diferencia, ofrecen las siguientes razones:

-El estereotipo del heavy siempre se verá de forma negativa de manera independiente de si lo ofrece la publicidad o los medios informativos. Tres de los entrevistados creen que el estereotipo del heavy siempre se verá de manera negativa independientemente de si lo emite la publicidad o los medios

-“A ninguna de las dos partes les interesa mostrar al heavy de manera positiva ya que no ven negocio en nosotros”. Una persona de las entrevistadas opina que no cambia ya que ni la publicidad, ni los medios ven en los heavies un negocio rentable

Credibilidad y juicio que se hace de estos estereotipos

Para conformar esta categoría se dará respuesta a las preguntas: “¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad? y “¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos de los medios de comunicación? ¿Por qué?”

9) Respuestas a la pregunta “¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?”

Ocho de las personas entrevistadas opinan que la mayoría de las personas creen que estos estereotipos negativos se corresponden con la realidad. Las dos personas restantes opinan que sólo se lo ha creído una minoría de la población.

Las razones fundamentales por las que estas personas creen que se corresponde con la mayoría de las personas, son las siguientes:

-“A la gente no le gusta el heavy y se traga todo lo que los medios le dan (no investigan el género antes de juzgarlo)”. Seis de las personas entrevistadas coinciden en que la gente se asume los estereotipos que le imponen los medios de comunicación, y juzgan a los heavies sin realmente investigar o indagar en cómo son

-Por costumbre. Una de estas personas opina que se han creído estos estereotipos ya que es lo que siempre han pensado y que realmente no es realmente porque se lo haya dicho los medios

-Por la generalización del comportamiento de unas cuantas personas que tienen un comportamiento incívico. Otra persona opina que es por la generalización de unos pocos casos de comportamiento incívico, el motivo de por qué la gente se ha creído estos estereotipos

Las razones de las personas que opinan que muy pocas personas creen que se corresponda con la realidad son las siguientes:

-La gente no se cree todo lo que pone en los periódicos. Una persona opina que son unos pocos, ya que la mayoría de las personas no se cree todo lo que pone en los periódicos. Con lo cual las noticias negativas referidas a los heavies, se limitan a noticias. No extrapolan y se generan estereotipos, como consecuencia de ello.

-No son todos, son una minoría que han hecho mucho daño a nuestra imagen. Otra persona opina que son una minoría de la población pero que tienen poder, y por tanto saben cómo dañar la imagen del colectivo

10) Respuestas a la pregunta “¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos de los medios de comunicación? ¿Por qué?”

La mayoría de las personas entrevistadas (ocho de los diez entrevistados) opinan que la sociedad les juzga por los estereotipos negativos de los medios de comunicación. Sólo dos personas establecen que no son juzgados por estos estereotipos.

Las razones fundamentales por las que las personas creen que son juzgados por estos estereotipos son las siguientes:

-“La gente es muy influenciable por los medios y no tiene conciencia crítica como para juzgar más allá de los estereotipos”. Cinco personas coinciden con esta afirmación dado que opinan que la gente es muy manipulable por los medios, y que esto les constituye un freno a la hora de juzgar a una persona por lo que realmente es.

-Por la facilidad o comodidad para pensar sobre los demás. Dos personas creen que es mucho más sencillo quedarse en la superficie o con estos estereotipos, que tener que estar viendo cómo es cada persona realmente.

-“En principio sí, aunque suelen cambiar de opinión”. Uno de los entrevistados opina que efectivamente por los estereotipos le juzgan de manera negativa pero que cuando la persona rompe esa “barrera” y lo conoce, cambia de opinión conforme a la imagen que se habían fijado con anterioridad

Problemas y discriminación en torno a los estereotipos

Para solventar esta categoría se responderá a la pregunta “¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?”

13) Respuestas a la pregunta “¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?”

En las respuestas ante esta pregunta se refleja un equilibrio exacto en personas que le han supuesto problemas estos estereotipos, y otras personas que por el contrario no les han supuesto problemas de ningún tipo.

Las razones que manifiestan las personas que han tenido problemas, son las siguientes:

-Marginación o incomprensión hacia el género. Tres de las personas entrevistadas opinan que la razón de sus problemas es que lo marginan porque la gente no comprende el género y su estilo de vida

-Desconfianza o recelo por los estereotipos que normalmente se tiene sobre los heavies. Dos personas opinan que la razón fundamental es la desconfianza o el recelo que sienten a veces personas ajenas al heavy por los estereotipos que habitualmente se difunden del heavy

La razón fundamental que establecen las personas que no han tenido problemas, es que ellos han sido aceptados por las personas de su entorno (tanto si son heavies como si no lo son)

El cambio, refuerzo o incremento de la influencia del estereotipo en las redes sociales

14) Respuestas a la pregunta “¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos de los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección?”

La mayoría de las personas entrevistadas (siete de los diez entrevistados) opinan que las redes sociales han supuesto un cambio positivo en los estereotipos que normalmente se emitían en los medios de comunicación. Únicamente tres de ellos opina que estos estereotipos continúan de una manera similar.

En lo que respecta a la valoración que se le otorga en torno a esta función es de siete puntos sobre diez de media. Siendo la más alta un nueve y la más baja un cinco (en dos ocasiones).

Por otro lado, los motivos por los cuales las personas entrevistadas creen que hay un cambio, son los siguientes:

-“Se puede llegar a más gente ajena al género y estas tienen la posibilidad de conocernos mejor”. Dos de los entrevistados opina que con las redes sociales la gente tiene la posibilidad de conocer el género por la pluralidad que ofrece y también de conocerlos mejor ya que es un canal de comunicación directo

-“En las redes sociales se refleja tal y como somos (cada uno pone lo que piensa) y no influyen los medios”. Cinco de las personas entrevistadas creen que las redes sociales al mostrarse tal y como son, en lo que respecta a pensamiento, hay un cambio en cuanto a lo que los medios proyectan y que a su vez éstos no influyen tanto.

Por otro lado, los motivos que dan las personas que dicen que no han cambiado estos estereotipos del paso de los medios a las redes sociales, son los siguientes:

-En las redes sociales hay gente tanto heavy, como gente que odia el heavy. Dos de las personas entrevistadas opina que no hay diferencias, ya que en las redes sociales sigue habiendo gente tanto que odia el heavy como gente que le gusta el heavy

-Las redes sociales son simplemente un escaparate, ayudan a incrementar la visibilidad. Las redes sociales por sí mismas no lo cambia, lo que hace es dar voz a lo que antes no lo tenía

15) Respuestas a la pregunta “¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación?”

La mayoría de las personas entrevistadas (nueve de los diez entrevistados) opinan que las redes sociales no perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación, salvo una persona que considera que el discurso es el mismo

De manera cuantitativa los entrevistados le otorgan una nota media de 3,1 favorable a la tendencia a través de la cual las redes sociales no perpetúan el discurso de los medios de comunicación. Siendo la nota más favorable un 1 en dos ocasiones y la más desfavorable un 7 en una sola ocasión.

Las razones por las cuales los entrevistados establecen que las redes no perpetúan el discurso de los medios de comunicación, son las siguientes:

-En las redes sociales hay más puntos de vista que hacen que tengas una visión más certera de lo que es el heavy metal y ser heavy. Una persona de los entrevistados piensa que las redes sociales al poder hacerse expresar a más gente, haces que tengas una visión ajustada a la realidad acerca del heavy.

-Son dos discursos diferentes controlados por el dinero. Dos personas creen que son dos discursos diferentes pero que en ocasiones tienen un objetivo común que es ganar dinero

-“En las redes sociales cada uno hace lo que quiere. El que tiene amigos heavies va a seguir a otros heavies...” Una persona piensa que por poder hacer lo que quiere y no recibir lo que realmente quieren los medios, no se perpetúan estos estereotipos.

-El público de las redes sociales es distinto que el de los medios convencionales, en las redes sociales hay un público mucho más joven. Una persona piensa que al ser distinto público el mensaje que llega es diferente al de los medios de comunicación convencionales

-Depende de la posesión de dicha red social, si es propiedad de una empresa se tiende a estereotipar. Una persona cree que si la red social está en posesión de un particular no se estereotipa ya que cada uno dice lo que piensa, el problema viene cuando la controlan las empresas.

-“Creo que la negatividad de estos estereotipos ya ha pasado”. Una persona cree que estos estereotipos que antes se vertían desde distintas instancias sociales ya no existen.

Por otro lado, la persona que opina que si se perpetúa el discurso opina que es porque en su visión particular no ha apreciado diferencias entre los medios convencionales y las redes sociales

16) Respuestas a la pregunta “¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué?”

Todas las personas opinan que las redes sociales no incrementan o refuerzan el discurso propuesto por los medios. Dentro de las respuestas, hay que distinguir las que opinan que lo mantienen, de las que opinan que diluyen el discurso propuesto por los medios.

Por otro lado la puntuación media con respecto a esta pregunta 2,6, lo que significa que no lo refuerza. Siendo la puntuación más alta de 1 en dos ocasiones y 5 en dos ocasiones, la más baja para nuestro propósito.

Los motivos principales por los que se ha elegido esta opción en algunos casos, no varían en exceso con respecto a la pregunta anterior, no obstante mencionaremos los principales:

-Poder activo de las redes sociales. Una persona opina que al tener un poder activo los usuarios, se diluye la opinión única de los medios

-Anarquía de las personas en las redes sociales. Un entrevistado opina que como en las redes sociales cada uno hace lo que quiere en cada momento, no está sometido a los contenidos que la cadena de turno emita.

-Comunidad con otras personas. Otra persona opina que al generarse una comunidad en torno al heavy, se obvia los estereotipos o temas que imponen los medios

-Desenmascaran los estereotipos, y hace ver la manipulación que hay en los medios. Uno de los entrevistados opina que las redes sociales hacen que se desenmascaren los estereotipos que establecen los medios, y que nos demos cuenta de que es una manipulación

-Hay otro discurso del que está presente en los medios, y por tanto no lo refuerza. Una de las personas entrevistadas opina que al haber un discurso distinto en ambos, no lo refuerza, ni le afecta en nada.

Asimismo hay que destacar la opinión de dos de las personas, que pese a que dicen que no se refuerza, establece que sí que se mantienen los estereotipos que muestran los medios.

Finalmente hay que decir que hay tres opiniones que realmente han establecido la misma opinión que en la pregunta 15, y es por eso por lo que no se han recogido. Pese a ello se ha tenido en cuenta a la hora de computar si la respuesta ha sido positiva o negativa, así como de su nota numérica.

Uso de las redes sociales

Para dar respuesta a esta categoría se ha constituido la pregunta “¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?”

17) Respuestas a la pregunta “¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?”

Antes de afrontar la respuesta a esta pregunta hay que decir que los entrevistados han hecho combinaciones de respuestas, con lo cual hay más de una respuesta posible por cada entrevistado.

