

**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente**

**Repositorio Institucional del ITESO**

**rei.iteso.mx**

---

Departamento de Estudios Socioculturales

DESO - Tesis Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura

---

2006-06

# Música e internet: consumo cultural en una comunidad virtual

González-Viveros, Héctor

---

González-Viveros, H. (2006). Música e internet: consumo cultural en una comunidad virtual. Tesis de maestría, Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO.

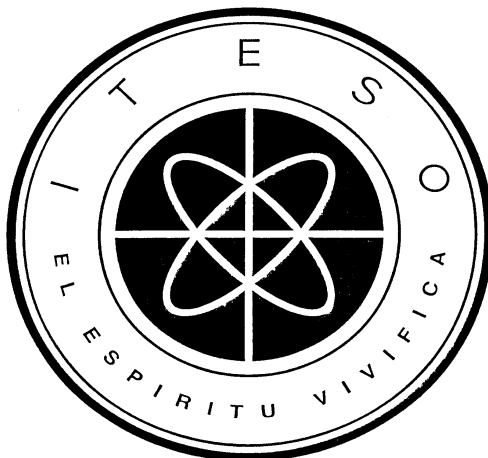
Enlace directo al documento: <http://hdl.handle.net/11117/2471>

*Este documento obtenido del Repositorio Institucional del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente se pone a disposición general bajo los términos y condiciones de la siguiente licencia:*  
<http://quijote.biblio.iteso.mx/licencias/CC-BY-NC-ND-2.5-MX.pdf>

*(El documento empieza en la siguiente página)*

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS  
SUPERIORES DE OCCIDENTE**

RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL, ACUERDO S.E.P. No. 15018  
PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 29 DE NOVIEMBRE DE 1976



**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES**

**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA**

**Música e Internet: Consumo Cultural en una Comunidad  
Virtual**

**Tesis que para obtener el grado de**  
Maestro en Comunicación  
de la Ciencia y la Cultura  
con Área de Concentración en Estudios Socioculturales  
presenta:

**Héctor González Viveros**

Director de tesis:  
Diana Sagástegui Rodríguez

Tlaquepaque, Jalisco, junio de 2006

## Resumen

El presente estudio aborda la música como elemento de identificación entre los seres humanos, misma que involucra no sólo sensibilidad y subjetividad sino complejas dinámicas de la construcción de la vida social.

Es la puesta en común de sentidos entre los sujetos lo que me llama a ligar los estudios sobre la comunicación con la experiencia de escuchar y compartir la música. Así, el estudio de las posibilidades emergentes de compartir esta experiencia a través de las nuevas tecnologías y las nuevas formas de socialización que estas implican es lo que conforma el sustrato básico de este estudio.

Tal vez sea, en el surgimiento de espacios, no tanto públicos como colectivos, enraizados en la experiencia de la libertad, la individualidad y la heterogeneidad que radica la riqueza de las sociedades contemporáneas

## Índice

Introducción	1
I Todo lo sólido se desvanece en el aire: Música, Identificación, Cibercultura y Comunidades Virtuales	4
• De la Música como Producto de Consumo	4
• Diferentes Formas de Consumo	6
• Identidad e Identificación	8
• Cibercultura	13
• Comunidades Virtuales	17
II El objeto de estudio: La comunicación en una comunidad virtual en torno a la música	28
• Preguntas de Investigación	29
• Objetivos	29
• Delimitación del estudio	30
• Metodología	32
III Música e Internet	35
• La Tecnificación de las Prácticas Sociales	35
• De la Interacción, la Identidad y los Medios	39
• El Oído Como Puerta	41
• Escuchando la Música	42
IV Un espacio de comunicación y de identificación	46
• Los Usuarios de Supervaca	47
• Formas de Interacción	48
• Flujos de Información y Significado	5
• Redes de Diversidad	56
• Posiciones en el Foro	60
Conclusiones	65
Bibliografía	69
Anexo I Entrevistas	74
Anexo II Datos Generales de <i>Supervaca</i>	83
Anexo III Muestra de Registro de <i>Posteos</i>	85
Anexo IV Niveles de Participación de los Usuarios	87
Anexo V Clasificación de los Temas	89

# Introducción

*...la producción de una determinada tecnología  
en un momento histórico condiciona su  
contenido y los usos que se hacen de ella  
en su desarrollo futuro.*

M. Castells

El presente estudio refleja mi interés en la música como elemento de identificación entre los seres humanos, misma que involucra no sólo sensibilidad y subjetividad sino complejas dinámicas de la construcción de la vida social.

No sólo está en juego la identificación y el análisis del gusto como una categoría eminentemente social; la generación de prácticas emergentes, en donde parece reconfigurarse los procesos identitarios y las formas de expresión y socialidad, se encuentra estrechamente ligada con el surgimiento de la gran cantidad de subculturas existentes en nuestro tiempo, surgimiento que parece relacionarse con la difracción de las fuentes de sentido colectivas. En otras palabras, se trata de “la pérdida de peso de las grandes palabras que movilizaron a los hombres y mujeres de la modernidad occidental [...] por el desencanto, en suma ante nociones como la razón, la historia, el progreso o la emancipación” (Mardones, 1994:21).

En este tiempo, que algunos caracterizan como posmodernidad, pareciera que no hay espacio para cosmovisiones –y gustos- totalizantes y, por ende, tampoco para la búsqueda de las reglas universales para el juego de ser seres humanos que producen sentido de manera colectiva. Resulta relevante estudiar las fuentes de sentido que se emplazan de manera quizá provisional en las sociedades contemporáneas, que hacen posible y modelan la comunicación.

El término comunicación es demasiado conflictivo, a través de la historia se ha utilizado para denotar distintas capacidades y cualidades de la materia y de lo no tan material. Ha sido entendido como compartir sin esperar respuesta, la transferencia y transmisión de información, de calor, de fluidos, y también como el intercambio y la reciprocidad.

Por otro lado, y conforme el campo del estudio de la comunicación se ha ido constituyendo históricamente, la comunicación se ha definido como el manejo de la opinión pública, la eliminación del ruido semántico, la salida vana de *selfland*, bajo la forma de una conciencia mutua o compartida, la aparición y reconocimiento del otro y de la *otredad* y la orquestación del actuar social.

Una cosa es cierta, en todas estas concepciones aparece un elemento común, que es el que la comunicación es un proceso mediante el cual se produce socialmente sentido. Ahí se encuentra la complejidad de su objeto de estudio. Klippendorff (1994) advierte que, en el estudio de la comunicación, el papel del sujeto ha cobrado progresivamente importancia, de forma tal que introduce continuamente elementos a la diversidad de variables del fenómeno comunicativo, lo que dota un gran movimiento al campo, pues el sujeto no es estático, sino que es cambiante. Esta posibilidad de cambio se refiere a las formas cambiantes de construcción y representación que se hace de la realidad.

El otorgar poder al sujeto es afectar las reglas del juego de hacer teoría de la comunicación, pues el investigador debe reconocerse también como sujeto, afectado por los mensajes, pero también lector y artífice de su realidad, al igual que los sujetos que antes veía desde la seguridad del laboratorio.

Es, desde la puesta en común de sentidos entre los sujetos lo que me llama a ligar los estudios sobre la comunicación con la experiencia de escuchar y compartir la música. Si bien existen distintos estudios al respecto, el estudio de las posibilidades emergentes de compartir esta experiencia a través de las nuevas tecnologías y las nuevas formas de socialización que estas implican es lo que me llama a realizar un estudio de este tipo.

Es necesario agradecer a quienes han ido acompañando y haciendo posible este proyecto, en primer lugar a mis padres y a mis hermanas, por el apoyo, el cariño y los jalones de orejas. Al Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, en específico al Departamento de Estudios Socioculturales por el espacio de diálogo y aprendizaje en que se convirtieron los cursos de la

Maestría. A mis profesores Raúl Fuentes Navarro, Guillermo Orozco, Carlos Enrique Orozco, Diana Sagástegui, Alejandra Aguilar, Renée de la Torre, Rossana Reguillo, Maria Martha Collignon, María Eugenia Suárez de Garay, Susana Herrera Lima, Gerardo Cham, y Alfonso Islas. De igual manera agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo recibido durante el curso de la Maestría.

Hago un agradecimiento especial a mis hermanos de comunidad Paula, Pablo, Melisa, Lizzy, René, Esteban, Margarita, Hugo, Juan Carlos, Lupita y Elba no sólo por la compañía constante que me brindaron, sino por el crecimiento compartido y el amor que me han demostrado. A mis amigos y compañeros Lidia, Flavia, Luisa, José, Héctor del Río, Martín, Alejandra, Oscar Bustamante, Christopher, Roy, Jacqueline Garza, Ruby Sheets, Verónica, Laura, Joaquín, Javier, Sonia Roditti, Claudia y Fernando. Por todos ustedes agradezco a Dios.

## **I Todo lo sólido se desvanece en el aire: Música, Identificación, Cibercultura y Comunidades Virtuales**

Dado que mi proyecto se refiere a los procesos de comunicación que se producen en torno al consumo de la música a través del uso de las nuevas tecnologías de la información, consideré pertinente delinear el marco de referencia teórico en función de cuatro dimensiones: la Música, entendida como un producto de consumo cultural; procesos de Identidad e Identificación; Cibercultura y Comunidades Virtuales. El siguiente capítulo abordo la discusión teórica generada existente en torno a estos ejes. Al final del mismo planteo las preguntas de investigación como resultado de la revisión teórica realizada.

### **De la Música como Producto de Consumo**

La música puede definirse como el conjunto de sonidos y silencios organizados de manera armónica dentro de un espacio-tiempo determinado. También puede decirse que es un vector privilegiado para la expresión de ideas, gustos y aficiones. La música es cultura. Y toma además carácter de producto cultural que se presenta bajo la forma de distintos géneros musicales, que tienen una connotación social en cuanto su consumo. Desde esta perspectiva la música constituye un rizoma de sentidos que opera como elemento socializador y confiere diferencias que tiene que ver con el status. Así, la música como producto, ofrece alternativas de consumo, ya sea mediante su compra y préstamo (en el formato que se desee) o escuchándola en la radio o en la televisión. Con el proceso tecnológico de digitalización de señales, la música abre nuevas posibilidades de generar y regenerar cultura, al provocar otros procesos de comunicación a través de redes electrónicas entre personas que no tienen contacto físico ni comparten un mismo entorno cultural.

Sabemos que en cuanto al consumo y disfrute de la música, los medios masivos han jugado un papel preponderante ya que proporcionan el espacio a través del cual circulan los productos organizados en mercancías por las distintas compañías discográficas. El gusto y el gasto que este gusto ocasiona



ha marcado a los consumidores jóvenes, y a los no tan jóvenes, de forma tal que casi es imposible concebir la experiencia del mundo (pos)moderno sin la compañía de una banda sonora personalizada. Si bien existen diferentes géneros que circulan en el mercado, tal vez el Rock -y sus múltiples subgéneros- sea el ejemplo más claro de este matrimonio -hoy ya no tan forzado- entre la industria discográfica, su producto y la vida de las personas.

Desde una perspectiva antropológica, el consumo se define como un sistema de información e intercambio (Douglas 1990). Para Baudrillard (1989) el consumo de bienes no responde a una economía individual de las necesidades, sino a una función social de prestigio y distribución jerárquica; así, el consumo no depende de una necesidad vital sino de una coacción social. Bajo esta perspectiva, los objetos son el lugar no de la satisfacción de las necesidades sino la consagración de un esfuerzo culturalmente modelado y pueden además considerarse como indicios de adscripción social. De igual forma, los objetos son el soporte de una estructura global del entorno que es, al mismo tiempo, una estructura activa de comportamiento.(Baudrillard, 1989),

Por esto mismo Silverstone (1994) afirma que el consumo es una etapa del proceso de comunicación, es decir, un acto de descifrar-decodificar, que supone un dominio práctico o explícito de una cifra o de un código. Puesto así el sólo hecho de comprar determinado objeto, provoca en el consumidor un sentimiento de posesión o de status que las demás personas interpretan. Hoy día las identidades personales y sociales se forman en la red de posibilidades que tiene el consumidor y en la elección y exhibición de los objetos que dependen de esa red.

¿Pero cómo es que llega a nosotros esta música que consumimos? En la parte de la producción y distribución de los bienes simbólicos es en donde entran en juego las llamadas industrias culturales que podrían definirse como “el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías”. (García Canclini, 2002:1) Cabe mencionar que estas industrias

tienen un doble enfoque en su estudio, son a la vez recurso económico y fuente de identidad y cohesión social

Por otro lado es posible decir que las industrias culturales -y el consumo de los bienes que estas producen- han ido modificando la idea de que grupos identitarios se forma a raíz de elementos localizables dentro de una localidad, sino también mediante procesos comunicacionales masivos.

Como industria, la música, entendida permite una multiplicidad de frentes para el beneficio económico de sus productores, ya que esta no sólo se vende a manera de reproducción/interpretación original, sino que acompaña a diversas obras audiovisuales como las películas, *videoclips* y programas de televisión, generando con cada una de estas otras formas de arte, un valor agregado que tiene que ver con derechos de autor, recaudación de regalías y licencias.

Por otro lado, en tanto que fuente de identidad y cohesión social, la música deviene objeto de consumo cultural, gestando así formas de distinción e identificación grupales, mismas que serán analizadas en el siguiente apartado

### **Diferentes Formas de Consumo**

García Canclini (1983) coincide con Silverstone y Baudrillard en la idea de la complejidad del consumo definiéndolo como el conjunto de procesos en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Canclini propone modelos de análisis para abordar el estudio del consumo cultural; estos modelos se relacionan orgánicamente, bajo la idea de que en las sociedades modernas y democráticas, en donde no hay superioridad ni títulos de nobleza, el consumo se vuelve la forma de instaurar y comunicar las diferencias.

- El consumo como lugar de competencia

Si bien desde la perspectiva de los productores y de la reproducción del capital el incremento del consumo es consecuencia de la búsqueda de una mayor ganancia, desde la mirada del consumidor, el aumento de los objetos y de su circulación es resultado del crecimiento de las demandas. De ver al consumo

como un canal de imposiciones verticales se pasa a ver al consumo como un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las formas de usarlo. Este carácter “interactivo” del consumo deviene de entender la capacidad de agencia de la audiencia en el consumo cultural, ya que sin ella este proceso no podría llevarse a cabo. Si consideramos a la música como un producto simbólico en el cual el valor de uso prevalece sobre el valor de cambio, la lucha por este producto (y su consiguiente consecución) representa mayor poder, es decir que el poseer una colección de música más representativa y/o más sustanciosa de música deviene en conocer y dominar más el campo.

- El consumo como lugar de diferenciación y distinción

Aún cuando muchos críticos e intelectuales de la música insisten en el carácter transclasista de esta, es necesario no perder de vista que la música que se consume es también un “área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales (García Canclini 1993:27). Ante la masificación de la mayoría de los bienes generada por la modernidad, las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza. Cuando un grupo comparte una manera de ser ya sea lúdica, ritual, de interpretación y creación de su realidad, se genera un proceso de identificación así como un sentido de pertenencia a dicho grupo, lo cual plantea también su diferenciación entre otros grupos sociales.

- El consumo como integrador y comunicador

Cuando la música, entendida como producto cultural, ha sido apropiada por un determinado grupo social y se le confiere un valor simbólico grupal es que se hace presente una relación basada en compartir sentidos y significantes sociales y/o musicales que generan formas de identificación con un grupo social. Esta identificación e integración sucede cuando varias personas gustan de determinado género musical y es cuando surgen grupos bien definidos como los llamados rockeros. Estos grupos propician lenguajes a través de los cuales se comparte información propia del grupo tales como la forma de vestir, actuar, el peinado, entre otras.

- El consumo como ritual

Ninguna sociedad soporta por mucho tiempo la irrupción errática y diseminada del deseo y mucho menos la consiguiente incertidumbre de significados. Para eso existen los rituales. Éstos resultan en formas de diferenciación que contribuyen a la reproducción de una sociedad, organizando las satisfacciones proporcionadas por las formas de uso de los bienes y garantizan la continuidad de un orden social. Así, quienes conforman determinado grupo, convierten en rito un determinado simbolismo al cual dan un valor determinado, y el paso por este proceso construye y une a la comunidad.

El consumo entendido como la competencia por la apropiación de los medios de distinción simbólica, donde el satisfacer necesidades a través de la apropiación individual de bienes queda en segundo lugar frente a la escasez de estos bienes y la imposibilidad de que todos los tengan, entonces es necesario que los sentidos que estos bienes evocan sean compartidos por la sociedad, no sólo por las élites o minorías que hacen uso de ello de tal forma que estos bienes sirvan como instrumentos de diferenciación, esta relación de la sociedad con lo bienes y los sentidos que evocan permite que el consumo se constituya como parte importante de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad. (García Canclini; 1995: 45).

Así, el consumo proporciona estructuras desde donde pensamos y ordenamos lo que deseamos, de forma tal que en el consumo damos sentido y lógica a nuestra experiencia de vida convirtiendo en demandas y actos socialmente regulados los deseos y las aspiraciones no sólo de los individuos sino también de los grupos sociales.

### **Identidad e Identificación**

El consumo diferenciado de ciertos bienes conforma un elemento de identificación entre individuos que pertenecen de cierta forma a grupos específicos. El uso y la apropiación que hacen de estos bienes les confieren cierto sentido de pertenencia y familiaridad para con el grupo, pero también

acarrear ciertas responsabilidades a través de las cuales los lazos formados entre los individuos se estrechan.

Maffesoli (1988) plantea que el eje fundamental de nuevas agrupaciones gravita sobre una contradicción básica y característica de la sociedad moderna: en la que la proliferación de microgrupos es una forma de resistencia ante el proceso de masificación. Por un lado, la masa, la gente -en tanto concepto y expresión de una contingencia- carecería de una identidad potente y transparente, mientras que por el otro, la noción y el fenómeno de las tribus urbanas constituyen una suerte de respuesta al proceso de “desindividualización” consustancial a las sociedades de masas, cuya lógica consiste en fortalecer el rol de cada persona al interior de la agrupación lo cual implica ya una transformación de los mecanismos clásicos de la organización social.

Así, de la mano de Maffesoli, pasamos de la importancia en la organización política-económica a la importancia de las masas, de allí saltamos de la individualidad (la función) a la persona (el rol). Una vez hecho esto, resulta fácil deslizarnos de los grupos contractuales a las tribus urbanas.

Los valores específicos de estos grupos están asociados: autoafirmación de la subjetividad en y con el grupo. Apropiación y defensa de la territorialidad, de la ciudad –o de los lugares practicados por estos grupos-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.).

Para Maffesoli, los rasgos básicos del proceso de neotribalización contemporáneo están asociados con cuatro tópicos: las comunidades emocionales, la energía subterránea, la socialidad dispersa y la fisicidad de la experiencia.

Lo determinante en cuanto a las comunidades emocionales 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- que predomina en la intemperie de las grandes metrópolis contemporáneas.

La energía subterránea a la que hace referencia sirve como el cemento que une a las comunidades, 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, y que desquebraja la inercia, la verticalidad y la uniformidad que caracteriza al continuum de la sociedad actual.

Bajo la noción de sociabilidad dispersa, lo social emerge como un discurso omnipresente y que se expresa a través de relaciones contractuales urbanas entre individuos que comparten patrones culturales y sociales definidos por el saber hegemónico. El rompimiento o dispersión de ese tipo de socialidades “tradicionales” abre paso a un discurso discontinuo y fragmentario 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.

El espacio físico –la urbe, o los espacios practicados- se transforma aquí en un factor determinante en la conformación del entramado biográfico intersubjetivo. El espacio como artificio cultural que permite “formatear” la dimensión existencial del ser. Lo significativo aquí parece ser que a mayor globalización y cosmopolitismo metropolitano, mayor será el deseo de identificación espacial localista e intimista.

Podría decirse que estas neotribus trabajan con conjuntos de pautas específicas –subculturales- en las que el sujeto reafirma su imagen, proceso que involucra un nivel significativo de compromiso personal para con el grupo. Esto implica la existencia de micro-mitologías, pequeñas grandes historias, micro-relatos, que contribuyen en la construcción de identidad y que provee a

los sujetos de un esquema de comportamiento que permite romper el anonimato.

En el mismo sentido estas neotribus suponen un conjunto de juegos, rituales y códigos de representación que el sujeto no perteneciente a ellas desconoce. Estos patrones suponen la transgresión de las reglas socialmente instituidas.

Como proceso, la neotribalización supone una apropiación de símbolos y máscaras irreverentes que reafirman la pertenencia grupal. La mayoría de las neotribus constituyen en sí mismas un 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; por esto las actitudes más violentas implican un uniforme ceremonial, una imagen que le permite reconocerse así mismo y que los otros también reconozcan en él. A diferencia de las pandillas juveniles tradicionales donde el hecho delictivo tiende a ocultarse, en las Tribus no se disimula, al contrario existe toda una suerte de exhibicionismo exacerbado.

La relación de pertenencia a estas neotribus 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 desresponsabilización personal de las acciones.

La música y el espectáculo deportivo constituyen dos circuitos 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. Muchas veces los cantantes o deportistas ocupan en la actualidad el lugar de los chamanes en las Tribus primitivas produciendo, al igual que en la antigüedad, la fusión y comunión cuerpo/espíritu por medio de estos rituales.

En torno a la discusión sobre la identidad Paris (1992) sugiere la existencia de tres dimensiones que refieren a la pertenencia del grupo y a la certidumbre que dicha pertenencia le proporciona a los sujetos. La identidad puede dar al individuo una noción de pertenencia, un conjunto de puntos fijos de referencia que lo sitúan dentro de un grupo a la vez que le brinda una existencia, es decir, marca las fronteras de su yo: circunscribe su unidad y cohesión. Marca los límites y el borde con aquello que puede considerarse como no identificable o ajeno. Así, la identidad proporciona la posibilidad de relacionarse con algún otro, real o imaginario.

Soto (1997: 17) entiende la identidad bajo una óptica que “va desde lo colectivo a lo hiperindividual, a través de un eje que se traslapa de lo público a lo privado y viceversa y otro eje, que se adhiere a lo restringido como única forma de contención del caos.” Visto así, las identidades se conforman como elementos de contención del orden masificador de la experiencia humana.

Habría que pensar también que el proceso de modernización lleva implícita la ruptura de las identidades colectivas, ya que la construcción de identidades se restringió tomando de dos formas:

1. la de lo privado (que remueve –en estricto- en lo exclusivo y lo íntimo)
2. la de lo público (que obtiene movilidad a partir de manifestaciones públicas y son –en rigor- resistencias culturales).