Tras establecer esto, hay que decir que el uso mayoritario es el de interacción con gente (tanto gente heavy como gente ajena al mundo del heavy) en la misma proporción, ya que ocho de los diez entrevistados han confesado usarla para esto (en ambos casos). En lo que respecta a otros usos, son el de jugar y el de publicar contenidos (ambos realizados parte de cinco de los diez entrevistados). Y finalmente, el chat y el seguimiento de páginas, hay que decir que han obtenido cuatro personas de los diez entrevistados y tres de los diez entrevistados, respectivamente.

No heavies. Interacción y opción de los heavies en redes sociales

Para delimitar esta categoría hemos establecido en su interior las preguntas: “¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?” y “¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?”

18) Respuestas a la pregunta “¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?”

Siete de las diez personas entrevistadas opinan que interactúan “bastante” con personas que no son heavies. Y los tres restantes opinan que interactúan “mucho” con personas que no son heavies.

La principal razón por la que los entrevistados establecen que interactúan bastante con personas ajenas al heavy, es porque según ellos lo que más le importa es si es buena persona, independientemente de si es heavy o no, y que les respetes por tanto.

En el caso de los entrevistados que opinan que interactúan “mucho” con personas ajenas al mundo del heavy, esclarecen los siguientes motivos para ello:

-“Interactúo con todo tipo de personas, pero deben de respetar mi gusto musical”. Una de las personas opina que el respeta a todo tipo de personas pero tienen que cumplir como requisito que respete cómo es y por tanto su música

-La mayoría de sus amigos y conocidos no son heavies. Uno de los entrevistados postula que prácticamente todas las personas que él conoce no son heavies, con lo cual su interacción es bastante frecuente

- La otra persona entrevistada dice que como trabaja en una tienda, y que por tanto tiene que atender a personas de todo tipo.

19) Respuestas a la pregunta “¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?”

Todas las personas entrevistadas tienen una buena opinión de las personas que interactúan con ellos pero que no son heavies. La razón principal que ellos esgrimen es que estas personas con la que ellos interactúan se fijan en su persona y le respetan, sin tener en cuenta los estereotipos.

Facebook. Uso, opinión y beneficios

Esta última categoría se compondrá de las preguntas: “¿Particularmente Facebook para que lo usáis?”, ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social? y “¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?”

20) Respuestas a la pregunta “¿Particularmente Facebook para que lo usáis?”

Al igual que la pregunta en la que se preguntaba acerca del uso en general de las redes sociales, aquí también se ha permitido que los entrevistados seleccionen varias respuestas

Dicho lo cual, cabe decir que seis de los diez entrevistados establece que usa Facebook para publicar (comentarios, fotos, posts...), cinco de los diez dicen que usan Facebook para seguir a páginas relacionadas con el heavy, cuatro de los diez constatan que lo usan para chatear e interactuar con grupos de heavies, tres de los diez esclarecen que suelen jugar e interactuar con personas que son ajenas al mundo del heavy, y tan solo una sola persona ha señalado la sub-opción “ver post relacionados con mis gustos” dentro de la opción “otros”

21) Respuestas a la pregunta “¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?”

En general, la opinión que tienen sobre Facebook es positiva ya que siete de los diez entrevistados han señalado esta opción. Dos de ellos opinan de manera desfavorable hacia facebook. Y uno de los entrevistados mantiene una opinión intermedia sin decantarse claramente por una de las dos.

Las personas que opinan de manera favorable hacia facebook manifiestan las siguientes razones:

-Posibilidad de expresarse de muchas maneras y socializarte. Para cinco personas es favorable gracias a que le permite expresarse o socializarse con gente que habitualmente no podría ver, o incluso ambas

-Posibilidad de buscar a grupos de música que sin Facebook no hubiera encontrado. Para una persona le permite encontrar música y grupos de música que sin esta red social difícilmente la hubiera encontrado

-Posibilidad de llegar a mucha gente rápidamente. Para una persona tiene como principal cualidad la posibilidad de llegar rápidamente a un gran número de personas de manera gratuita.

Las personas que creen que Facebook es una herramienta negativa lo hacen por los siguientes motivos:

-No tengo el control de la información. Uno de los entrevistados tiene una opinión negativa dado que a él le gusta tener un control preciso de todo lo que hace, cosa que en Facebook es complicado debido a la ingente cantidad de información y de cosas por hacer

-“Puede ponerte en peligro, si publicas toda tu vida”. Uno de los entrevistados opina que Facebook es un arma de doble filo, en el que si publicas toda tu vida puedes tener problemas, como pueden ser que te roben en vacaciones

Finalmente en lo que respecta a la persona que no se decantó por ninguna de las dos opciones hay que decir que su razón principal, es porque según él Facebook es bueno o malo dependiendo de cómo lo enfoques y de para qué lo uses

22) Respuesta a la pregunta “¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?”

Todos los entrevistados opinan que Facebook aporta a los heavies beneficios. Las razones de ello son las siguientes:

-“Darte a conocer e informarte de páginas, noticias, conciertos, eventos... “siete de las personas entrevistadas opinan que los principales beneficios están en darse a conocer en el caso de que seas un cantante, grupo o página, y por otro lado de informarte de todo lo relacionado con el género (conciertos, noticias, eventos....)

-Conocer a gente nueva. Tres de las personas entrevistadas señalan como principal beneficio el hecho de conocer a gente nueva que le guste el heavy, y compartir experiencias.

5. Conclusiones

5.1. Conclusiones generales

Pese a que nuestro estudio es de carácter exploratorio y de carácter cualitativo como ya hemos visto, estableceremos una serie de conclusiones.

Para ello, se fijarán una serie de conclusiones de manera pormenorizada por categoría, y finalmente en el apartado epílogo se constatará si realmente se cumplen los interrogantes que hemos fijado con anterioridad

Filosofía y representación propia del heavy

En esta categoría se pueden contemplar las siguientes conclusiones:

1) Hay dos tipos de heavies:

-Unos que consideran al heavy como una filosofía de vida ya que fundamentalmente consideran que todo en su vida está relacionado con el heavy, y otra de las razones se encuentran en algunas personas que lo consideran como un modo de expresión personal o de pensamiento ante la sociedad

-Otros lo consideran un género musical, fundamentalmente por el gusto por la música que supone éste y la evasión que representa este género en su vida. Otra de las causas aunque de manera más minoritaria, suele ser el sentimiento de pertenencia a una comunidad disfrutando de lo que les gusta.

- 2) El heavy cumple con tres funciones simbólicas como son: rebelarse contra lo establecido y diferenciarse de los demás, una manera de evadirse y expresar su opinión, y su esencia como persona.

Imagen y representación externa por parte de la sociedad ajena al heavy

A esta categoría se pueden añadir las siguientes conclusiones:

- 3) Los heavies piensan que son vistos de manera negativa por los siguientes motivos: violencia, vicio y música ruidosa, fundamentalmente. Y en lo que respecta a la determinación de la causa de esta negatividad es realmente complicado establecer una única que sirva de explicación, ya que como se ha recogido en nuestra investigación hay varias causas como: el rechazo hacia lo diferente, la evolución del mal gusto musical, el que la gente piense que el heavy incita cosas violentas, la manipulación de los medios de comunicación para satanizarlo, la generalización de determinados comportamientos incívicos relacionados con la violencia de heavies y la visión adolescente y estrambótica del heavy
- 4) Los heavies piensan que la sociedad ajena a su colectivo representa el heavy como: el diferente (en el sentido de romper con lo que es la norma), la desconfianza ante lo diferente y la maldad o la violencia.

El heavy español y su negocio en España

En esta categoría se pueden establecer como conclusiones las siguientes:

- 5) El heavy en español tiene bastante buena opinión fundamentalmente por los buenos grupos que hay en España y las letras de estos grupos.
- 6) El heavy metal en España es un negocio minoritario ya que no es un estilo común para la sociedad y es un sector que a pocas personas les gusta. Pero por otro lado, y pese a ser minoritario, hay bandas que han sabido rentabilizarlo y tener mucho éxito.

La evolución del estereotipo publicitario

Las conclusiones en este apartado son las siguientes:

- 7) La evolución del estereotipo del heavy es prácticamente inexistente en publicidad, aunque si hay algún atisbo de evolución, sería positiva. Las principales razones de que esto se mantenga de manera similar son las siguientes: siguen teniendo mala fama, no han tenido un protagonismo excesivo por parte de la publicidad para enmendarlo, y por tanto se puede decir que es algo que a la gente no le preocupa demasiado

Medios de comunicación. Contribución a los estereotipos y medios más proclives a difundir estereotipos

Las conclusiones para esta categoría son las siguientes:

- 8) Los medios de comunicación han tenido un papel importante a la hora de la representación negativa de los heavies por dos razones: por un lado se muestran noticias negativas con intención de deslegitimar al colectivo heavy y se muestran programas en los que sólo se contempla la visión negativa, y porque por otro lado no se le considera un sector rentable al ser minoritario
- 9) Fundamentalmente el medio donde se transmite más estereotipos es la televisión, dado que este medio emite noticias negativas relativas al heavy, cuando lo hace utiliza un tratamiento negativo (hacia los heavies) y utiliza en muchos casos generalizaciones (haciendo alusiones al colectivo heavy). Aparte de estas noticias, también se pueden encontrar estos estereotipos negativos hacia el heavy en películas o programas que emite la propia cadena de televisión en los que el heavy aparece de manera negativa. Otros medios como prensa, radio e internet también difunde estos estereotipos pero su importancia y calado social son menores.

Diferencias entre los estereotipos mediáticos y la publicidad

La conclusión principal para esta categoría es la siguiente:

- 10) Hay diferencias, de manera general, con respecto los estereotipos que muestran los medios informativos y la publicidad. En el caso de los medios informativos el estereotipo es más negativo ya que estos se focalizan en lo negativo, y en el caso de la publicidad es más favorable ya que no le interesa eso para vender. Aunque algunos heavies no creen que haya tal diferencia, ya que según ellos los heavies no son un negocio y por tanto no les merece la pena mostrarlos de manera positiva. Además, creen que el estereotipo del heavy se verá de forma negativa independientemente de si lo ofrece la publicidad o los medios informativos.

Credibilidad y juicio que se hace de estos estereotipos

Las conclusiones que se establecen en esta sección son las siguientes:

- 11) La mayoría de las personas creen que estos estereotipos se corresponden con la realidad por las siguientes razones: la gente asume como verdadero los estereotipos que reflejan los medios y no investigan antes de juzgar a las personas, por costumbre (siempre han pensado así) y por la generalización del comportamiento incorrecto a todos los heavies.
- 12) La mayoría de las personas juzgan a los heavies por los estereotipos negativos que reflejan los medios de comunicación fundamentalmente por las siguientes razones: por facilidad o comodidad de forjar una opinión hacia los demás y por la influencia que tiene los medios en ellos como consecuencia de la falta de conciencia crítica que no tienen para ver más allá de los estereotipos

Problemas y discriminación en torno a los estereotipos

Las conclusiones que se establecen en esta sección son las siguientes:

- 13) No se establece claramente si estos estereotipos suponen un problema o discriminación para los heavies. Pero las razones por las cuales han tenido problemas han sido las siguientes: Marginación o incompreensión hacia los heavies y desconfianza o recelo por los estereotipos que normalmente se tienen hacia los heavies. Para esclarecer esta cuestión se debería de realizar un estudio específico que se encargase de tratar este tema únicamente.