Soto (1997: 15) afirma también que “la virtud de algunos movimientos se puede encontrar en cierta dosis de versatilidad que muestran para escandalizar” así nombra el uso de drogas y lugares adictivos, los atuendos, los códigos de comunicación fluctuantes, el erotismo subversivo, las pintas y las páginas web como herramientas para propiciar dicho escándalo.

Para Molina (1999: s/n) la socialización en las sociedades más tradicionales puede crear unas identidades socialmente definidas de antemano; por el contrario, en las sociedades complejas, “los procesos de socialización convierten en un laberinto las trayectorias individuales mediante las que



pretendemos aprehender la realidad social y donde la ecuación “un grupo social igual a cultura” no funciona para nada.”

Estas trayectorias individuales enmarcadas en una sociedad determinada van perfilando la construcción de la identidad, fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad: “Las identidades se construyen a través de un proceso de individualización por los propios actores para los que son fuentes de sentido” (Giddens, en Molina, 1999: s/p) y aunque se puedan originar en las instituciones dominantes, sólo lo son si los actores sociales las interiorizan y sobre esto último construyen su sentido. “De alguna manera, se puede interpretar que se están reforzando las propuestas tendentes a reconocer los procesos de identificación en situaciones de policulturalismo (Maffesoli, en Molina, 1999: s/p) o momentos de identificación que se dan en la sociedad-red, emergiendo pequeños grupos y redes -en plural-.” (Molina, 1999: s/p)

Es también necesario introducir una valoración sobre la coyuntura posmoderna en la que se encuentran mis sujetos de investigación ya que como dice Mardones (1994) al hablar de posmodernidad, o más bien de un pensamiento posmoderno, habría que reconocer que este ha sabido captar una sensibilidad que recorre la reflexión de todo nuestro siglo, sensibilidad misma que se palpa ya no sólo en el pensamiento y disertaciones de los teóricos y pensadores de la posmodernidad, “sino por el pluralismo de subculturas de nuestro momento, por la pérdida de peso de las grandes palabras que movilizaron a los hombres y mujeres de la modernidad occidental [...], por el desencanto, en suma, ante nociones como la razón, la historia, el progreso o la emancipación” (Vátimo, 1994: 21).

## **Cibercultura**

Las nuevas tribus no sólo han resignificado la ciudad como lugar de práctica de sus perspectivas del mundo sino que han encontrado en el ciberespacio lugares en donde encontrarse y reafirmar sus lazos, en este sentido los espacios gestados mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información

y comunicación se vuelven hoy lugares practicados llenos de significación y sentido.

Para Castells (1991) la creación y desarrollo de Internet deviene una aventura humana sin precedentes, pues denota la capacidad de trascender las limitantes impuestas tanto por el Estado Nación, como por las instituciones que de este emanan, posibilitando de esta forma la necesidad de crear nuevas sociedades en que las ideas de cooperación y libertad de información superen a las de competencia y derechos de propiedad.

La contribución de los usuarios en el desarrollo de las nuevas tecnologías es crucial en la producción tecnológica debido a que éstos la adaptan a sus propios usos y valores. En ciertos casos (especialmente en los sistemas operativos *open source* como Linux) los nuevos usos de la tecnología, así como las modificaciones efectuadas en su estructura, son compartidos de vuelta con el mundo entero, en tiempo real.

La gestión de Internet no ha sucumbido a la burocracia del Gobierno estadounidense ni al caos de su estructura descentralizada. Su equilibrio y las posibilidades que tiene para aprender y compartir son resultado de la contribución e innovación tecnológica de Cerf, Kahn, Postel Berners-Lee y otros tantos.

En este sentido, coincido con la idea de Castells (1999) de que los sistemas tecnológicos se producen socialmente y que dicha producción se encuentra determinada, de una u otra manera, por la cultura.

Afirmar que los medios se han alejado de la realidad para ponerse al servicio de una sociedad virtual, basada en el sistema capitalista, no es ya cuestión de ciencia ficción; hoy día las nuevas estructuras (o plataformas mediáticas) se ven amenazadas por los monstruos que la misma tecnología digital ha creado, tal es el caso de los virus informáticos.

Hoy día vivimos un embate de lo multimediático, un vuelco hacia lo simbólico, en que pareciera que la conectividad se vuelve más importante que la comunicación.

Pero como en todas las historias de ciencia ficción y ciberpunk, lo que está en juego no es la posible autogestión mediática, sino los valores sociales, pues en esta narración que va de lo real a lo simbólico y de regreso, los espectadores poseen mayor libertad para interpretar los mensajes, pero menor autonomía respecto a los valores dominantes, pues si bien los usuarios obtienen una experiencia comunicativa, esta no exige ninguna competencia activa, pues la misma competencia está completamente mediada por la tecnología, poniendo al usuario en función de la convergencia mediática.

En esta perspectiva “funcionalista” del usuario respecto al medio, los sujetos que se incorporan a las redes y a los sistemas expertos sufren una fragmentación en su identidad que produce inseguridad psicológica y otras neurosis. Para Vilches (2001) la desvinculación social de quienes se conectan a la red es solo comparable con la desvinculación que sufren quienes no tienen los recursos para conectarse a esta red, o a la de aquellos que por voluntad propia no lo hacen.

La mercantilización de la experiencia humana a través de formatos y plataformas mediáticas abre la posibilidad de que cada uno de los usuarios pueda tener una extensión de su propio tiempo en la red, así la red se convierte en una extensión de los usuarios, de esta forma el usuario se constituye en el medio y en el cliente de una gran operación de migración mediática. En este nuevo tipo de relación, la gestión del tiempo del usuario, y no tanto los contenidos programáticos de los medios, será la mercancía a comprar.

Pierre Levy (1990) aborda la revolución digital desde un punto de vista antropológico; su propuesta es que el pensamiento está condicionado por la técnica; desde este punto de vista las tecnologías de la inteligencia se convierten en partes integrantes de la cognición humana. Forman un ecosistema cognitivo con los seres humanos y sus instituciones.

En el texto *Las Tecnologías de la Inteligencia* (1990) nos presenta una antropogénesis en que cada revolución tecnológica da lugar a una reconfiguración del saber, así saltamos de la oralidad a la escritura y de ésta a la informática, del tiempo circular al tiempo lineal y de éste a la tiempo real de la digitalidad., de forma tal que los productos de la técnica moderna, lejos de prestarse sólo a un uso instrumental y calculable, son las principales fuentes de lo imaginario, entidades que participan plenamente en la instauración de los mundos percibidos. Estas interfaces, mecanismos traductores, hacen posible el ensamblado de módulos, para formar un sistema más grande.

En su trabajo referente al ciberespacio y al mundo en que vivimos, Robins (1995) aborda el tema de la aspiración de utopía en el cyberspacio. Desde esa perspectiva la cuestión de la identidad en su relación con la tecnología se vuelve móvil, portable. La tecnología promete la liberación de la realidad física, promete la realidad virtual. El énfasis se pone en las interfaces y en las combinaciones de estados. La identidad deviene problemática, debido a que el cambio actúa como una droga, es un estimulante.

La cuestión de la identidad colectiva abreva del proyecto utópico, del entusiasmo por la interactividad, de la utopía postmoderna donde el mundo tecnológico se ve, por ciertos grupos, como la forma ideal de la asociación humana. Se ve la comunidad virtual como un gran proyecto de revitalización social. Aún así Robins mantiene el deseo de desmitologizar la cultura virtual sin olvidar cierto mensaje revolucionario: Sabemos que lo que es reprimido –las multitudes urbanas—no pueden quedar fuera de los sueños –la realidad virtual.

Bell (2001) bosqueja algunos argumentos sobre el status de las comunidades virtuales de tal suerte que quedan planteadas dos posiciones enfrentadas: el ciberespacio es la solución al sentido de comunidad, de pertenencia; y el ciberespacio está empeorando la situación de un escape masivo de la vida real.

## Comunidades Virtuales

Hoy día es necesario reconocer la aceleración de las formas de sociedad basadas en un intercambio comunicacional no cara a cara, altamente flexibles y universalizadas, ya conocidas y usadas con anterioridad a la *world wide web*. En este sentido de reconocimiento las relaciones sociales que tienen lugar en espacios virtuales -e hiperreales- son un tipo de vínculo social que requieren ser estudiadas desde distintas disciplinas y quehaceres propios de las ciencias sociales como la etnografía y el interaccionismo simbólico.

Desde estas perspectivas, la comunicación y la interacción comunitaria mediada por computadoras es, para Delgado (2004) un fenómeno social autorreferente “en el que es posible reconocer dinámicas autónomas de concentración, dispersión, conflicto, consenso y recomposición, y en las que las variables espaciales y el tiempo juegan un papel fundamental, precisamente por la tendencia a la improvisación y a la variabilidad que experimentan unos componentes obligados a renegociar constantemente su articulación.”

El *communityhood* en estos lugares se logra desde una conversación que aparentemente es un simulacro operativo en el que los participantes realizan una serie de rituales “virtuales” en los que entran en juego conocimientos y competencias que se desarrollan mayoritariamente sobre la marcha. Goffman llama a esto “interacción discursiva verbalizada”, que es “el discurso que se produce cuando un pequeño número de participantes se reúne y se estabiliza en lo que ellos perciben como algunos momentos cortados fuera de (o proseguidos al lado) funciones instrumentales; un periodo de ocio percibido como un fin en sí mismo, en que a cada cual le es permitido el derecho de hablar y el de escuchar, y en que a todo participante le es concedido el estatus de alguien cuya valoración global del argumento se respeta y sin que se exija ningún acuerdo o síntesis final» (Goffman, 1974, p. 36).

Como menciono con anterioridad, este *communityhood* tiene ciertos rituales, normas y prácticas compartidas entre los participantes, mismos que permiten la diferenciación y la integración de unos participantes que no comparten

ninguna otra organización. Si bien lo que hay es un simulacro del mirar, del oír y hablar a través de la pantalla, esa falta de la interacción cuerpo a cuerpo no implica la ausencia “de los intercambios de apoyo habituales en los contactos sociales de cualquier tipo, puesto que no dejamos de estar ante una unidad que dura todo el periodo durante el cual se sostiene en un grupo de individuos una orientación y una pertinencia realizada de actos”. (Delgado, 2002: s/p)

La cuestión central de estos espacios es afirmar una forma de “estar juntos por estarlo” y es precisamente en la práctica de esos lugares hiperreales que lo que podría ser un lugar de tránsito (un no-lugar) se convierte en un espacio cargado de significados propios de la comunidad que lo practica.

Internet permite la interacción entre personas, comunidades y grupos lejanos de distintas regiones y entornos sociales y culturales, pero lo que los pone en común no es sólo la capacidad de conectarse y navegar a través de Internet, sino la necesidad de encontrarse con ese otro (o al menos de experimentar el simulacro de este encuentro).

Ciertamente, la distancia de lo real a lo virtual es cada vez más tenue, el umbral que separa sus lugares analíticos es sólo la competencia de conocer el modelo que está detrás e interactuar con él en forma directa. De esta forma “la vida social ha sido hasta hoy un juego de mundos reales que se nos imponen a los actores, con la condición de no conocimiento de su razón, de su configuración sintética” (Galindo, 1996: s/p) Es a partir de la metodología de lo virtual que se pueden construir mundos a partir de modelos, pero de igual forma es posible reconfigurar y reconstruir los modelos que sustentan a los mundos reales.