El cambio, refuerzo o incremento de la influencia del estereotipo en las redes sociales

Las conclusiones respecto a esta categoría son las siguientes:

- 14) Los heavies opinan que las redes sociales han supuesto un cambio favorable los estereotipos negativos de los medios de comunicación por las siguientes razones: En las redes sociales se refleja tal y como son los heavies y no influyen los medios, y además se puede llegar a más gente ajena al género con lo que tienen la posibilidad de conocer a los heavies mejor
- 15) Las redes sociales no perpetúan el discurso de los estereotipos que habitualmente vemos en los medios de comunicación. Aunque en lo que respecta al motivo de éste estaría por determinar ya que existen numerosas razones como las siguientes: una mayor pluralidad en los puntos de vista que posibilita tener una visión más certera de lo que es el heavy metal y ser heavy, la diferencia de discursos (en los medios y las redes sociales) aunque controlados por el dinero, la anarquía de uso en las redes sociales por parte de los usuarios y la posesión de la red social.

- 16) Las redes sociales no refuerzan el discurso propuesto por los medios respecto a los estereotipos negativos. Aunque aquí tampoco hay un consenso, y hay distintas opiniones o razones por las cuales podría producirse esto, como son: que las redes sociales da a las personas un papel activo, que ante la comunidad que se genera en las redes sociales el estereotipo se diluye, y que hay otro discurso diferente al de los medios

Uso de las redes sociales

La conclusión que se extrae de esta categoría es la siguiente:

- 17) Las redes sociales poseen muchos usos. Aunque normalmente se usan las redes para interactuar tanto con la gente heavy como con la gente ajena a este mundo, también se usan para juegos y publicar contenidos o para el chat y el seguimiento de páginas (aunque esto último en menor medida)

No heavies. Interacción y opción de los heavies en redes sociales

Las conclusiones que se corresponden con esta categoría son las siguientes:

- 18) Los heavies suelen interactuar “bastante” con personas ajenas al mundo del heavy porque según ellos lo que es más importante, es si eres buena persona con indiferencia de si eres heavy o no (lo que buscan es que les respeten).
- 19) Los heavies tienen una opinión favorable de las personas que interactúan con ellos pero que no son heavies, ya que según ellos se fijan en cómo es su personalidad y lo respetan como son, sin seguir los estereotipos que imperan sobre los heavies.

Facebook. Uso, opinión y beneficios

Las conclusiones que se establecen en esta parte son las siguientes:

- 20) Al igual que en la pregunta de las redes sociales, hay que decir que usan Facebook de diversa manera. Concretamente para publicar y para seguir páginas relacionadas con el heavy (en mayor parte), aunque también para chatear e interactuar con grupos de heavies, y finalmente como opciones menores figuran: jugar, interactuar con personas ajenas al mundo del heavy y ver posts relacionados con sus gustos.
- 21) En general los heavies suelen tener una opinión positiva de Facebook por las siguientes razones: por la posibilidad que te brinda de expresarte de muchas maneras y socializarte, la posibilidad de buscar música (y grupos de música) que no la hubieran encontrado de otra manera y por la posibilidad de llegar de manera gratuita a muchas personas.
- 22) Facebook aporta muchos beneficios para los heavies como pueden ser: darse a conocer e informarse de páginas, conciertos, eventos y permitirte por otro lado conocer a gente nueva que comparta el gusto musical por el heavy metal

5.2. Epílogo o Discusión

A modo de Epílogo o Discusión, hay que destacar que en cuanto a los interrogantes y objetivos que nos hemos planteado al principio de esta investigación, se confirma el primer interrogante propuesto que es que hay un cambio favorable en los estereotipos que se emiten por los medios convencionales a los que se reflejan en las redes sociales, ya que como hemos visto esta tendencia ha sido manifestada con claridad a través de la pregunta 14 de la entrevista. Aunque haría falta un estudio de índole cuantitativa más específico en el cual se tomasen las causas apuntadas en nuestro estudio, y determinase de manera cuantitativa cual es la causa fundamental de este cambio que hemos vislumbrado.

Por tanto, al confirmar este interrogante abierto, se puede decir que se rechazan los otros propuestos como son: que las redes sociales perpetúan el discurso de los medios en lo que respecta a estereotipos y se rechaza también, el interrogante que hacía alusión a que las redes sociales sirven para reforzar estos estereotipos diseminados en los medios de comunicación.

6. Referencias

Aguilar Rodríguez, D.E y Said Hung, E (2010) Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona Próxima* nº12, 190-207. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85316155013>

Aparici, R y Barbas, A (2010) *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid. UNED

Baron, R.A y Byrne, D (2005) *Psicología Social*. Madrid. Pearson Educación

Belmonte Grey, C.A. (2010) Las tribus urbanas: como virgen en historia y fértil para interdisciplinaredad. *Cuicuilco* nº48, 49-67 Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35117051004>

Bryant, J y Zillman, D (1996). *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. Barcelona. Paidós

Capdevilla Domínguez, D.C (2010) Las redes sociales: tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Revistas UCM* nº 33, 45-68. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656>

Cobo, C y Pardo, H (1997) *Planeta web 2.0*. México. Flacso

Costa, P. O, Pérez, J.M, Tropea, F (1996) *Tribus urbanas: el ansia de la identidad juvenil*. Barcelona. Paidós.

De la Fuente Rocha, E (2009) Tribus urbanas y melancolías. UAM. 47-65.
Recuperado de

<http://132.248.9.34/hevila/TramasMexicoDF/2009/no31/3.pdf>

Dimatteo, C (2012) Nuevas tecnologías, educación artística y construcción de identidades juveniles. En M.V. Fuentes, M.A Santagada y A. Silva, *Ensayos sobre arte, comunicación y políticas culturales* (pp. 144-160) Buenos Aires. UNICEN.

Feixa, C y Porzio, L (2008). Un recorrido visual por las tribus urbanas en Barcelona.ICS. Recuperado de

http://www.diba.cat/c/document_library/get_file?uuid=9d13ce48-e24f-4fc5-8fdd-be7c14b71385&groupId=7294824

Folgueira Lombardero, P. (2011). La idea de historia en el heavy metal español. *Tiempo y Sociedad*. N°3, 5-41. Recuperado de

<http://tiemposociedad.files.wordpress.com/2012/10/la-idea-de-historia-en-el-heavy.pdf>

Gallo Orbe, L.A (2012) *La influencia de facebook en las interacciones comunicativas de los adolescentes de 15-16 años del primer año de bachillerato*. (Tesis de fin de grado de comunicación social, Universidad Central del Ecuador).

Recuperada de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/713>

García Jiménez, A, López de Ayala, M.C, Catalina García, B (2013). Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Revista Comunicar*. N°41, 195-204. <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-19>

García Naranjo, M (2013) *La construcción de identidad en los jóvenes a través de las redes sociales*. (Tesis de fin de grado de psicología, Universidad de San Buenaventura Cali). Recuperada de

http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co:8080/jspui/bitstream/10819/1129/1/Construcci%C3%B3n_Red_Sociales_Garc%C3%ADa_2012.pdf

González, R (1999) La construcción de estereotipos andaluces por los medios. *Comunicar*. N°12, 101-106. Recuperada de

<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/821/b11330351.pdf?sequence=1>

Guil Bozal, A (1998) El papel de los arquetipos en los actuales estereotipos sobre la mujer. Revista Comunicar. Nº11, 95-100. Recuperada de

https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F262539.pdf&ei=fTKQU-XJF-nO0QXNoIDYBg&usg=AFQjCNHGwkv5NM00oqiCqsnaJyzmKiPIIA&sig2=f_puXCgJb8Y -MwrrRcSew

Hall, S (2004). Codificación y decodificación del discurso televisivo. Revistas UCM. Nº9, 210-236 . Recuperada de

<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/8162>

Hernández Toribio y Vígara Tauste (2011). Los jóvenes en la publicidad: el estereotipo collage y el recurso al humor como estrategias pragmalingüísticas de persuasión emocional. Jóvenes enredados. Nº93, 41-60. Recuperada de <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ93-06.pdf>

Lippman, W (1922) *La opinión pública*. Madrid. Langre.

Leiva Aguilera, J (2009) Situación y tendencias en relación a la información y la documentación. Baratz. Nº1, 1-49. Recuperada de

<http://www.baratz.es/portals/0/noticias/Redes%20Sociales J.Leiva Baratz.pdf>

Lozada, P (2010) Evolución de la web (Powerpoint). Recuperada de

http://profesores.elo.utfsm.cl/~tarredondo/info/networks/Evolucion_Web.pdf

Luis Marín, E, Onecha Celestino, B, Pigazo Nogall, V y Sánchez Iglesias, P (2008) Tribus Urbanas. USAL. Nº1, 4-49. Recuperada de

https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fdemos.usal.es%2Fcourses%2F129135139761%2Fwork%2F496502b2e4747TRIBUS_URBANAS.doc&ei=lTeQU8-4M_H70gXW3oGoBg&usg=AFQjCNE2L2IJFofP60jcEHZ1otdJtVbJ_Q&sig2=BCOFHN73BTfkyvoXazfokA

Maffesoli, M (1990) *El tiempo de las tribus: el declive del individualismo*. Barcelona. Icaria.

Magallón Martínez, R.C. (2013) *Fábrica de Metalheads: El arquetipo de la representación del aficionado al heavy metal en España*. (Tesis del máster en “Investigación en Comunicación y Periodismo”, UAB). Recuperada de <http://www.recercat.net/bitstream/handle/2072/216790/F%C3%81BRICA%20DE%20METALHEADS%20TESINA%20FINAL%20ROBERTO%20MAGALL%C3%93N.pdf?sequence=1>

Mejía Giraldo, J.F (2012) De la persuasión a la relación: convenciendo a la publicidad de su fin comunicativo. Pontificia Universidad Javeriana. N° 59, 78-91. Recuperada de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2433/1709>

Margulis, M y Urresti, M. La construcción social de la condición de la juventud. UNLP. Recuperada de http://correo2.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/mario_margulis_y_marcelo_urresti_-_la_construccion_social_de_la_condicion_de_juventud_urresti.pdf

Mastrodoménico Brid, H (2013) Publicidad, prejuicios y estereotipos: ¿Todo vale?. Expeditio. N° 13, 39-65. Recuperada de <http://revistas.utadeo.edu.co/index.php/EXP/article/view/793>

Molina, J.C. (2000) Juventud y tribus urbanas. Última década, N°13, 121-140. Recuperada de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19501306>

Mattelart, A y Neveu, E (2004) *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona. Paidós.