Gómez dice que el estudio de las comunidades virtuales debe hacerse de manera particular más que “intentar una explicación sobre los sistemas en general, ya que aún cuando estas puedan compartir una misma estructura o incluso compartan usuarios, las dinámicas y estructuras sociales son particulares para cada una de ellas.” (2002: s/p)

No debe olvidarse que tras los personajes que aparecen en las pantallas hay "personas sentadas frente a distintos tipos de computadora, en lugares muy diversos y con un "capital cultural" que puede ser radicalmente distinto"(Gómez, 2002: s/p). Este "capital cultural" puede ser modificado -o no- debido a la interacción gestada dentro de la comunidad.

Para Galindo (1999: s/p) "la gran diferencia de sociedades anteriores y la actual es la complejidad de estos órdenes de contacto e interacción. Hoy se pueden comunicar en mayor número de fases y planos mayor cantidad de grupos, porque está presente un mayor número de contactos entre sus respectivos modelos de síntesis."

Es importante tomar en cuenta que "las ecologías de información que han impactado a las comunidades perceptuales tradicionales están configuradas por estructuras que se construyen tecnológicamente... pero lo que sucede con Internet es un fenómeno sin precedentes" (Galindo, 1999: s/p) porque por primera vez es posible la interconexión simultánea más allá del límite espacial, y con posibilidades interactivas.

"La comunidad virtual es la configuración de espacios de colaboración... Una forma social compleja, tan compleja como las actuales, distinta y con una economía de movimientos físicos superior. Su corazón es la voluntad de construirse, es una producción simbólica colectiva de mundos representados y compartidos."(Galindo, 1999: s/p) En este sentido todos los que conforman la comunidad virtual participan en su construcción y comparten lo construido. De tal forma que "lo que garantiza la horizontalidad y acceso a la información es la estructura de la red, no hay centro, todos son modos de circulación y producción." (1999: s/p).

Una comunidad virtual supone, cierta infraestructura tecnológica y cierta cultura de relación con ella. Esta cultura específica es la llamada cibercultura, "una ruta de acontecimientos que se van afectando unos a otros dejando un sustrato que configura poco a poco una nueva civilización, una nueva forma general de orden social, de formas de relación e interacción, de sentimiento y pensamiento

[...] Gracias al correo electrónico, la *web* y las autopistas de la información, es posible que los interesados en formar parte de una comunidad virtual se conecten por medio de las nuevas tecnologías de información [...] las redes se sostienen ahora en el ciberespacio, en la vida virtual de los impulsos electrónicos.”(1999: s/p). Hoy el mundo es otro, las redes pueden visualizarse de formas múltiples, podemos, con certeza, saber quien está a dentro y quién no.

Una comunidad virtual es una herramienta Web que le permite construir de manera inmediata un lugar propio en Internet. Un espacio donde se tiene la posibilidad de interactuar dinámica y continuamente con otras personas, a partir de un tema específico o general. Dicha herramienta permite que un individuo o grupo de personas construya su propio medio interactivo de expresión, combinando de forma ideal la publicación de información (artículos, noticias, fotos...) con la posibilidad de establecer una relación virtual entre sus usuarios (salas de conversación, foros para la discusión de los temas, espacios para el intercambio de objetos, eventos en línea).

Para Benassini (1998: s/p) una de las implicaciones socioculturales más importante de Internet es “la formación de las llamadas comunidades virtuales - o comunidades de discusión, como las llama Raúl Trejo- una nueva modalidad de organización que pone en contacto a un número ilimitado de usuarios interesados en temáticas, de preferencia lo más precisas posible.” Esto implica que las así denominadas comunidades virtuales tengan un alto nivel de posibilidades, mismas que ya se han visto materializadas al poner en contacto a personas interesadas en campos específicos del conocimiento, científico o no.

Benassini advierte sobre el excesivo optimismo con que se denomina comunidad a estas formas de organización social, pero de igual forma plantea que su creciente número y el hecho de que comienzan a ser tomadas como objeto de estudio, dan muestra de la aceptación e incorporación de las mismas a la vida social.



Edgar Gómez Cruz (1999: 31) apunta claramente que uno de los puntos medulares de los sistemas de *Comunicación Mediada por Computadora* es que nosotros, los usuarios, creamos un ser “a imagen y semejanza” nuestra que puede representarnos, ocultarnos o modificarnos. En palabras de Baudrillard “no se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de la suplantación de lo real por signos de lo real y, en corto circuito, todas sus peripecias” (en Gómez, 1999:31)

De igual forma señala que es necesario revisar la identidad virtual como una categoría social. Al restringir la identidad a un conjunto de caracteres en la pantalla pareciera que no hay una identidad que sea distinguible, “sin embargo, en los sistemas de comunicación mediada por computadora la identidad está conformada por los elementos que componen el sistema (*nicks*, perfiles, mensajes y *posts*), el uso que de ellos realizan las personas y sobretodo por la interacción entre ellas.”(Gómez, 1999:33).

“Las comunidades electrónicas virtuales representan adaptaciones flexibles, vivas y prácticas a las circunstancias reales que confrontan las personas en busca de comunidad [...] ellos son parte de un rango de soluciones innovadoras a la forma en la que se conduce la sociabilidad [...] en este contexto, las comunidades virtuales electrónicas son estrategias complejas e ingeniosas de sobrevivencia” (Stone, en Gómez, 1999: 67).

Las comunidades virtuales por lo tanto se sitúan como el compendio de una forma de comunidad postmoderna dentro de la cual la multiplicidad de individualidad es resaltada y la diferencia prolifera sin inhibiciones del exterior, especialmente de las estructuras sociales.

Lo que se debe asumir, en todo caso es que la identidad cultural de la persona no se borra al momento de entrar en la Web, puede modificarse, pero no se elimina.

Las comunidades virtuales hacen ver el surgimiento de nuevas socialidades, entiendo este termino como una forma característica de los sujetos, en donde

se pasa de ser un ser social con una función determinada, con una pertenencia a un grupo estable, a ser un sujeto que juega roles de acuerdo a sus gustos, prioridades e intereses. Este sujeto ya no forma parte de la individuación clásica, en la cual el sujeto está consigo mismo, sino que se distingue por un “estar con el otro basado en la afectividad y no en la razón, en donde el nosotros es más importante que el yo” (Maffesoli, 1990), como una forma de reaccionar afectivamente con el otro frente a un mundo fuertemente hostil y sin perspectivas.

Por último, es importante puntualizar la importancia que tiene, para el estudio de la reestructuración de las identidades o identificaciones construidas en torno a la música desde las nuevas tecnologías de la información y comunicación el comprender que si bien la tendencia parece estar marcada fundamentalmente por los símbolos dominantes en los procesos de globalización cultural, esto no debe llevar a suponer de manera simplista que los usuarios pierden todos sus referentes locales para entregarse al mundo de la “globalización” y al consumo de mercancías. “Hay que entender que estamos en presencia de una dinámica compleja que supone constantes y complejos procesos de hibridación cultural” (García Canclini, 2001: VIII).

Claro está, Internet no surge de la nada; nace tras la producción de un sistema de comunicaciones muy avanzadas que han cambiado nuestra formas de vida y por tanto nuestra relaciones sociales. Las fronteras espacio-temporales se acotan, el progreso del entorno de la ciudad se acelera y el continuo ir y venir de ideas y mensajes condicionan nuestra conducta social de forma tal que se vuelven objeto de nuestras actividades como consumidores y productores de información, potenciando con ellos la complejidad del desarrollo social.

Hoy día la comunicación en redes abiertas genera una cultura propia de las sociedades desarrolladas en la que los mensajes se difunden de forma masiva e indiferente con arreglo a las tecnologías. No hay que olvidar que la tecnología no es ajena al desarrollo social.

En la actualidad es principalmente el sistema mediático, cómo dice Sánchez (1997) el que en su capacidad para construir la realidad, transmitir ideología, crear demandas políticas o inducir comportamientos sociales, ejerce en las sociedades contemporáneas gran parte de la función que tenía el mito en las sociedades primitivas para explicar el mundo y servir como medio de apropiación simbólica de la realidad.

Para entender el uso de Internet como espacio de interacciones personales creo que debemos partir del chat, del correo electrónico, de las listas de distribución y de los mensajes a celulares. Estas formas cumplen un objetivo limitado de comunicación entre personas o entre grupos, y una suma organizada de las ventajas que aportan está en la base de las comunidades virtuales. Con Internet como contexto, las comunidades virtuales se han conformando como espacios para unificar las comunicaciones y donde poder compartir todo tipo de experiencias.

La Comunidad es, en este sentido, un área de vida social que se caracteriza por la posesión, por parte de sus integrantes, del sentimiento de una conciencia de participación y de la vinculación a un territorio común. Así pues la Comunidad se localiza en un espacio concreto, constituido por personas que se sienten parte de un grupo y que interactúan para conseguir objetivos comunes, que van consolidando la identificación de los sujetos con el espacio en que viven, ya sea tanto por vínculos naturales o espontáneos, como por “objetivos comunes supraindividuales, y por los sentimientos, pensamientos y acciones de las personas individuales, garantizando la cooperación de cada miembro y la unidad del grupo” (Musitu, 1991: s/p)

Bajo estas premisas en 1985 aparece la primera Comunidad Virtual de la historia, The Well, creada por un grupo de ecologistas que se “reunían” para hablar de sus temas. La experiencia de esta Comunidad Virtual la describe uno de los pioneros de estas “ciudades del ciberespacio”, Howard Rheingold, quien las define como: “agregaciones sociales que emergen de la Red cuando un número suficiente de personas entabla discusiones públicas durante un tiempo

lo suficientemente largo, con suficiente sentido humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio” (Rheingold, 1996)

The Well es un claro ejemplo de la euforia inicial que suele asociarse a los proyectos de comunidades virtuales, donde coexisten sentimientos como libertad, la sinceridad, la realización personal, la voluntad de cambiar el mundo, paz, amor y concordia, mismos que denotan la necesidad constante de los individuos por encontrar espacios sociales ajenos a la baja de la vida cotidiana. La gente en las comunidades virtuales hace prácticamente todo lo que la gente hace en la vida real, pero dejando atrás sus cuerpos.

Una Comunidad Virtual puede girar en torno a una afición compartida (Cine de acción, Cómic, Esoterismo), ser un medio de comunicación específico de entorno real (Ciudad, barrio, región) a un interés social (Pena de muerte, Inmigración, el agua, terrorismo). En definitiva, aporta un medio para la comunicación interpersonal, adaptado a una sociedad altamente tecnificada, complementario a otros espacios tradicionales (la asamblea, el periódico, las asociaciones de vecinos, los graffiti). Las Comunidades Virtuales surgen donde existe un impulso grupal para constituir las, y viven mientras tengan utilidad para un grupo de personas.

Las Comunidades Virtuales son multiformes y extensibles pues se desarrollan en un espacio geográfico, el ciberespacio, sin fronteras delimitadas y autorregulable, en el cual las normas o reglas son producidas, acordadas y aplicadas en su propio marco social especial.

Aún cuando se encuentran aplicaciones de las Comunidades Virtuales para fines profesionales o científicos -abogados, salud, ingenieros, biólogos- su mayor expansión está en el sector del ocio y el entretenimiento, pues el aumento por un lado del tiempo de conexión, y por otro de la conexión doméstica, hace necesaria la existencia de lugares de relación, en los que se satisfaga la necesidad vital de compartir y comunicarse. Al igual que encontramos lugares de reunión, desde donde podemos sentir el pulso de la

ciudad e interactuar casualmente, las Comunidades Virtuales producen su propia dinámica informativa.