Montiel Roig, G (2004) La construcción de la identidad del “joven” en internet: apuntes sobre el consumo cultural y mediático de los jóvenes. Universitat de Valencia. Valencia

Naval, C y Sádaba, C (2005) Jóvenes y medios de comunicación. Revista Estudios de Juventud, nº68, 1-153. Recuperada de http://issuu.com/injuve/docs/revista68_completa_issu/89

Núñez López, C (2013) *El género musical black metal y su incidencia en el estado emocional de los estudiantes del décimo año de educación básica paralelos “a,b,c,d” del colegio de bachillerato “Victoria Vásconez cuvi” de la ciudad de Latachunga.* (Tesis de licenciatura de Psicología, Universidad Técnica de Ambato). Recuperada de <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/7288>

O’Reilly, T (2005) Qué es web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software. O’Reilly Network. Recuperada de http://elchinorarodemadera.com/wpcontent/uploads/2013/03/Web2punto0_by_Tim_OReilly.pdf

Platero Santos, B.C (2010) *Las tribus urbanas de rockeros y revolucionarios: una forma de identidad y expresión cultural.* (Tesis de licenciatura en Periodismo, Universidad del Salvador). Recuperada de <http://ri.ues.edu.sv/501/1/10136659.pdf>

Real Academia Española (2001) Estereotipo. En diccionario de la lengua española. 22ª ed. Recuperada de <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?id=GjMfKxpnTDXX2zAgetvg>

Rey, J (1999) Un nuevo arquetipo (masculino) para un nuevo consumidor (masculino). Revista Comunicar. Nº12, 61-69. Recuperada de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/844/b11383197.pdf?sequence=1>

San Martín Pascal, M.A y Rubio Gilo, A (2012) Subculturas juveniles: identidad, idolatrías y nuevas tendencias. Revista de estudios de juventud. N°96, 197-213. Recuperada de

http://www.injuve.es/sites/default/files/2012/45/publicaciones/Revista96_11.pdf

Suría, R (2010) Estereotipos y Prejuicios. Recuperada de

<http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/14289/1/TEMA%205.%20ESTEREOTIPO%20Y%20PREJUICIOS.pdf>

Tartajada Giménez, I, Araña Baró, N y Martínez Martínez, I.J. (2013) Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. Revista Comunicar. N° 41, 177-186. Recuperado de

<http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=41-2013-17>

Tinat, K (2004) Pijo/as. Una cultura juvenil de identidad social fluctuante. Revista de estudios de juventud. Revista estudios de juventud. N°64, 67-74. Recuperado de

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3255601>

Vargas, C.C.J (2012) Culturas juveniles y tribus urbanas: ¿Homogeneización o Diferenciación?. Praxis Pedagógica. N°13, 144-164. Recuperado de

<http://www.uniminuto.edu/documents/28709/1000002104352/Culturas%20juveniles%20y%20tribus%20urbanas%20-%20Carlos%20Juliao.pdf>

Vázquez Aguado, O (1999) Negro sobre blanco: Inmigrantes, Estereotipos y medios de comunicación. Comunicar. N° 12, 55-60 Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801209>

Vélez Quintero, A (2011) Construcción de subjetividad en jóvenes raperos y raperas: más allá de la experiencia mediática. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. N°1, 289-320. Recuperado de

<http://revistaumanizales.cinde.org.co/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/229/112>

Zarzuri, R (2000). Notas para una aproximación teórica a nuevas culturas juveniles: las tribus urbanas. Última década. N°3, 81-96. Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362000000200005

7. Anexos

Entrevistas a aficionados heavies

Anexo 1: Entrevista a Daniel Salas Gamero

Nombre: Daniel Salas Gamero

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Aficionado a la música heavy desde que tenía 13 años. Mi relación viene desde que mi hermano me enseñó con esta edad este tipo de música. Y a partir de ahí me gustó y formé un grupo de música relacionado con el heavy

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

Porque forma parte de mi vida en mi forma de pensar y expresarme ante la sociedad

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

Libertad, en el sentido de romper con los convencionalismos sociales y poder expresarme libremente.

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a este mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

¿Por qué?

En general es positivo ya que somos gente pasional que mostramos nuestros sentimientos tanto en la música como en la forma de expresarnos. Y somos gente respetable ya que tenemos una cultura musical no sólo dentro del heavy, sino en otro tipo de géneros.

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

Lo extremo ya que escuchamos música que algunos la pueden considerar como extrema. Es decir, que se sale de lo normal, de lo que habitualmente se escucha.

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

7, porque hay grupos muy buenos (mago de oz, marea, extremoduro, tierra santa, war cry, Saratoga... entre otros). Y me gustan fundamentalmente por las letras de sus canciones y por ese ritmo tan peculiar que poseen.

No obstante, me gustan más en inglés que en español porque suena mejor así y por estoy habituado a ello.

Por otro lado, también los grupos en inglés lo tienen más fácil que los de España ya que son mejor acogidos por el público en general

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente (en ocasiones)

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Porque suelen traer a grupos extranjeros a eventos en ocasiones y eso mueve mucho dinero. Aunque sea de manera esporádica.

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

- Ha cambiado positivamente
- Sigue igual
- Ha cambiado negativamente
- Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

Ya no nos tratan como personas violentas, aunque si en ocasiones parece que se nos ven como personas oscuras

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

- Han tenido un papel fundamental
- Han tenido un papel importante
- Apenas han contribuido
- No han contribuido

¿Cómo?

Obviamente, depende del medio. Pero en general han tenido un rol negativo ya que hay mucho desconocimiento por parte de la sociedad de lo que es ser heavy, y la poca información que les llega es negativa (palizas....) por parte de los medios.

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

Porque la gente, pese a que compre los periódicos para informarse, no se creen todo lo que pone en ellos (sobre todo en la forma) y es por ello que no creo que piensen que todos los heavys somos como nos plasman los medios.

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

En general no, porque han sido normales en el trato. Yo no he visto que me tratasen de manera diferente a otras personas

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

Sobre todo porque hay noticias muy negativas que fomentan el estereotipo negativo del heavy, tildándonos con adjetivos mal sonantes o generalizando sobre nuestra tribu

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen en los medios informativos?
¿Cuáles?

Hay diferencias ya que los medios informativos se centran fundamentalmente en lo malo, amplificando el estereotipo negativo del heavy, y sin embargo la publicidad nos tiene una consideración más neutral mostrándonos como una tribu urbana más pero con nuestras características particulares

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

No, la gente con la que me relaciono me acepta tal y como soy

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos de los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

8, gracias a las redes sociales los heavies se han podido dar más a conocer y hacer llegar a gente que es ajena al género

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

3, no perpetúan el discurso ya que hay mucha más información y muchos más puntos de vista, con lo cual el usuario en cuestión puede tener una perspectiva más global y poder tener una visión más certera de lo que es el heavy metal, y lo que es ser heavy

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

2, porque los heavies tenemos en las redes sociales un poder activo de involucración en las opiniones y en los contenidos, con lo cual se diluye esa única visión que ofrecen los medios de comunicación.

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

Conozco a gente que no son heavies pero que tengo una buena relación con ellos. No nos importa mucho la tribu urbana a la que pertenezca una persona

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

Buena, porque no se dejan llevar por el estereotipo de una tribu, nos ven como personas

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...fotos

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Porque tiene muchas herramientas para poder expresarte de muchas maneras

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Sí, la cultura heavy se da más fácilmente a conocer y puedes informarte de conciertos u otro tipo de eventos relacionados con el heavy.

Anexo 2: Entrevista a Antonio Jesús Estrada Arroyo

Nombre: Antonio Jesús Estrada Arroyo

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Empecé con 9-10 años a escuchar pocos grupos. Con los años he ampliado mi cultura musical y a los 11 empecé a tocar el bajo. Y desde hace sobre todo un par de años, estoy más inmerso en el heavy

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

Porque todo lo que te rodea está relacionado con el heavy: vestuario, música, gente con la que te relacionas....

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

Una vía de escape, una forma de entretenimiento y de diferenciarme con los demás (teniendo en cuenta mi propio estilo). En definitiva, algo que me caracteriza.

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a este mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

¿Por qué?

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

Violento porque el heavy tiene una actitud más intensa y hardcore que otros estilos musicales (y esto se malinterpreta). Música ruidosa porque es una música que se sale de lo convencional y esto lo califican como ruidosa. Y frikis o macarras, porque alguna gente no entiende el comportamiento de los heavies (refiriéndose a los frikis) y macarras por la vestimenta que presentan los heavies que normalmente se asocia con gente “chungu”

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

Ser diferente. No eres el típico prototipo de persona que escucha los 40, que se viste de una determinada manera....

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

8, Es diferente del inglés, y a mí particularmente me viene bien porque lo entiendo mejor. Desde hace 4 o 5 años han salido bandas muy buenas y competitivas que si se les incentivan económicamente, pueden tener un hueco incluso en el panorama internacional.

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Muy minoritario, por el propio género las discográficas (en algún sentido lo van a excluir). Tienes que currártelo por cuenta ajena, pero si te lo planteas bien incluso puedes hacer negocio. Creo que el heavy está en ascenso gracias a la red.

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

Sigue igual, no he notado ningún indicio de haber mejorado.

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

Por ejemplo, los medios echaron la culpa de que un niño escuchaba heavy (concretamente a Marilyn Manson), y que fue por ello por lo que mató a una persona. Esto me parece despreciable y que a muchas personas que ven estos medios se lo han creído

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

Por 2 motivos. A mucha gente no le gusta el heavy, y eso sumado a que los medios fomentan el odio al heavy, ha repercutido negativamente para el sector heavy (la gente ha terminado creyéndose esto). Y realmente esto es una pena

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

En un principio sí, pero es sobre todo por el impacto visual por lo que nos juzgan de manera negativa. Hay bastante gente que se han creído estos estereotipos. Y creo que fundamentalmente es porque la gente no tiene conciencia crítica para tener una opinión más allá de lo que se establece por los medios o por otro tipo de agente social

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

No sólo por las noticias negativas, también por las cadenas de televisión musical. Cuando se habla de algo negativo acerca del metal siempre se encuadra dentro de la sección de sucesos dentro de la prensa y no dentro de cultura. Y esto es realmente no ayuda.

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

Hay poca diferencia entre uno y otro porque se habla poco en ambos. Aunque sí en las noticias si se fomenta algo más la negatividad de este estereotipo que en la publicidad.

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

Depende de la persona, pero sí que supone una cierta marginación por la diferencia que supone este género. Podemos decir que el heavy siempre va a ser el apestado

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

5, En las RRSS hay gente de un lado y de otro (refiriéndose a gente que margina al heavy y otra a la que le gusta este sector)

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

2, en las redes la gente va a su bola. El que tiene amigos heavies va a seguir a otros heavies....

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

2, es posible que siempre haya el típico que pone posts en las RRSS. Pero realmente, como he dicho, en las RRSS cada uno va a su bola

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

Antes de venir a Málaga (en mi pueblo) hay pocas personas que les guste este género. Digamos que hay bastantes personas en mi entorno que no son heavies.

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

Buena, no han dejado de hablar conmigo. Tengo lazos de amistad con ellos. Creo que la sociedad ha avanzado mucho en ese sentido (refiriéndose a la tolerancia hacia los heavies).

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Gracias a Facebook he encontrado a otras bandas, grupos y música muy buena que acceder a ella me hubiera sido imposible sin Facebook.