Pero como Internet es un mundo tan real como el mundo real, estamos sujetos a las mismas incertidumbres, repeticiones, mitología, desdoblamientos, perversiones, ocultamientos, distorsiones y ensoñaciones que al hojear el periódico y comentar las noticias con unos amigos.

Cada colectividad puede tener un espacio, manejado por un líder del grupo, para publicar noticias y artículos producidos por los miembros. Puede, también, crear foros de discusión, hacer *chats*, organizar eventos alrededor del tema de interés y mantener en archivo sus artículos.

En este portal, como en muchos otros, existe un código ético que norma las actividades dentro de las distintas comunidades que se forman. Los usuarios de estas Comunidades son responsables por el uso que hagan de los servicios en línea así como del contenido de los mensajes que transmiten al hacer uso de ellos, y de las consecuencias derivadas de tales mensajes.

Aún cuando las Comunidades Virtuales apelan a la libertad de expresión como valor supremo, existen un sin fin de reglas que permiten la convivencia armónica en las distintas comunidades virtuales, y que más bien sirven para proteger a los usuarios, normalmente las restricciones o prohibiciones son

- Difamar, injuriar, acosar, amenazar o violar de cualquier forma los derechos de otros usuarios o de terceros.

- Publicar, anunciar, ofrecer, distribuir o divulgar cualquier información inapropiada, difamatoria, obscena, indecente, o de procedencia ilegal.

- Cargar o enviar archivos que contengan software o cualquier otro tipo de material protegido por las leyes de propiedad industrial, a menos de que usted posea o controle tales derechos, o haya recibido las licencias necesarias de conformidad con la ley.

-Ofrecer, cargar o enviar archivos que contengan virus, archivos defectuosos o cualquier programa que pueda perjudicar el funcionamiento de computadores de terceros.

-Llevar a cabo o enviar encuestas, mensajes en cadena, concursos, pirámides.

-Limitar o impedir a otros usuarios el uso, acceso o disfrute de las Comunidades.

Una consideración que hay que tener al abrir una comunidad es que los prestadores del servicio se reservan el derecho a retirar sin previo aviso cualquier información que por alguna razón consideren inapropiada. De igual forma ellos pueden terminar o modificar sus servicios, con o sin conocimiento del usuario, sin incurrir en responsabilidad alguna frente a este o algún tercero.

Mucho se ha dicho de las comunidades virtuales en cuanto nuevas formas de interacción humana, las cuales ponen en libertad al individuo de las limitaciones sociales de la identidad corporal y de las restricciones del espacio y el tiempo, lo que de todo ello es cierto que "logran equilibrar desigualdades mediante la sustracción de estructuras jerárquicas incorporadas y promueven un sentido de "fraternidad interconectada" entre sus participantes activos." (Campos, 2002: s/p)

Las Comunidades Virtuales por lo tanto se sitúan como el compendio de una forma de comunidad postmoderna dentro de la cual la multiplicidad de individualidades es resaltada y la diferencia prolifera sin inhibiciones del exterior, especialmente de las estructuras sociales.

La identidad cultural de la persona no se borra al momento de entrar en la Web, puede modificarse, pero no se elimina.

Habría también que entender que estas Comunidades Virtuales hacen ver el surgimiento de nuevas socialidades, entiendo este término como una forma característica de los sujetos sociales de la posmodernidad, en donde se pasa de ser un ser social con una función determinada, con una pertenencia a un grupo estable, a ser un sujeto que juega roles de acuerdo a sus gustos, prioridades e intereses.

Este sujeto ya no forma parte de la individuación clásica, en la cual el individuo está consigo mismo, sino que se distingue por un estar con el otro basado en la afectividad y no en la razón, en donde el nosotros es más importante que el yo. (Maffesoli, 1990), como una forma de reaccionar afectivamente con el otro frente a un mundo fuertemente hostil y sin perspectivas

Ricardo Morales (1998, 244) afirma que “las redes, como sistemas complejos, están tejidas por prácticas culturales que los jóvenes ponen en juego” Estas prácticas han cambiado según Morales de forma directamente vinculada con la generación de “relaciones sociales más horizontales, participativas y generadoras de información” (1998, 244). Añade de igual forma que “es en estos procesos donde se generan identidades nuevas, donde se da la construcción subjetiva de la vida y los procesos de construcción de sentido” (1998, 244)

Visto así es posible definir a las comunidades virtuales como comunidades interpretativas de consumidores cuyos hábitos tradicionales -de comportamiento, o de la lengua propia de la comunidad-, los llevan a relacionarse de un modo peculiar con los objetos y la información que de ellos circula en las redes internacionales." (García Canclini, 1995: 50)

## **II El objeto de estudio: la comunicación en una comunidad virtual en torno a la música**

En el siguiente capítulo se presenta el objeto de estudio a partir de el marco de referencia planteado en el capítulo anterior. De igual forma describo la metodología utilizada para estudiar la forma en que las identidades o identificaciones son construidas en torno a la música, mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

En las sociedades contemporáneas, los procesos de representación de identidades tiende con mayor frecuencia a desligarse de las forma tradicionales de estructurar los referentes. En este sentido, los procesos de globalización impulsan a los actores sociales hacia la interacción con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, redimensionando la forma en que se configuran las identidades y las diferencias.

Es en este contexto que los usuarios de las nuevas tecnologías construyen sus experiencias de vida, mediadas por el consumo de símbolos globales, provenientes de diversos lugares y sometidos a una fugaz existencia. De esta forma, el valor simbólico de los objetos que consumen se convierte en el principal elemento de identificación y diferenciación, no tanto por el consumo masivo de estos objetos y símbolos, sino por el sentido que los diferentes grupos de usuarios les asignan. Las diferentes maneras de apropiarse y construir culturalmente un territorio, incluso virtual, nos hablan de diferentes maneras de ser y estar en el mundo contemporáneo.

En este sentido es que diversos autores han identificado el uso de las tecnologías de información e investigación como vehículos de la comunicación interpersonal; lo anterior nos hace suponer con suficiente certidumbre que un fenómeno similar está ocurriendo cuando estos lugares de encuentro ofrecen además la posibilidad de realizar una actividad “conjunta”. Podemos afirmar entonces que la música -escucharla, compartirla, experimentarla- en línea, es un sustrato de socialidad. Dicho de otro modo, la música es una posibilidad



para suscitar experiencias colectivas, para tender lazos sociales entre sujetos, en una época en donde las oportunidades de hacerlo cada vez son más escasas.

## **Preguntas de Investigación**

Con base en la revisión bibliográfica precedente y los supuestos de base expresados en el párrafo anterior, las preguntas que se planean como ejes centrales de la investigación son:

¿Cuáles son las características de las formas de comunicación que se realizan en Internet en torno a la música?

La hipótesis de trabajo es que estas formas de comunicación sobre la música se realizan cuando pueden constituirse para los usuarios en un referente de construcción de identidades colectivas. En otras palabras, sostenemos que en los sitios web destinados a compartir la experiencia musical, se realiza una comunicación orientada a establecer espacios de socialidad basados en la identificación entre usuarios.

## **Objetivos**

Ante esta panorámica y tomando en cuenta las preguntas de investigación los objetivos de la misma son los siguientes

Objetivo General:

- Identificar los procesos de creación y estructuración de identidades basadas en las interacciones comunicativas y el intercambio de información sobre música, a través de Internet.

Objetivos Específicos:

- Identificar la creación de vínculos sociales a través de Internet
- Analizar las relaciones que se establecen entre el uso de Internet, consumo de música y generación de identidades compartidas.

## Delimitación del estudio

El universo de estudio se conformó, de manera inicial, por los sitios Web, foros y weblogs, dedicados a la discusión de temas musicales y de intercambio de archivos de música, en donde además pudieran realizarse otros procesos comunicativos. No se realizó un muestreo representativo sino más bien una búsqueda y selección de un sitio, de manera que pudieran alcanzarse a entender dinamismos y características relevantes.

El sitio que se seleccionó para el estudio fue el foro de Música y Audio *Supervaca*, que se encuentra en <http://www.supervaca.com>. Su portal se muestra en la siguiente figura

FIGURA 1  
PORTAL SUPERVACA



*Supervaca* puede ser definida como una comunidad virtual. Este sitio surge a finales del 2002 con la intención de compartir datos técnicos de películas en

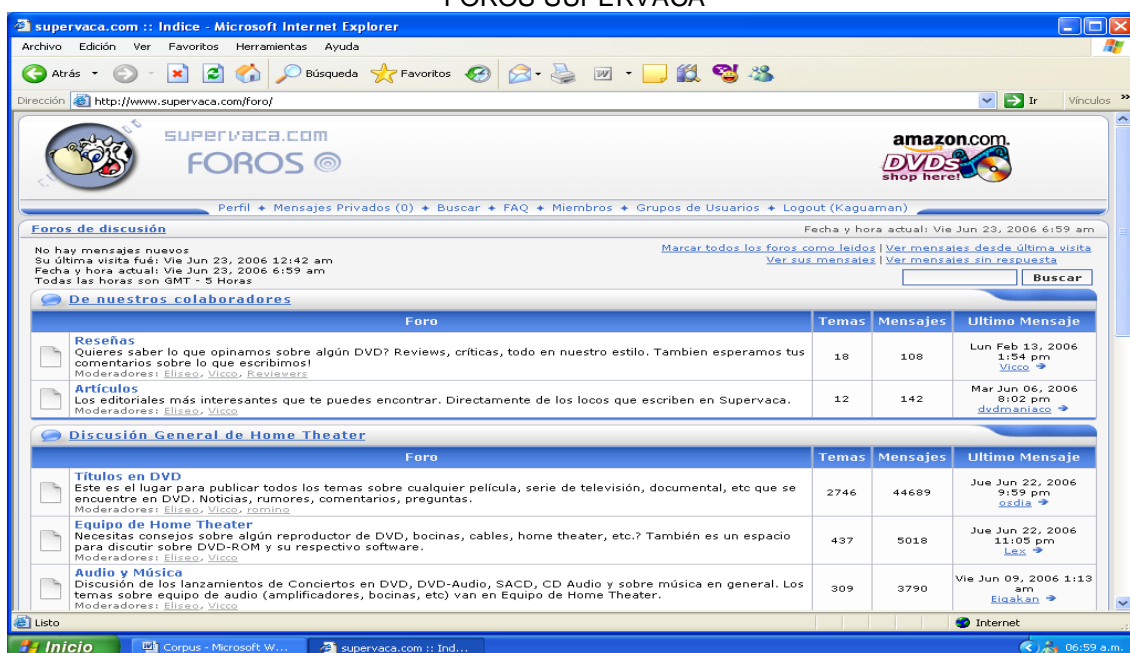
formato DVD. Desde sus inicios, el portal de *Supervaca* contó con foros de discusión orientados al cine y el video, dejando un espacio llamado “pruebas y tema libre” en el que se podía aportar y compartir opiniones y comenzar discusiones sobre otros temas.

Entre los temas que más seguidores tuvieron en ese foro específico estaban, en primer lugar la música, a través de la discusión sobre conciertos, discos, bandas sonoras de película; otro elemento que aparecía era la discusión sobre equipos de audio y los distintos formatos en que se puede conseguir hoy la música, por ejemplo, mp3 y ogg en los formatos digitales, contra los formatos antiguos como el vinil. En tercer lugar aparecía la discusión sobre videojuegos, en donde no sólo se habla de tal o cual juego, sin también de las consolas y las características técnicas de estas.

Estos tres temas dieron origen a los dos foros menores de *Supervaca* (audio /música y videojuegos) pero sólo menores en tanto que no tocan, de manera directa, al objeto central que reúne a la comunidad. Para nuestro objetivo, el foro de música de *Supervaca* fue un lugar idóneo para realizar nuestra investigación.

Al cierre de la observación, el conjunto de foros en *Supervaca* contaba con una población de 615 usuarios registrados; de estos, la gran mayoría vive en México, pero también hay supervacunos –formaen que los participantes del foro se llaman aellosmismos- en Estados Unidos, Sudamérica, Europa y Japón. Los horarios en que aparecen los *posteos*, y el lenguaje utilizado en ellos, dejan ver que en su mayoría los participantes de *supervaca* son profesionistas jóvenes con capacidad económica suficiente como para tener una computadora en casa y disponibilidad de conexión a Internet.

FIGURA 2  
FOROS SUPERVACA



En lo que se refiere específicamente al foro de audio / música, en donde realizamos nuestra investigación, éste cuenta con 66 usuarios regulares. Los sujetos de mi investigación fueron estos usuarios que se reúnen en este espacio para discutir e intercambiar experiencias en torno a la música, entendida esta como un fenómeno comunicativo, como lenguaje complejo de signos, creador de referentes culturales. El trabajo de campo se realizó durante el periodo comprendido entre Abril de 2005 y Mayo de 2006.

## Metodología

Para responder a las preguntas de investigación planteadas en el capítulo anterior, este estudio se dividió en cuatro etapas, la primera una observación indirecta, es decir, una revisión de lo que desde el campo académico se ha dicho y hecho sobre los cuatro ejes que se articulan en este estudio, presentados en el capítulo anterior, haciendo especial énfasis en la búsqueda de reportes de investigación sobre los usos de Internet y formas de comunicación en línea realizadas en sitios similares. A partir de esta observación indirecta formé un marco interpretativo lo más completo posible para analizar la dinámica social de las comunidades virtuales estructuradas en

torno al compartir y discutir la experiencia musical y de esa manera realizar un consumo cultural

Seguí una estrategia metodológica de corte cualitativo, a fin de aprehender los fenómenos de significado asociados a las prácticas sociales de comunicación que se realizan a través de Internet en sitios dedicados a compartir e interactuar alrededor del tema de la música.

El siguiente paso fue una observación directa, que para este caso corresponde al trabajo de campo. Éste trabajo de campo lo realicé en los foros de discusión de [www.supervaca.com](http://www.supervaca.com) con la intención de identificar las formas concretas en que se realiza el consumo cultural en el campo de la música a través de la utilización de Internet

La observación participante constante del sistema, como dice Gómez (2002: s/p) "se convierte en elemento básico para llegar a una compenetración y sensibilización tanto con las posibilidades tecnológicas del sistema como con el uso de dichas herramientas para el objeto a estudiar". Es necesario recalcar que antes de documentar las incursiones en el campo se debe conocer a fondo el sistema, sus características, posibilidades y limitaciones. Una vez que ya se "navega" por el sistema con naturalidad es posible comenzar a estudiarlo sin la problemática que acarrea el ser neófito. En este momento es importante no involucrarse en interacciones con otros usuarios, ya que es fundamental la "distancia" con el objeto de estudio; de otra manera, esto podría acarrear problemas a la hora del análisis. (Gómez , 2002: s/p)

Una vez iniciado el proceso de observación fue necesario estipular un protocolo para ello; para ello hubo que tomar en cuenta horarios a analizar, los días, calendarios escolares y laborales. Todo esto con el fin de realizar un registro exhaustivo sobre los tipos tipo de participación, tipo de interacción y número de participantes en una misma interacción, propósitos y resultados de la interacción. Este registro fue afinándose durante el proceso a fin de hacer más expedito el proceso de levantamiento de datos.

Durante la última parte del trabajo de campo realicé entrevistas en profundidad con algunos usuarios que fueron identificados como informantes clave. Estas entrevistas se realizaron mediante correo electrónico y por teléfono.

Como sabemos análisis de los mensajes de los sitios observados no es un proceso desligado del proceso de registro, sin embargo hubo un momento específico de análisis que permitió construir las categorías y tipologías pertinentes para explicar las lógicas de interacción en línea y a partir de allí pude dar cuenta del proceso de comunicación inscrito en estas prácticas.

Este proceso de organización/interpretación de datos obtenidos fue realizado en función de las preguntas y del marco referencial organizado de manera preliminar al trabajo de campo. Con este análisis como base, fui desarrollando modelos que me permitieron explicar de las dinámicas sociales del sitio y sus participantes.

Otro punto de abordaje para el estudio de las comunidades virtuales fue compararlas con las "comunidades de interpretación" en el estilo de Martín Barbero, y Claudia Benassini, o con las llamadas "comunidades imaginadas" de Anderson (Gómez , 2002). En este sentido consideré necesario que el estudio de las mismas debía hacerse sobre una sola en particular más que intentar una explicación sobre los sistemas en general; esto es porque aún cuando la mayoría de ellos comparten la misma estructura, funciones -o hasta usuarios en común-, las dinámicas y estructuras sociales hacia el interior son particulares a cada uno de ellos. De esta forma, "se busca llegar a una comprensión a fondo de un caso particular que pueda en algún momento acercarnos a un entendimiento adecuado y total del sistema para así tener bases más sólidas para el estudio de los demás" (Gómez, 1999: s/p)

### **III Música e Internet**

El siguiente capítulo es una reflexión de como las nuevas tecnologías de la comunicación han ido revolucionando ya no sólo la música en cuanto mercancía -bien cultural- sino también la forma en la que se da la experiencia de encuentro y consumo de la música.

Actualmente, es normal que en cualquier campo del quehacer humano se trate de resolver las necesidades de comunicación a través de Internet. La música no es la excepción, y la fuerza comunicativa que ha adquirido con el uso de este instrumento, ha hecho necesaria una nueva definición de los tiempos y las distancias para llevar a cabo los proyectos. La música comenzó rápidamente a tener presencia en la red.

En las últimas décadas, los usuarios de Internet no sólo se han conectado para intercambiar información sobre sus artistas y temas favoritos, también han ido demandando y creando espacios para la producción, la distribución y la escucha de la música.

#### **La Tecnificación de las Prácticas Sociales**

Probablemente hoy más que nunca el mundo ha dejado de ser un lugar estático, las diversas formas de migración y flujos se vuelven constantes - recurrentes- temas de conversación. La movilidad -de la información y de las personas- se ha disparado como bala de una manera sin precedentes. Las fronteras -otrora límites de los estados nación y todo el contenido ideológico detrás de éstos- comienzan a desdibujarse para revelar la una nueva composición regional, más relacionada con las similitudes culturales que con la situación geográfica.

La promesa progresista de la modernidad comienza a mostrar su lado oscuro. A través de las maravillas tecnológicas se difunde información sobre religiones y creencias mágicas antiguas (previas a la cristianización de Europa y algunas

incluso aseguran ser anteriores a los saberes babilónicos). Hoy, para viajar en el espacio-tiempo no hace falta ya imaginar la posibilidad de crear portales mágicos, basta con prender el televisor, conectarse a la World Wide Web, o marcar un número telefónico para tener la sensación de estar en otro lugar en tiempo real. Por otro lado, la distancia entre la caricatura de Los Supersónicos y la realidad que aparentemente se va imponiendo a nuestro paso se acorta y sin embargo a un lado la desigualdad social y económica (y ahora también la desigualdad en el acceso a la información) se hacen presentes en un sinnúmero de formas. Habitamos un constante presente que se impone de manera contundente y a veces dolorosa.

Pero este presente no es estático, sino que se va reconfigurando desde los distintos frentes y acontecimientos de que nos nutrimos como sociedad, como se nutre la marea y el oleaje de las distintas corrientes marinas. En esta metáfora la fluidez del agua se enfrenta a la permanencia de la arena y a la lentísima movilidad de las capas tectónicas del subsuelo marino, en este sentido la memoria y los espacios sociales se vuelven significativamente contrarios a ese rompimiento espaciotemporal ya que si aún éstos experimentan cambios en la significación de que se revisten, el proceso a través del cual estos cambios suceden es mucho más dilatado.

Así, los espacios públicos devienen espacios de lucha por el poder, de enfrentamiento en contra de la “privatización” y la “marginación”, se vuelven lugares políticos en donde se revive el debate entre la homogeneización y la pluralidad de experiencias de lo social. Y es que los espacios públicos cumplen con la función de una suerte de disco duro social, lugar de registro de la memoria colectiva, manifestándose como *embodiment* de la tradición, frente al resquebrajamiento del espacio y el tiempo ya que obedecen al orden vivencial.

La espectacular difusión de las tecnologías de la información y la comunicación durante las últimas décadas ha generado una serie de temas que parecieran formar parte de cualquier análisis sobre la actualidad. La idea de que nos encontramos en el centro de una revolución tecnológica y social sin precedentes, es sólo una pequeña muestra de ello.



A menudo se afirma que el acelerado proceso de cambios tecnológicos que vivimos es, en pocos términos, imparable. De forma reiterativa se nos recuerda a través de cualquier medio posible que no sólo no podemos perder el expreso tecnológico, sino que aquellos que no quieran o no sepan adaptarse a los cambios acabarán sufriendo las consecuencias de su reticencia al cambio. Así, el desarrollo tecnológico parece revestirse de una fuerza que rebasa cualquier intento humano por detenerlo o al menos cambiar su dirección.

La inexorabilidad que actualmente se atribuye a la tecnología se puede constatar en el énfasis que se pone en su crecimiento. En el caso de las TIC, incluso, el proceso de innovación parece estar sometido a leyes que certifican su carácter inapelable. Estas mismas leyes refuerzan obviamente la idea de que estamos ante un proceso al parecer, básicamente autónomo, en el sentido de que se produce al margen de cualquier voluntad explícita introduciendo así un cierto tipo de miedo hacia la tecnología, un miedo que Mary Shelly deja ver ya en su cuento del monstruo de Frankenstein.

La idea de la autonomía de la tecnología acostumbra a ir ligada a otro tópico sobre la tecnología que también ha hecho fortuna a lo largo de la historia y que parece vivir su edad de oro en torno a las tecnologías de la información y la comunicación: el determinismo tecnológico. Quienes apoyan esta tesis consideran que la fuente más importante de cambios sociales, a lo largo de la historia, son las innovaciones tecnológicas. Ciertas tecnologías acaban afectando, según este punto de vista, a todos los ámbitos sociales: las instituciones, las formas de interacción, el imaginario cultural e incluso las cosmovisiones

El determinismo tecnológico tiene un curioso equivalente en el siglo pasado, el llamado determinismo climático: durante un tiempo se puso de moda la idea de que el factor que mejor explicaba las diferencias culturales entre los distintos pueblos era el clima.

Se pensaba, por ejemplo, que el clima frío potenciaba la intimidad, la introversión y el trabajo intelectual, mientras que las temperaturas más moderadas favorecían la vida pública, la extroversión y el ocio. La analogía formal está bien clara: el clima, un factor independiente de la sociedad y de nuestra voluntad acaba configurando la cultura. De igual forma las diferencias tecnológicas son el factor más importante para dar cuenta de las diferencias culturales de las sociedades humanas.