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Sí, en general encuentras mucha gente joven, encuentras mucha gente nueva, festivales que tendrías a los que tendrías que buscar mucho más para encontrarlo.... En general me ha aportado mucho en ese sentido.

Anexo 3: Entrevista a Federico Escudero Clares

Nombre:

Federico Escudero Clares

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Se limita al gusto por la música y a la forma de divertirse un viernes por la noche: la música es un factor crucial. La forma de compatibilizar con la gente es más fuerte cuando tienes gustos musicales similares

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

Principalmente, es un género musical (pero si te gusta mucho, es una filosofía). Se puede meter en un saco a todos y sobre todo, es el sentimiento de pertenencia al grupo (el que te hace diferenciarte y sentirte mejor). Es sentirte exclusivo por el tamaño de la comunidad.

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

El gusto personal a esta música. Es una forma de rebelarme contra lo establecido. Y a la vez es un refugio por la evasión que te da este género musical.

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a éste mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

¿Por qué?

La gente lo ve de una forma negativa porque rechaza lo diferente. Pero realmente no está justificado. Hay vicio, pero realmente no más que en otros sitios. La gente que escucha esto normalmente suele ser buena gente (al menos con los que yo me he juntado)

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

Un grupo minoritario de gente rara, de gente que no es como ellos. Creo que nos pueden ver como gente violenta aunque sin motivos para justificarlo

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

6. No tengo un gran conocimiento del Heavy Metal en español. Hay mucha calidad pero poca innovación. Y creo que así la música no avanza (hay que dar cabida a lo nuevo).

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Siempre ha existido y siempre va a existir. Siempre ha estado pero es minoritario. Y esto es un logro que realmente ninguna música lo ha hecho.

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

No hay publicidad relativa al heavy. Y por tanto no se puede considerar que haya habido un cambio

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

La prensa ha hablado muy mal de grupos heavies, y realmente quiere disipar a la gente que escuchaba este tipo de música. Pero lo prohibido gusta, y eso ha fomentado en cierta medida el interés por este género.

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

Los que se han creído estos estereotipos han hecho mucho mal. En el sentido de que hay mucha gente que hace propaganda negativa de esto (delincuencia, violencia...)

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

Sí, la gente es muy moldeable porque si le dices algo pueden que se lo crean. Y éstas, se pueden andar con mucho recelo ante los heavies.

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

La TV habla poco pero cuando habla, mete la pata porque sólo utiliza malos ejemplos, y al hablar sólo de lo malo estas sesgando información.

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

Sí, en la publicidad se intenta vender al heavy friki o cachondo y en los medios lo que se intenta es demonizar al heavy

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

No, nunca me han tachado negativamente por ser heavy

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

7, En las redes sociales, se refleja tal y como somos. No hay tanta diferencia entre una persona “normal” y un heavy.

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

3, las RRSS suelen ser de gente joven y entonces tienen un pensamiento diferente. Pero es por el hecho de que hay un público distinto en ambos medios (en general). Hay una indiferencia con respecto al género en las redes sociales

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

4, El heavy se junta con heavies pero da esa sensación de humanidad. Nos divertimos aunque buscamos lo mismo (No hay tanta diferencia). En definitiva, no hay una idea tan negativa.

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

Desde pequeño, o desde el ámbito que me veo forzado a estar. Tenemos gustos parecidos pero cada persona tiene su personalidad. Aunque después salga a sitios a buscar lo que me gusta (heavy)

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

Buena, yo valoro a personas y si en un momento tengo que valorar a una persona lo valoro por cómo es.

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros: Ver posts relacionados con mis gustos

¿Por qué?

Porque hace relativamente poco tiempo que tengo Facebook, y he sabido saber seguir a personas que realmente me han interesado.

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Realmente no soy capaz de controlar lo que realmente la gente sabe de mí. No de forma imperativa pero me gusta tener un poco de control sobre la interacción.

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Sí, porque se normaliza la situación del heavy y se da a conocer. La información se personaliza y puedes llegar a conocer nuevas cosas (como por ejemplo el heavy). Da lugar a nueva información

Anexo 4: Entrevista a Juan Ríos

Nombre: Juan Ríos.

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Siempre, desde pequeño, hay un estilo de música que te llama la atención más que otro, poco a poco, vas buscando un estilo musical, y a lo largo del tiempo, ya sabemos lo que sucede, una canción lleva a otra y ésta a otra, hasta que llega esa canción que te llena, que te hace vibrar y así empiezas a indagar en ese género musical hasta que por fin te das cuenta de que es el tuyo.

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

Para mí, ser heavy es un género musical.

Siempre hay de todo en el mundo del heavy, tal y como muestra esta pregunta, hay desde personas que hacen de él una filosofía de vida como personas que lo usan para establecer bases y relacionarse con los demás.

Para mí, ser heavy es dejarte llevar por ese género musical, sentir esas canciones, vivirlo y reflejarlo e ir a conciertos de tus grupos favoritos.

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

Representa ese género musical que me llena, que suelo escuchar todos los días, a casi todas las horas, siempre que el tiempo me lo permita, representa un grupo de personas unidas en torno a un género musical, un grupo de personas que se apoyan entre sí, que se relacionan y se unen cada "X" tiempo para ver a sus grupos y artistas favoritos.

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a éste mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

¿Por qué?

Negativo, por: Vicio, drogas, música ruidosa.

Actualmente nos encontramos en una sociedad en el que el gusto por la buena música va en decadencia, gusto por la música rock, heavy etc. Son complicados de encontrar en adolescentes e incluso en jóvenes, hoy en día predomina la música electrónica o “Reggaeton” y los adolescentes y jóvenes se decantan por este estilo. Además, el ambiente heavy o rock es más “duro”, música distinta, que no han escuchado y por lo tanto que no es de su gusto, llegándola a llamar “ruido o aporrear guitarras” además, mucha gente relaciona el heavy o rock con drogas... puede ser por el ambiente en el que se mueve el estilo musical, o por el aspecto de los componentes del grupo o de sus fans.

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

Actualmente, la sociedad mira a los heavies con recelo, con un poco de suspicacia, desconfiando un poco principalmente por nuestro aspecto.

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

Positivo, 8.

Dentro del género “Heavy” encontramos muchos subgéneros que pertenecen a esta categoría. En España hay muy buenos grupos de heavy, como Saratoga y Stravaganzza, éstos son sólo dos ejemplos de grandes grupos, aunque hay muchos más. Además encontramos al magnífico grupo “Mago de Oz”, del que todo el mundo ha oído hablar y, aunque la gente no lo crea, pertenece a una subcategoría del heavy. Este grupo actualmente se encuentra en auge y le gusta a un amplio sector de la sociedad actual, reflejando en sus canciones buenas letras, buenos punteos y solos de guitarra, buen ritmo con la batería y mucha fuerza.

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Muy minoritario.

Básicamente porque el sector al que le gusta el heavy es digamos “escaso”. Además, hoy por hoy con internet, poca gente va a una tienda a comprar un disco del grupo que le gusta, la mayoría se lo descarga por internet porque es más cómodo, más fácil que desplazarse a buscar el disco y sobre todo, gratis.

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

En general, desde mi opinión, no he notado cambios en los estereotipos del heavy en publicidad. Se nos sigue viendo de manera negativa como se nos veía anteriormente

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

Han tenido un papel importante.

En la mayoría de programas de televisión, muchas veces sólo se muestra la cara oscura de las cosas, simplemente por el morbo que le da al público, etc. Normalmente hay escándalos en diferentes géneros musicales, que con la ayuda de la prensa rosa y demás, se potencian.

Además, el heavy es un género que “tira” mucho en este aspecto, es decir. Normalmente los escándalos de los grupos heavies (si son famosos) dan la vuelta al mundo, y la prensa y demás sólo sacan a la luz las cosas malas de un determinado grupo, haciendo creer al público que todos los grupos son así y que éste género incita sólo a cosas negativas.

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

La mayoría creen que se corresponden con la realidad.

Simplemente porque gracias a ese bombardeo de imágenes, vídeos, rumores, montajes, escándalos etc. que han salido a lo largo del tiempo en televisión y gracias digamos al “lavado de cerebro” o “comida de coco” que hacen los medios con sus estereotipos, consiguen que la mayoría de personas mire a este género con recelo, sin ni siquiera documentarse sobre él y probar a escuchar algún tema de algún grupo.

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

Sí. Porque en la mayoría de los casos sólo muestran el lado negativo de algunos grupos, y no todos son así, y no todo en éste género es negativo, al contrario, hay muchas cosas positivas. Sin embargo, la sociedad sólo se queda en la superficie de lo que le muestran los medios de comunicación, que no siempre es cierto. Si profundizasen más en el género, verían que hay muchísimas cosas buenas y que realmente es una música increíble y en la mayoría de los casos, muy profunda.

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

Desde la televisión, por lo que podemos encontrar en diferentes películas y series, donde vemos, que en muchos casos el asesino, o drogadicto, o antisocial es el heavy.

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

Sí.

En mi opinión, los medios informativos representan los estereotipos según su conveniencia, es decir, no es lo mismo por ejemplo como puede representar un estereotipo el periódico El Mundo y como lo representa el periódico El País.

En cambio, los estereotipos representados en publicidad van dirigidos a que el “consumidor” sienta afán de placer y necesidad a la hora de identificarlo.

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

Sí.

Porque el estereotipo que se le ha dado al género heavy y por lo tanto a los heavies suele ser mayormente negativo, un estereotipo relacionado con drogas, violencia, etc. Esto hace que este sentimiento de desconfianza y recelo hacia los heavies se potencie mucho más, estableciendo conductas discriminatorias hacia nosotros mismos.

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

9. Ha cambiado de manera positiva.

Gracias a las redes sociales, cada vez más gente dice lo que piensa, y por lo tanto esto potencia el pensamiento autónomo de la persona, lo que hace que cada uno muestre su opinión y no se deje llevar por los medios de comunicación de masas. Esto hace, por ejemplo, que cada vez hallan más personas que enfatizan con el género heavy, lo que hace que poco la opinión de muchas personas vaya cambiando.

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)
¿Por qué?

5.

Depende del tipo de red social en la que nos encontremos, y si esta red social pertenece a una persona independiente y autónoma, ya que ésta según su criterio dará la opinión de un determinado estereotipo sin importar el discurso u opinión de los medios de comunicación. En cambio, si la red social pertenece a alguna entidad privada que enfatice a favor o en contra de un determinado estereotipo, dicha red social le dará la razón, sin importar la opinión personal de sus autores.

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

5.

Como he dicho anteriormente depende del tipo de red social y de la propiedad de la misma

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

Mucho.

En mi caso, interactúo con toda clase de personas, sin importar el género musical que escuchen, eso sí, siempre deben respetar mi género musical, sino, lo único que se conseguirán será que se produzcan discrepancias entre nosotros. Además, siempre les muestro algún tipo de canción que yo considero muy buena, para que aquellas personas que piensan que el heavy es sólo ruido, cambien de opinión, eso sí, yo respeto todos los géneros musicales, me gusten o no.