Los investigadores han sido especialmente cuidadosos en el momento de analizar episodios en los que se planteaban disyuntivas tecnológicas es decir, momentos en los que existían diversas opciones técnicas para seguir. En estos casos es donde se muestra de forma más clara cómo las decisiones tomadas a favor de una opción no son, en muchos casos, explicables a partir únicamente, de consideraciones puramente técnicas. El abanico de factores no técnicos que intervienen en la configuración del cambio tecnológico es, sin embargo, muy heterogéneo.

La imagen del desarrollo tecnológico que se desprende de los estudios de tecnología resulta muy diferente de aquella asociada a la tesis del determinismo tecnológico y de la autonomía de la tecnología. La evolución de la tecnología se parece más a un rizoma de caminos que se bifurcan y se entrecruzan, algunos de los cuales quedan de repente truncados para siempre mientras que otros se retoman al cabo de un tiempo o se fusionan con otros. Se trata, en consonancia con Aibar (2002), de un modelo multidireccional que no puede, en ningún momento ser representado mediante la imagen de las vías de un tren.

En lugar de enfatizar la necesidad inherente al desarrollo tecnológico, el modelo multidireccional destaca el carácter contingente del cambio tecnológico: casi nunca existe una forma única de proceder en el diseño de los artefactos técnicos.

Desde los estudios de la tecnología, sin embargo, se favorece una posición que destaca la posibilidad efectiva de intervenir sobre el desarrollo tecnológico, desde ámbitos ajenos en principio al mundo ingenieril, científico o empresarial.

### **De la Interacción, la Identidad y los Medios**

En la obra de Thompson, dónde se analiza la estrecha relación entre los medios de comunicación y la Modernidad (1998), se exponen un conjunto de argumentos desde los que plantea que la modernidad -o las múltiples modernidades- es un factor de cambio en las relaciones humanas, en las formas de interactuar y en las formas de percibir y construir el mundo. Para él, los medios y las relaciones mediáticas generadas por su influjo, transforman radicalmente las formas en que los individuos se relacionan, y conviven. Vistas así, tanto las relaciones de poder, como las formas de consumo y la dinámica de la espacio-temporalidad se han revolucionado por efecto de los medios.

Las sociedades industrializadas como en las que vivimos, con crecimiento demográfico desmedido y por tanto caracterizadas por el conflicto social, han sido el terreno fértil para el intercambio simbólico mediático, un intercambio que, desde la óptica de Thompson no es casual ni fortuito, sino establecido a partir de relaciones de poder, en específico desde el poder simbólico. Este poder, dice el autor, “es un fenómeno social penetrante, característico de los diferentes tipos de acción y encuentros”. (Thompson, 1998: 29).

El autor retoma el asunto de la ruptura del tiempo y el espacio, dice que la percepción del tiempo ha cambiado, devino construcción social. La revolución telemidiática ha ayudado a la generación de un nuevo sentido del tiempo en simultaneidad, en globalidad. “Fue posible experimentar acontecimientos simultáneos...en lugares espacialmente lejanos”. (Thompson, 1998: 53). Este cambio en la percepción del espacio-tiempo ha generado modificaciones en el sentido del pasado, permitiendo que la transmisión de la tradición dejara de ser cara a cara, habría que tener en cuenta que la palabra tradición proviene del latín traditio, y éste a su vez de tradere, "entregar", así tradición podría ser

definida como aquello que una generación hereda de las anteriores y, por estimarlo valioso, cede a las siguientes

Por otro lado esta nueva forma de percibir las dinámicas espaciotemporales nos ha generado una suerte de historización mediatizada del pasado, desde la que hemos aprendido a ver hacia atrás desde las versiones que los medios nos cuentan a cerca del “como fue”. De igual forma hemos aprendido a vivir en un mundo que se presenta atiborrado de imágenes y demás experiencias multimediáticas. Todd Gitlin menciona que estamos “sobresaturados con imágenes y sonidos y los efectos que causa, aunque enfatiza el hecho de que no estamos desamparados totalmente.” (2003: 9) También comenta que al verse incrementadas las sensaciones, “el tiempo que tenemos para asimilarlas va disminuyendo.” (2003: 75)

Las nuevas tecnologías, la comunicación por computadora y la revolución de los conceptos de espacio y tiempo han transformado la esfera pública y por tanto la noción de espacio público. Para Thompson (1998) el dominio público, se refiere a todo lo relacionado con el estado, en tanto que lo privado, refiere a todo lo que se excluye de este último. En este sentido ambos espacios han sufrido una redefinición ya que los individuos están más al tanto de lo que ocurre en sus ámbitos de competencia.

Lo público no necesariamente es visible, en la esfera pública existe un grado de invisibilidad, aun cuando esta lleva inserta la discusión sobre democratización. Antes de la presencia de los medios, la esfera pública suponía un espacio común, co-presencia visual, auditiva, retroalimentación, características todas propiciadas por el carácter local que tenía el sentido de lo público. Como ya se ha mencionado con anterioridad, los medios han transformado la noción de espacio público, hoy en día ya no se comparte espacio y tiempo físicamente, las acciones pueden ser vistas y oídas por otros que están lejos del emisor.

De manera conjunta con este torrente multimediático del que aparentemente no podemos salir -me pregunto si es que realmente quisiéramos salir- han

aparecido un sin fin de grupos y comunidades "identitarios" que de una u otra forma encuentran una narrativa en y desde los *mass media*. El consumo diferenciado de ciertos bienes conforma un elemento de identificación entre individuos que pertenecen de cierta forma a grupos específicos. El uso y la apropiación que hacen de estos bienes les confieren cierto sentido de pertenencia y familiaridad para con el grupo, pero también acarrear ciertas responsabilidades, a través de las cuales los lazos formados entre los individuos se estrechan.

### **El Oído Como Puerta**

Cuando hablamos de las artes como espacios de participación por parte del espectador, hay que tener en mente una división que no sólo corresponde a diferentes modos de percepción sino también a distintas formas de experimentar el goce estético de estas. Esta división corresponde a las Artes Preformativas -teatro, danza, música- y a las Bellas Artes -literatura, pintura, escultura- (Frith, 1996:116). En este sentido, las Bellas Artes guardan relación directa con el espacio y normalmente se encuentran en la parte superior de la escala estética.

Para descubrir y gozar el valor estético de este tipo de artes "basta" con contemplar la forma en que está estructurada la obra y el significado intrínseco de la misma como resultado del genio de su creador. Por otro lado, las Artes Preformativas se encuentran en relación directa con el tiempo, en los procesos más que en los objetos; en ellas la experiencia estética se centra en la apreciación sensorial, la inmersión corporal en un "objeto" que envuelve.

Esta división también tiene que ver directamente con los órganos sensoriales en que se apoyan, la vista para las bellas artes y el oído para las preformativas –en especial la música. En este sentido, Simmel (1986:684) contrapone el carácter grupal del escuchar contra el carácter individual del ver, "lo puramente audible, desaparece al punto mismo de aparecer, y no es, por tanto, susceptible de 'posesión' (...), todo lo que suena en un espacio han de oírlo cuantos se hallen en él, y el hecho de que uno lo perciba, no priva de percibirlo

a los demás (...) no hay muchas personas que reciban la misma impresión visual").

Es desde esta perspectiva -valga la metáfora visual- la experiencia auditiva "que se comunica unitaria y uniformemente a una muchedumbre" crea una "unidad sociológica y una comunidad de impresiones mucho más estrechas" Simmel (1986: 684) que aquellas que tienen que ver con la experiencia visual.

Es posible decir que el oído es el órgano de la emoción y el afecto ya que lo sonoro, al estar más cercano al cuerpo y a los ruidos de la vida, porta el ritmo sonoro del cuerpo, el tiempo y la densidad de las existencias.

Ante el sonido el sujeto se deja envolver, encantar, porque el sonido embiste por todos lados englobándonos. Cuando escuchamos un sonido, desaparece el significante de demarcación y, con ello, el poder del sujeto, ya que el sonido es como el ritmo que "arrastra, embruja al sujeto, lo priva de iniciativa y de consentimiento, que disuelve el sí-mismo en el anonimato" (Enaudeau, 1999: 99). Es posible decir entonces, que existe un principio de pasividad en la audición y de autonomía en la visión. Si el ojo se retrae para colocarse fuera del campo, los oídos se sumergen en el campo sonoro-musical o ruidoso. El espacio sonoro absorbe, penetra, encierra. Podemos poseer las cosas por la visión, pero el sonido nos posee.

## **Escuchando la Música**

“La función de la música se diluye gradualmente cuando su “sitio” cambia, cuando la gente comienza a escucharla en silencio e intercambiarla por dinero. Es entonces cuando emerge una batalla por la adquisición y venta de poder, una economía política”. (Jacques Attali)

La historia de la música grabada no tiene más de dos siglos todavía, antes de esto, alrededor del siglo XVIII la música se interpretaba en directo, principalmente en salas de conciertos, en iglesias, o en las salas de las casas nobles. En esta época, la música, así como los músicos y los compositores, eran “propiedad” de quienes pagaban estos lujos. Cuando la música se libera

de esta situación casi esclavizada y se transforma en una mercancía de cambio, ésta se abre a la experiencia comunitaria, creando una sensación de distancia que le permitía al intérprete manejarse bajo cierta noción de autenticidad, lo que daba plusvalía a su trabajo. Esta distancia tiene que ver con que la interpretación se da in situ, en el momento, la parte creativa sucede en un tiempo y espacio diferentes; de esta forma la audiencia entendió que la música se interpretaba y no se improvisaba al momento.

Aún así, la comercialización masiva de las grabaciones musicales no comenzó hasta mucho tiempo después. De hecho la experiencia de escuchar las voces que salían de los reproductores era algo considerado como sobrenatural. No debió ser para menos la sorpresa de escuchar voces e instrumentos sin poder ver a quienes cantaban y tocaban. Con el tiempo la magia fantasmagórica de los fonógrafos fue convirtiéndose en algo común hasta llegar a ser herramienta de trabajo para los bailarines y otros tantos artistas.

Al adentrarnos al siglo XX la tecnología permitió el surgimiento del estudio de grabación, a manera de laboratorio de creación musical, en que el producto final –la grabación, no la música- era creado “por una línea invisible de montaje en la que participan compositores, músicos, productores e ingenieros, quienes crean un aura que opera a un meta-nivel del intérprete-estrella” (Cascone 2002: s/p) En dichos laboratorios, la tecnología podía -y sigue pudiendo- mejorar y reparar interpretaciones musicales.

Pero la magia no sólo debía ocurrir en esos laboratorios, sino que debía trascender el fonograma, era necesario mantener la presencia de los intérpretes -que no necesariamente son músicos- mediante conciertos y actuaciones en directo. Para tal efecto se tomaron “bajo licencia” elementos teatrales como la iluminación, diseños de escenografía, pirotecnia, y se combinaron con elementos técnicos como la amplificación de sonido y procesamiento de señales -en un tiempo análogo y hoy digital- para crear el epítome de las interpretaciones musicales, el concierto de Rock.

Es cierto, el disco -o el respaldo del que se trate- está imbuido con la presencia del intérprete, pero gracias al desarrollo de los medios y de las nuevas tecnologías, el intérprete y su producto, se encuentran en múltiples locaciones de forma simultánea. La imagen y la música se encuentran disponibles ya no sólo en el disco, sino en el video clip, en la prensa, en las tiendas de discos, en los conciertos masivos, listas de correo, archivos descargables -legal o ilegalmente- concursos para asistir a un evento con el intérprete, etc.