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

En mi caso es una opinión favorable.

Interactúo con personas que aunque no son heavies, la mayoría respeta el género musical, y algunas incluso muestran una opinión positiva con respecto a determinados grupos o canciones.

La opinión que tengo de las personas no depende del género musical que escuchen, dependen del respeto con que me tratan a mí y al respeto que sientan por mi estilo musical.

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Positiva.

Permite dar tu opinión personal, además permite socializarte con el resto de personas, conocer páginas interés, seguir las últimas noticias, etc.

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Sí.

Permite extender la “cultura” heavy, ya que podemos encontrar múltiples páginas sobre grupos de heavy e incluso sobre la historia del heavy.

Permite relacionarte con personas que sientan predilección por este género musical y a través de ella acceder a determinados foros.

Permite dar a conocer a grupos que se encuentran “floreciendo” grupos que pueden llegar a convertirse en famosos, y lo consiguen gracias a la creación de éstas determinadas páginas en Facebook que hacen que se den a conocer.

Permite conocer las últimas noticias sobre este género, y contemplar que no son “todas” noticias negativas.

Anexo 5: Entrevista a Lucas Wassaul Barragán

Nombre: Lucas Wassaul Barragán

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Soy aficionado de este género desde los 12 años cuando me empezó a interesar la música de verdad, y poco a poco me fue interesando más hasta convertirse en una de mis grandes pasiones en la actualidad

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

Para ser heavy tiene que gustarte este género musical, no se es heavy por vestir como tal si no te gusta ese tipo de música.

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

Para mí el heavy metal representa poder diferenciarme con los demás escuchando la música que me gusta

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a éste mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

¿Por qué?

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

La gran mayoría de gente ajena al mundo del heavy ve este estilo como algo negativo, creen que escuchar heavy incita a la gente a ser violentos, a tomar drogas, también hay mucha gente que no considera el heavy como música, sino como ruido.

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

Para la sociedad ser heavy es sinónimo de ser malo, violento, sólo por los estereotipos.

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

8. Positivo, es un género que en la década de los 80 tuvo su época dorada, y ha estado siempre muy influenciado por los grandes grupos precursores del heavy.

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Minoritario, no es un estilo muy común entre la sociedad

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

Sigue igual, es algo que a la gente no le preocupa demasiado.

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

Apenas han contribuido, la gente que tiene una opinión negativa de los heavies no es por los medios de comunicación, sino por sus ideales.

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

La mayoría creen que se corresponden con la realidad porque es lo que han pensado siempre.

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

Sí, porque es más fácil pensar así.

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

Internet, porque es donde hay más libertad de expresión y donde todos pueden opinar y decir lo que piensan.

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

Depende de los medios informativos, aunque los estereotipos de los heavies siempre se verán igual.

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

Para algunos supone un problema dado que pueden que los vean como gente mala sólo por escuchar un estilo musical diferente

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

7. Ha cambiado de manera positiva, por el hecho de que en las redes sociales todos pueden dar su opinión, y así hacer saber a los demás que por ser heavy no se es peor persona que alguien que no lo escuche.

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

3. Creo que en las redes sociales hay más diversidad de creencias acerca de los estereotipos.

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación?
¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

5. Creo que en las redes sociales la representación se mantiene por la diversidad de gente que dan su punto de vista.

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

Interactuamos con gente independientemente que sean heavies o no, solo depende que sea buena persona y que respete los gustos.

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

La opinión depende de cómo sea esa persona.

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Positiva, te permite tener contacto con gente de todo el mundo y aparte también puede servir para estar informado de tus intereses personales.

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué

Facebook aporta como beneficios el poder conocer a gente heavy que antes no he tenido el placer de conocer porque estaba en otra parte del mundo

Entrevistas a los administradores de páginas

Anexo 6: Entrevista al administrador de la página "heavy metal total"

Nombre: Francisco Javier López Delgado

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Conocí el rock a la edad de 11 años...Obviamente empezó con The Beatles y es una evolución hacia los diferentes tipos de rock al momento en que te "enredas" en esta música, luego vino el acercamiento al género heavy con los grupos de la NWOBM (1983 aprox...) Judas Priest, Iron Maiden, Motorhead principalmente...Scorpions, etc. En USA estaba en su auge el Glam Metal con Motley Crue, Ratt, Twisted Sister, Quiet Riot; también surge el Thrash, Metallica, Exodus, Megadeth, Slayer, Overkill, Testament. Y de ahí para el real...(como decimos). Ya son más de 33 años en este mundo fascinante del rock y el heavy en todos sus géneros y subgéneros.

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

Lo es todo, es una mezcla de lo que mencionas, obviamente es un género musical, sin embargo te apasiona tanto que llega a ser una filosofía de vida que en verdad te ayuda a relacionarte con los demás a los que le gusta este género. Esa es una gran diferencia en los "miembros" que le gusta el Heavy Metal...somos más una familia que un grupo de gente con gustos musicales en común. Nos vemos más como una sociedad interna...aunque la sociedad muchas veces trate de excluirnos, estamos en inmersión en ella y participamos a nuestra manera, no somos excluyentes.

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

Principalmente un escape, una pasión, una manifestación de mis preferencias y lo principal que te hace ser tu mismo, la libertad de escuchar los que te gusta, lo que te motiva y lo que te identifica.

Llega a establecerse como algo primordial, no es algo pasajero...esa es la diferencia con los demás géneros musicales.

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a éste mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

¿Por qué?

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

Desgraciadamente se estereotipa demasiado, y es negativamente. La sociedad en general es muy manipulada por los medios de comunicación que obviamente al no ser un género rentable económicamente para ellos, no lo apoyan y tratan de satanizarlo sin tener el más mínimo respeto por la gente que lo elabora, que lo crea. Realmente es una verdadera lástima esta situación.

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

Según ellos somos unos inadaptados sociales, sólo juzgan sin conocimiento de causa, el heavy metal nace en los 70, crece y madura en los 80s...los fans veteranos (como un servidor) tenemos familia, un empleo fijo, convivimos en la sociedad y lo más importante, contribuimos activa y económicamente en ella, no todo es malo como ellos creen.

Realmente para saber de esto “hay que estar dentro”, por fuera es muy fácil acusar sin conocimiento.

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

Positivo, en general lo pongo en un 8. Hay buenas bandas y muy buenos músicos que han sabido dar su toque distintivo. Es algo que se debe imprimir en la música, algo que te identifique y puedas señalar como propio. En este género sale a relucir quien trata de copiar, imitar o ser similar a alguien más y eso no te lo perdona la comunidad heavy metalera.

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Por lo que tengo conocimiento es minoritario, no llega a ser muy solvente económicamente y eso es en general muy similar en todos los países. Lógicamente que hay grandes bandas que llegar a ser una verdadera minita de oro, casos contados por no ser un genero apoyado ni por medios de comunicación ni siquiera. Triste realidad.

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavys

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

Creo que ha surgido otro distinto, antes eran los “greñudos ruidosos” ahora son “satánicos”, “pandilleros”, “gente sin quehacer”, “inadaptados sociales”, “agresivos”...

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

Como comente anteriormente son los que han definido a la gente heavy metalera, desgraciadamente si fuéramos un “negocio redondo” como lo son otros “géneros” como el pop, baladas etc.....No estaríamos catalogados de esa manera. Además no olvidemos la temática que toca el heavy metal (crítica social, libertad, crítica política) son cosas que generan molestia entre los gobierno y que está claro que controlan los medios de comunicación a su antojo en todo el mundo.

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

Por supuesto que se lo creen y que no corresponden a la realidad, sin embargo existe mucha gente conformista, agachona, manipulable a más no poder...que no investigan, no conocen lo que es la comunidad heavy en el mundo. Por eso repito, para saber qué es esto hay que estar dentro.

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

Definitivamente, así es. Gente amarrada a la caja idiota que es la T.V. principalmente, la prensa casi no publica y si lo hace es de manera negativa, y aún así el genera se ha mantenido más de 40 años y está muy por encima y consolidado que otros "géneros pasajeros de moda".

Y claro que te juzgan...es mucho más fácil juzgar que investigar.

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

Televisión principalmente, prensa después, la radio e internet se han abierto más a la recepción de este género. ¿Por qué? porque sencillamente no es tan fácil manipular por el trato más directo de interacción con la comunidad...ve la T.V., no interactúas solo recibes información, la prensa igual sólo la lees te bombardean con falsa información. El resultado final es que te manipulan.

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

Creo que es lo mismo, salvo internet, ahí es más fácil expresarse y hacerse notar porque tú en cierto modos controlar más lo que ves, lo que publicas, lo que compartes...La publicidad, no lo olvidemos es negocio, si no eres negocio no hay publicidad y punto.

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

No creo, simplemente vive y deja vivir, claro que si es molesto que te discriminen, sin embargo el heavy metalero disfruta en general el no ser como los demás (no ser del montón) somos gente con personalidad propia.

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

Han cambiado favorablemente, ¿Por qué? Porque como mencione es un medio más “personalizado”. Aquí interactúas más libremente, publicas, sigues y crees en lo que a ti te gusta no tanto en lo que te quieran imponer. Lo más favorable es la diversificación de géneros, músicos, propuestas que hay en todo el mundo. Y esto es algo que hubiera impactado inimaginablemente en la década de los 80`s. Le doy un 9 de calificación ya que también como ayuda también puede perjudicar.

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

Lo cambian porque muestran una realidad más acorde a lo que realmente es, aquí si puedes ver las diferentes opciones existentes, opinas y ya, seleccionas tus verdaderos gustos. Un 1 por esa tendencia positiva de cambio.

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

Afortunadamente no lo refuerzan, al contrario lo desenmascaran y nos damos cuenta que todo es una manipulación. Mi valoración es un 2.

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

Por supuesto. Estamos en una sociedad, no puedes evitar o sustraerte de ella, hay tiempos y lugares para todo, obvio que tu mayor interacción con gente heavy ya que para uno es lo mejor pues son gente con tus mismos gustos.

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

Se respeta. El hecho de no ser heavy no significa que no puedas interactuar, si tu pides respeto a tus gustos debes empezar por respetar. Además hay muchas actividades diarias que tiene que ser con gente ajena no solo a tus gustos musicales sino de creencia religiosa, política, social, cultural, etc., y como dije ante primero el respeto y tolerancia.

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Como todo tiene sus dos polos (positivo y negativo) todo depende como lo enfoques y manejes a tus necesidades y gustos.

¿Por qué? hay que aprovechar las ventajas y facilidades que representa este medio y minimizar las desventajas y malos manejos que se puedan dar enfocarte en lo bueno.

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Muchos. Si eres una banda que empieza, te puedes promocionar, conoces gente del otro lado del mundo con tus mismos gustos, te sientes apoyado “en tu locura musical” por otra gente, escuchas música que quizá nunca podrías tener a tu alcance. Esto es una globalización impresionante y al instante.

Anexo 7: Entrevista a la administradora de la página de Facebook “Amantes del Heavy Metal”

Nombre: Vanesa Sempere Tari

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Empecé a escuchar heavy cuando tenía 15-16 años, mi 1º grupo Barón Rojo, luego empecé a escuchar a Ñu, twisted sister, maiden, raven, ozzy, helloween... lo típico.

Actualmente me fascina este tipo de música, suelo escuchar heavy metal, sobre todo hard rock macarra y divertido, e incluso un poquito de thrash, pese a haberme pasado la vida estudiando ahora mismo trabajo de camarera, ya que no tengo otra opción por la situación tan caótica del país.

Me gusta el estilo de los años 80 / 90, he tenido temporadas de ir a todos los conciertos y festivales de la península y lo he pasado en grande, antes éramos una minoría, los conciertos eran muy asequibles, pero ahora creo que 4 gatos se llenan los bolsillos a costa de nuestro fanatismo y he decidido aparcar el tema conciertos de momento, no tiene lógica que en países como Alemania donde se gana el doble y el nivel de vida es mucho más alto, hay festivales con grupos de caché “por dos duros” y en España abusen tanto de nosotros, creo que son unos aprovechados, los grupos tienen los mismos cachés aquí que en otros países por esa regla de 3 tendríamos que tener precios más bajos, lo veo indignante, pero como estamos en un país de sinvergüenzas, ¡quién puede robar roba y no sólo lo hacen los políticos!

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

Un género musical

Para mí fue una forma de vida, pero acabó decepcionándome muchísimo, sobre todo la gente, la superficialidad de este mundillo, lo sectaria y egocéntrica que es mucha gente en este ambiente, ahora simplemente es la música que me gusta y punto.

Habría que diferenciar diferentes tipos de heavies antes de seguir con la entrevista:

-Lo hay tipo "True" (50% "espero"), que conocen todos los grupos y todos los discos, incluso de grupos de no existen, a un buen "true" si le preguntas por ejemplo: "Por los cacatúa Canadienses" (inventado totalmente, y basado en hechos reales el ejemplo), te va a decir que son la hostia y que tiene sus discos originales en vinilo.... No pueden no conocer ni un solo grupo, y detestan a todos los que tengan una colección inferior a 1000 cds en su estantería, son superficiales y como dice un colega mío: Muchos de ellos tienen más parches en el chaleco que neuronas en el cerebro. Mucha de esta gente no habla de otra cosa que no sea la música, desprecian a los demás que no son igual que ellos, y son capaces de escuchar auténticos bodrios con tal de ser los únicos que conocen a esos grupos. Desgraciadamente me topado e incluso he salido con este tipo de gente y solo te hace sentir vacía, se gastan su sueldo íntegro en discos, complementos, conciertos... y aunque tengan 60 años se quedan estancados, sin vida, sin hijos (muchos de ellos), sin buenos trabajos, es muy lamentable para mi gusto no madurar y llegar a determinada edad y ser de este grupo de "heavies", que dejan de ser personas humanas con valores propios de empatía para empatizar solamente con heavies.....

-Luego está la gente normal que escucha heavy (50%), que seguramente sea tan fanática o no como los del 1º grupo, pero no necesitan estar continuamente demostrando socialmente lo heavies que son, y despreciando al resto de personas, lo sienten y si les apetece ponerse una camiseta, o un complemento heavy o comprarse 3 discos lo hacen pero sin "fliparse", sin necesidad de ir a comprar el pan con muñequerías de pinchos de medio brazo, o decir barbaridades como... (Una vez escuche esta lamentable frase: esa chica no puede montar en mi coche ya que no es suficientemente heavy).

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted? ¿Por qué?

El gusto hacia la música que me gusta, se podría decir que en cierta manera representa una forma de evadirme o liberarme de la rutina.

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a este mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

¿Por qué?

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

Lo ven de forma muy negativa (fundamentalmente por la violencia y el vicio) y en parte tienen razón por ese porcentaje de gente sectaria y sin valores humanos que hay metida en este mundo, y esto hace que nos engloben a todos por igual.

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

¿Qué representa? Sinceramente si yo tuviera una entrevista de trabajo y me preguntan qué música me gusta, nunca diría que heavy, me da incluso vergüenza decirlo abiertamente fuera de este mundillo, por la mala visión que tenemos cara a la sociedad por culpa de déspotas descerebrados.

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

Mi valoración 7. Los grupos de heavy metal españoles muy respetables, me gusta mucho el heavy en español ya que lo entiendo mejor, el heavy metal en España como negocio, sobre todo los que organizan los conciertos y festivales, no tanto... un negocio que es una estafa, 4 gatos que se están llenando los bolsillos a costa del fanatismo de la gente (ya lo he dejado claro en la introducción)

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Hay mucho dinero que circula para el heavy metal, pero lamentablemente sólo se queda en unas cuantas manos, no llega a los grupos minoritarios.

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

Sigue igual, tenemos mala fama y punto, no creo que por salir un heavy en un anuncio, majo simpático y educado va a cambiar la visión social que tenemos desde hace 30 años....

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

Apenas han contribuido, nos lo hemos ganado nosotros totalmente, quién no tiene la típica estampa en la cabeza de los heavies con las litronas y los porros en el parque, tirados armando escándalo, aunque solo sean 4 en cada ciudad, llaman mucho la atención y nos meten a todos en el mismo saco.

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

Creo que es la mayoría ya que por el comportamiento de unos pocos descerebrados, nos juzgan a todos los demás

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

No juzgan por los estereotipos negativos de los medios de comunicación ya que casi nunca salimos en los medios y por tanto, no da pie a que tengan mala imagen nuestra por los medios

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

Aunque creo que no influyen mucho los medios en este estereotipo, si que en ocasiones se da una mala imagen del heavy en estos medios

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

No creo que haya diferencias muy sustanciales entre la publicidad y la prensa, en lo que se refiere al tema de los estereotipos

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

Principalmente los problemas que sufrimos son porque la gente no sabe lo que para nosotros significa el heavy metal. Y es por esto, por lo que algunas personas nos rechazan o miran mal

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

6, Puesto que considero que no hay un estereotipo que emite los medios de comunicación, no creo que haya un cambio muy sustancial entre uno y otro

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

3. Son diferentes discursos fundamentalmente porque los medios están controlados fundamentalmente por el dinero, y entonces sólo sacan lo que los directivos creen que puede generar más rentabilidad económica. Sin embargo, en las redes sociales cada uno se puede expresar y eso hace que haya más de un discurso predominante

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

1. Como ya he dicho antes no lo refuerza

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

Bastante, tengo amigos que les gustan mi música y muchos que no.

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

Las personas que interactúan conmigo son buenas personas independientemente de la música que escuchen.

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Negativa. Solo tengo a amigos y familiares, es un arma de doble filo.

Por una simple publicación de tus vacaciones, das manga ancha a que roben en tu casa. (Por ejemplo)

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Si es muy beneficioso, si te metes en páginas heavies compartes experiencias, conoces gente, conoces grupos, no es malo interactuar entre personas con aficiones similares

Anexo 8: Entrevista al administrador de la página “Santuario del heavy metal”

Nombre: Juan Reguero Rodríguez

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Me entró el gusanillo del heavy sobre los 15 años cuando en el instituto escuche en un radiocasete a Barón Rojo y hasta hoy que tengo la módica edad de 46. En 2006 se me ocurrió de crear la pagina “Santuario del Heavy Metal” con el objetivo principal de dar a conocer bandas españolas noveles, realizar críticas de sus maquetas o discos, entrevistas con componentes de estas bandas, realizar crónicas de conciertos, etc.... y desde “Santuario del Heavy Metal”, queremos darlas a conocer al mayor público posible.

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

El que te guste el heavy principalmente es por la música, pero cuanto más escuchas y te preocupas de saber que dicen las letras, te vas identificando con ciertos ideales y maneras de hacer las cosas, no todo tiene que ser como te dicen ciertos poderes (políticos) En definitiva una manera de alzar la voz por medio de la música.

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

A parte de lo dicho anteriormente, a parte de mi familia, toda mi vida de una manera o de otra gira en torno a la música que me gusta.

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a éste mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

¿Por qué?

Pues porque poca gente se para de verdad en escuchar la música, ni tan siquiera la que ellos dicen que les gusta, por poner un ejemplo en Facebook “lady gaga” tenía unas diez veces más amigos que Iron Maiden sin embargo estos últimos llenaban diez veces más los conciertos, lo cual viene a demostrar que es muy fácil tener seguidores que ni siquiera te apoyan en las actuaciones y puede que ni te hayan escuchado. Exceptuando algunos estilos musicales distintos al heavy la gran mayoría de la música que se hace hoy es una basura, muchos se conforman con lo que te dicen por los medios que está de moda y como otras cosas son ruido.

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

Yo quiero pensar que en cierta medida la cosa haya cambiado algo aunque yo no lo veo, seguimos con los estereotipos de melena, drogadicto, sucio, borracho etc....

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

10.

Cada vez salen más bandas nuevas con proyección internacional aunque al ministro de cultura le duela, ya que tenemos todos los impedimentos posibles en el terreno musical, hablando de todos los estilos y si nos centramos en el rock, heavy etc. ya ni te cuento.

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Aunque cada vez se nota que hay más seguidores, con todos los problemas del IVA de la cultura y demás cuesta mucho de que la gente vaya a los conciertos y eso repercute directamente en las bandas sobre todo en los que empiezan.

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

Si hay un anuncio donde aparece un heavy es el borracho, el melena el macarra. Lo mismo de siempre.

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

Además de lo dicho anteriormente. Si ocurre algo en un concierto de rock metal etc. Resulta que es la música la que genera la violencia. Cuando ocurre algo bastante más grave en el fútbol “es que resulta que había unos ultras tal y tal” nunca van a decir que el fútbol genera eso, y más cuando se demostró que algunos clubs financiaban a estos ultras violentos.

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

Pues porque nos lo están metiendo por todos lados Cine, televisión etc.

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

En principio, si aunque cuando te conocen suelen cambiar de opinión.

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

En televisión por los anuncios principalmente.

En cine lo que te he dicho antes por lo general, si hay una banda de traficantes lo más probables que tengan pinta de rockero como mínimo, si es en un colegio el alumno problemático tiene dicha pinta.

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

No creo que haya diferencias significativas

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

No, ya que yo voy a lo mío y quien se molesta en conocerme sabe lo que hay.

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

5. Normalmente en las redes mostramos lo que queremos pero hay mucha gente que no se muestra como es, con lo cual en realidad no sabes con quien estás hablando.

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

7. Creo que es el mismo discurso en ambos casos

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

2. No simplemente se mantiene de manera similar a lo que estamos acostumbrados

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

Yo trabajo en una tienda y viene gente de todas clases.

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

Buena, las valoro por lo que son como personas.

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Se puede llegar a mucha gente muy rápido.

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Si, a la hora de hacer llegar al mayor número posible de personas algún evento como puede ser un concierto.

Anexo 9: Entrevista al administrador de la página “Wild Heavy Metal”

Nombre: Javier Endara

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Mi relación con el heavy metal viene desde muy pequeño. Los primeros discos de Iron Maiden o Judas Priest que escuché siendo niño me atraparon definitivamente en este mundo.

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

El heavy metal no es sino una vía como tantas otras de expresión, relación y el modo de entender las cosas. Y para las bandas y los músicos como nosotros es algo por lo que estamos dispuestos a sacrificar muchas otras cosas que la vida nos ofrece. Muchas veces con poca o ninguna recompensa, pero en otras ocasiones el premio que se consigue y por tanto sacrificio compensa con creces las anteriores.

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

Heavy metal es lo que soy, y eso no se puede cambiar.

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a éste mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

¿Por qué?

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

Negativo. Las personas que no viven este mundo como lo hacemos nosotros, lo ven como algo adolescente y quizá estrambótico. Lo cierto es que nos da un poco lo mismo.

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

Como representación poco o nada, puesto que se le da muy poca cancha. La lástima es que tenemos muchos valores que aportar, como el compañerismo y la identidad de grupo.

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

4. En España, como cualquier cosa, el heavy metal llegó con muchos años de retraso y en general seguimos estancados en esa premisa. El complejo de inferioridad del español medio ante cualquier cosa que venga de fuera siempre es muy grande y el heavy metal no se iba a escapar de eso.

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

En España el negocio del rock / heavy es muy minoritario y bastante poco lucrativo, por no decir nada.

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

Con la introducción del heavy metal en ciertas campañas publicitarias parece que la cosa se abre un poco más hacia el gran público, por lo menos en lo que se refiere a visibilidad.

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

Hoy por hoy al que le gusta este rollo no va a ver ninguna campaña de comunicación que le haga plantearse su decisión.

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

Pues habrá de todo, supongo que muchos si creerán todos estos estereotipos venidos de los 80, que fue una época muy salvaje en todos los ámbitos culturales.

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

Sí, aunque lo importante, es ese pequeño porcentaje de gente que no “está en el rollo” pero se acerca a comprobar y evaluar por sí mismo como se vive esto del heavy metal.

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

No sabría contestarte a esto, creo que todos un poco a su manera han influido. Menos la radio, quizá.

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

Los medios informativos siempre tienen un punto o dos más de seriedad y sobriedad que una campaña publicitaria por lo que la respuesta es bastante clara.

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

En absoluto. Dentro de nuestro mundo obviamente no, y fuera de él nunca hemos tenido problemas.

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

5. Las redes sociales, como con todo, han contribuido a ganar visibilidad a lo que antes se relegaba a garitos

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

1. Yo pienso que la época en la que se perpetuaban estos estereotipos ya pasó.

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

1. Como en la pregunta anterior, opino que esa época de negatividad ya pasó.

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

Suelo contactar con personas ajenas del mundo del heavy a diario

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

Buena, suelo juzgar a las personas precisamente por ser buena o mala persona

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Positiva. Es una gran herramienta por todas las posibilidades que ofrece a la hora de comunicar.

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Como en la respuesta anterior, lo más positivo es la visibilidad que se gana en cuanto al público en general.

Anexo 10: Entrevista al administrador de “Rock y Heavy Metal en Español”

Nombre: Guillermo Solano

Relación con el mundo del heavy metal (pequeña biografía relacionada con el mundo del heavy)

Mi relación se centra en la afición por grupos como Iron Maiden, Metallica, Judas Priest y Black Sabbath desde que tenía 13 años que descubrí esta música. A partir de ahí mi afición, ha ido incrementándose creando mi página de Facebook acerca del tema y participando en conciertos de este género

Preguntas personales acerca del heavy metal

1) ¿Qué es ser heavy?

-Una filosofía de vida

-Un género musical

-Una manera de relacionarme con los demás

¿Por qué?

Para mí el heavy es toda una filosofía de vida, hago todo lo que esté relacionado con el heavy: vestimenta, música, amigos, ocio. Todo ello está orientado y gira en torno al heavy.

2) ¿Qué representa el heavy metal para usted?

Para mí el heavy metal representa la manera de expresar lo que pienso y por otro lado sentirme comprendido que piensa igual que yo. Es una manera de vivir y por otro lado de sentirte querido por aquello que amas

3) ¿Cómo crees que la sociedad ajena a éste mundo ve el heavy metal?

Negativo

-Violencia

-Vicio

-Drogas

-Música ruidosa

-Frikis

¿Por qué?

Positivo

-Buena Música

-Gente respetable

-Gente muy pasional

-Otros:

Negativo. La sociedad nos ve como bichos raros y se tiende a generalizar comportamientos violentos o relacionados con problemas de pandillas a todos los heavies. Pero realmente la gente que nos conoce sabe que somos “buena gente”

4) ¿Qué crees que representa para la sociedad ser heavy?

Creo que representa a unas personas incomprendidas, a personas que viven al margen de lo establecido. Es por eso que creo que nos ven como bichos raros pero no hay que olvidar que todos tenemos nuestras diferencias entre nosotros. Es decir, todos somos diferentes en cierta manera.

5) ¿Qué opina del heavy metal en español? ¿Y del heavy metal en España?

-Positivo

-Negativo

¿Por qué? Valóralo del 1-10

7. Pese a que he escuchado poco heavy en español, me gusta más el heavy metal en inglés. Lo que he escuchado tiene bastante calidad y siempre se agradece escuchar a grupos como mago de oz o tierra santa que le dan un toque diferente al metal, y que por tanto lo enriquece.

6) ¿Cómo es el negocio del heavy metal en España?

-Muy solvente económicamente

-Muy minoritario

-De moda

-Atemporal

¿Por qué?

Es un género minoritario porque no suele ser lo que escucha toda la gente. A la gente le gusta más el pop o el reggaeton porque es mucho más sencillo de asimilar, son ritmos menos complejos, letras más fáciles y por tanto llegan a más gente. Por todo ello, los grupos de heavy en ocasiones tienen problemas para encontrar discográficas, pero como ya se ha demostrado cuando las discográficas confían en un grupo en cuestión, suelen tener muy buenos resultados económicos ya que hay mucha calidad y el aficionado al heavy metal es muy fiel a sus grupos

Preguntas sobre estereotipos de en los medios convencionales de los heavies

7) ¿Qué evolución habéis notado de los estereotipos negativos en la publicidad?

-Ha cambiado positivamente

-Sigue igual

-Ha cambiado negativamente

-Se ha creado otro estereotipo nuevo

¿Por qué?

Desde los 80 a esta parte, creo que ha habido una evolución muy favorable, aunque no sé si realmente es para vender más. Salen en menos ocasiones es cierto, pero cuando sale suele presentar unas características más moderadas

8) ¿Han contribuido los medios de comunicación a la representación negativa de los heavies?

-Han tenido un papel fundamental

-Han tenido un papel importante

-Apenas han contribuido

-No han contribuido

¿Cómo?

Los medios de comunicación aunque a priori, se podría pensar que no influyen mucho ya que no emiten muchas noticias relacionadas con el tema,. sí que cuando lo hacen suelen tener un tono negativo con respecto a los heavies

9) ¿Crees que la gente se han creído estos estereotipos o que realmente saben que no se corresponde con la realidad?

-Todos piensan que se corresponden con la realidad

-La mayoría creen que se corresponden con la realidad

-Muy pocos creen que esto se corresponda con la realidad

-Nadie cree que esto se corresponda con la realidad

¿Por qué?

Lo que la gente recibe tanto de los medios como de la publicidad se lo suelen “tragar”, y la verdad es que no suelen indagar mucho más para ver si es cierto realmente o no

10) ¿Crees que la sociedad os juzgan por los estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Por qué?

Como ya he dicho, creo que sí. Nos juzgan negativamente por lo que les muestran los medios y lo que habitualmente se ha tomado como costumbre.

11) ¿Desde qué medios se han proclamado más estereotipos negativos?

-Televisión

-Cine

-Radio

-Prensa

-Revistas

-Internet

Otros:--

¿Por qué?

La televisión, sin lugar a dudas. Ya que es la que llega a más personas y la que consume las personas con más frecuencia

12) ¿Crees que hay diferencias de cómo se representan los estereotipos en la publicidad a cómo lo hacen los medios informativos? ¿Cuáles?

La diferencia fundamental es que a la publicidad no le interesa tanto meterse con nosotros ya que si no perdería un sector de mercado. A los medios realmente les da igual y nos muestra como violentos porque ellos eso lo consideran “noticiable”

13) ¿Suponen para vosotros problemas y/o discriminación en la relación con otras personas estos estereotipos? ¿Por qué?

A mí en general no, salvo que las personas por la calle te miren raro o se cambien de acera cuando te ven, pero sí que conozco casos de personas heavies que han sido maltratadas o que han tenido enfrentamientos violentos con otras tribus urbanas.

Preguntas sobre estereotipos en las redes sociales

14) ¿Creéis que las redes sociales han supuesto un cambio en estos estereotipos negativos en los medios de comunicación? ¿Hacia qué dirección? Valora del 1 al 10 (siendo 1 el cambio más desfavorable y 10 el cambio más favorable)

-Ha cambiado de manera positiva

-Ha cambiado de manera negativa

-Siguen de manera similar

¿Por qué?

8. Creo que al haber más personas informando se puede tener una visión más global del mundo heavy, cosa que en los medios sólo hay una sola voz.

15) ¿Creéis que las redes sociales perpetúan el discurso de los estereotipos de los medios de comunicación? Valora del 1 al 10 esta pregunta (siendo 1 que no perpetúan el discurso y 10 que siguen con la misma dinámica)

¿Por qué?

3. Creo que no son diferentes discursos los que se ofrecen en cada una de estas herramientas

16) ¿Crees que las redes sociales refuerzan o incrementan el discurso de representación negativa propuesto por los medios de comunicación? ¿Por qué? Valora del 1 al 10 (siendo 1 que no lo refuerza y 10 que refuerza e incrementa la representación negativa)

2. Creo que al haber otro discurso que se conforman por más voces evidentemente será más positiva la visión, que con los medios que es una sola voz y con muchos intereses detrás.

17) ¿Qué uso soléis hacer de las redes sociales?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

18) ¿Soléis interactuar con personas que no son heavies?

-Poco

-Algo

-Bastante

-Mucho

¿Por qué?

La mayoría de mis amigos y conocidos no son heavies

19) ¿Qué opinión tenéis de las personas que interactúan con vosotros pero que no son heavies? ¿Por qué?

Buena. A veces hay discusiones con respecto a la música, pero ambos nos respetamos que es lo más importante entre personas

20) ¿Particularmente Facebook para que lo usáis?

-Juegos

-Chat

-Interactuación con grupos de heavies

-Interactuación con gente ajena del mundo del heavy

-Publicación de comentarios, post...

-Seguir a páginas

-Otros:--

21) ¿Qué opinión tenéis de Facebook como red social?

-Positiva

-Negativa

¿Por qué?

Me hace más fácil contactar con la gente y eso siempre es de agradecer

22) ¿Crees que Facebook aporta beneficios a los heavies? ¿Cuáles y Por qué?

Si, beneficios a la hora de contactar con nosotros, de organizar eventos, conciertos y de mantenerte al día.