Aunque no todas las formas de arte operan dentro de este sistema, la constante del mundo pop hace difícil al público descubrir música alternativa que opera en mercados subculturales. Y aún cuando lo hace, estos otros mercados comportan modelos similares de producción, distribución y posicionamiento.

En cierto sentido, una de las innovaciones que Internet introduce en el campo de la música, es la presentación y estructuración de la información de manera interactiva e hipertextual; alentando el reconocimiento de que al utilizar estos nuevos canales y aplicaciones, se está dirigiendo a un público que posee, además de referencias musicales, cierto grado de información tecnológica, usuarios que, la mayoría de las veces se reúnen en distintas plataformas para formar comunidades virtuales.

Sin duda alguna Internet ha generado formas nuevas de distribución en el campo musical, dando oportunidad a la producción y distribución alternativa de la música, entre las cuales se distinguen la elaboración de publicaciones electrónicas, educación musical, comercio electrónico, intercambio de canciones entre particulares, discusión sobre tópicos musicales y ciberradiodifusión.

Es justo destacar que Internet funciona, también, como un medio de contacto y expresión de diversos grupos sociales y en este sentido, todo tipo de música ocupa diversas páginas electrónicas y foros de discusión. Las publicaciones electrónicas sobre música que actualmente circulan en el ciberespacio, cubren una infinidad de temas y actualizaciones.



Después de observar diversos usos de la red con relación a la música, es factible decir que Internet ha modificado, en diferentes formas y medidas, muchos terrenos de la actividad musical. Sin duda, el cambio más importante que se está generando en Internet para la música es la posibilidad de distribuir gratuitamente música grabada por este medio. La adquisición digital de música por línea, grabada a través de Internet, puede resultar el anuncio del fin de los grandes intermediarios, lo cual sensibiliza a toda la industria de comercialización de la música, a la vez que empodera de múltiples formas a los usuarios de la red.

## **IV Un espacio de comunicación y de identificación**

En este capítulo expongo los resultados obtenidos del estudio del foro de Audio y Música de [www.supervaca.com](http://www.supervaca.com). Aún cuando se trata de un foro específico, con características particulares, las conclusiones que de este estudio se derivan, pueden ser aplicadas para la comprensión de las nuevas formas de comunicación y socialización en entornos virtuales.

Para estudiar las identidades/identificaciones construidas en torno a una dimensión del consumo cultural -la música- mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, es necesario ubicarnos en un contexto específico. En ese sentido, me interesé en lo que hacían los participantes de la Comunidad Supervaca al participar en los foros virtuales de su portal [www.supervaca.com](http://www.supervaca.com), específicamente en el foro de Audio y Música. Trataré a continuación de definir los rasgos de esta forma de socialidad.

Como comunicólogo, el interés de mi investigación se centra en el sentido que los usuarios dan a su participación en el foro. Para lograr identificar esta dimensión simbólica me pareció conveniente poner en relieve los usos y apropiaciones que los participantes hacen del foro de Audio y Música de *supervaca*. Lo anterior implica observar las acciones allí desarrolladas, a fin de interpretar cuáles son los motivos de su participación, cuales son las reglas y las negociaciones de posicionamiento de los usuarios.

Para este efecto se observó el foro de manera participativa durante un año y se analizaron los mensajes recibidos entre abril de 2005 y abril de 2006. Durante este lapso se enviaron un total de 499 mensajes que corresponden a 64 temas (Cfr. Anexo V).

Se realizaron además 5 entrevistas a participantes de *Supervaca* que consideramos informantes clave debido a que todos ellos se encuentran entre los usuarios que más “postean” en el foro de Audio y Música” de *Supervaca* (Cfr. Anexos 1 y 2) .

## Los Usuarios de *Supervaca*

Ya una vez introducidos en el ciberespacio y justo antes de hablar de la comunidad virtual que surge por vía de la colaboración intencionada de dos o más usuarios -he aquí el carácter colectivo que estas comunidades tienen- habría que intentar entender al usuario. ¿Quién y cómo es este usuario? ¿Cómo interactúa con otros usuarios a través de un foro en línea?

Desde finales del siglo pasado se ha advertido en las ciencias sociales, una suerte de pérdida de referentes, del debilitamiento de las instituciones. También se identificó el agudizamiento de la individualidad, entendida esta como el proceso por medio del cual la sociedad cede espacios a la decisión o elección del individuo, más que un proceso de pérdida de valores. Cabe aclarar que cada individuo llena o trata de llenar a su modo estos espacios cedidos, es decir, como individuo, no como clase social o como grupo o siguiendo las indicaciones de una institución fuerte de referencia. En cierto sentido esto significa libertad, heterogeneidad, multiplicidad, y en muchas ocasiones implica también sensación de vacío y de desconexión con grupos sociales.

Aún así, esta experiencia de individualidad se vuelve experiencia colectiva al ser algo que comienza a ocurrirnos a todos. Este rompimiento de los vínculos institucionales nos permite elegir. Así, encontramos a personas trabajando, por ejemplo, en áreas de pastoral católica juvenil escuchando *Orphained Land*, una banda judía de *black metal* folklórico con tintes de *jazz* que tienen en sus mezas de noche al Che Guevara y a la Virgen de Guadalupe.

De esa manera, por incoherente que de pronto pudiera parecer, y en otras tantas, cada persona discrimina e integra diferentes elementos en su identidad. Esto sucede de forma general por lo que entonces la experiencia es tanto individual como colectiva. En esto radica la riqueza de las sociedades contemporáneas, en el surgimiento de espacios, no tanto públicos como colectivos, enraizados en la experiencia de la libertad, la individualidad y la heterogeneidad.

Desde esta perspectiva Internet puede verse como un espacio de socialización y de intercambio de acciones colectivas conformadas por experiencias individuales.

### **Formas de interacción**

Si hay algo que ha hecho fortuna en el ciberespacio, es el participar en foros en entornos virtuales. Pero, ¿qué es un foro? La respuesta parece sencilla, casi obvia. Utilizando como analogía la realidad presencial, podría definirse en términos de un espacio y un momento para la discusión. Así, en un buen número de entornos virtuales hay una opción -un botón- que nos permite acceder a tal espacio y momento.

El foro es entonces, un conjunto de posibilidades de interacción facilitadas por un software determinado. No obstante, esta caracterización es meramente funcional e instrumental, enfatiza la finalidad del foro y el papel relevante que desempeña en su definición la dimensión tecnológica, pero deja de lado aquello que sucede hacia el interior, aquello que lo constituye como espacio simbólico, es decir, como condición de producción de sociabilidad.

Según Delgado (2002: s/p) el foro es una situación, es decir, una sociedad dotada de leyes estructurales inmanentes que marcan la producción de su organización. Esto es, una (micro)sociedad auto-centrada, autoorganizada al margen de cualquier contexto que no sea el que ella misma genera, lo cual no implica la ausencia completa de relaciones con el exterior, tan sólo significa que permite su análisis más allá de los límites estructurales que éstos imponen.

Entendido así, el foro funciona como un microcosmos, con sus leyes internas que funcionan y posibilitan negociaciones referentes al estatus, a las posiciones y funciones de sus participantes. No es, en manera definitiva, ni un compilado de mensajes, ni el mero escenario para un juego de relaciones. El foro virtual es un microambiente -microecosistema-, un juego de acontecimientos que facilitan y posibilitan el surgimiento de la socialidad en entornos virtuales.

La condición mínima para la existencia de un foro es, en definitiva, la participación de los usuarios y es, desde allí, donde comienzan a gestarse las relaciones sociales propias de la comunidad virtual. Hay que entender que el foro -como sistema- proporciona normas y recursos, que facilitan y hacen operativa la participación de los usuarios; de igual forma, en la participación se reproducen las propiedades del foro, se mantiene sus normas y fortalece sus recursos. Desde esta perspectiva el foro es medio y resultado. En ese mismo sentido, la participación de los usuarios está delimitada por la estructura propia del sistema, pero son las participaciones concretas las que generan las propiedades estructurales y definitorias. Así entonces, en la participación se encuentra la producción y la reproducción del foro.

Cabe aclarar que no es posible identificar la participación sólo con los mensajes que se *postean* en el foro, tampoco con las distintas temáticas que van apareciendo. Reducir a esto la participación proporcionaría una perspectiva demasiado limitada e inocente. La participación más bien habría de definirse como el efecto generado al relacionarse los mensajes, los textos, los *emoticons*, el contexto, la audiencia y los auditorios.

Al llegar al portal de [www.supervaca.com](http://www.supervaca.com), basta hacer clic en los botones Foros De Discusión/Audio y Música es posible, para cualquier persona que navega por Internet acceder a la lectura de los mensajes. Hay que darse de alta en el sistema para poder enviar mensajes y proponer temas de discusión. Pero si bien es cierto que no todo el mundo que lee los mensajes se da de alta, también es cierto que no todos los que se dan de alta participan de manera activa en el foro. Visto así, la única propiedad que distingue a los participantes de los no participantes es el hecho de acceder al foro, aunque sólo sea para mirar la lista de mensajes recibidos.

Ahora bien, si se toma en cuenta las características propias del sistema (comunes a la mayoría de los foros de discusión), se pueden distinguir solamente dos tipos de participación: la activa y la pasiva.

Para fines de este estudio, la participación activa es la de aquel usuario que además de estar registrado en el sistema y acceder a los foros para leer mensajes, envía como mínimo uno. En el caso del foro estudiado, la autoría se focaliza en 66 usuarios con distintos niveles de producción de información. Tomando en cuenta la diferencia en la producción los usuarios activos fueron agrupados bajo tres rubros, usuarios habituales, frecuentes y esporádicos (Cfr. Anexo IV).

En el Foro de Audio y Música los participantes habituales son 8 usuarios, mismos que forman el *maincore* del foro, produciendo la mayor parte de los mensajes, iniciando debates, articulando conversaciones, sancionando algunas de las intervenciones, marcando con esto la tónica general del foro. Pero para estar incluidos en el grupo de los usuarios habituales, la participación debe ser constante durante el tiempo que lleva registrado en el foro. Es decir, un participante habitual debe tener, en este estudio, más de veinte mensajes, además de que estos deben haber sido enviados al foro de manera progresiva.

De la mano de este grupo, se encuentran los participantes frecuentes, que consisten en 24 personas seguidoras del foro, pero que sólo envían mensajes ocasionalmente, en función de temas específicos. Se consideró en este rubro a quienes enviaron de cinco a diecinueve mensajes. La participación de este grupo se mantiene a lo largo del estudio, permitiendo mantener la regularidad como una característica.

Uno de los supervacunos -como se llaman entre sí- comenta sobre su participación:

Al comienzo, recién entré, nada más leía, la verdad es que a veces leía *posteos* y *threads* principio sólo me limitaba a leer y, bueno, había intervenciones que parecían bien rudas, de esas de las que llevan jiribilla y veía que se armaba la polémica y de la nada le fui entrando, hasta que me descubrí un día leyendo todos los *posts* y confieso que a veces no me

prenden tanto los *threads* pero de todas formas meto mi cuchara. A veces sólo comentas, bueno, comento, sólo por comentar. (Entr. Rov124)<sup>1</sup>

En tercer lugar están los participantes esporádicos, que son los que envían de uno a cuatro mensajes -al menos durante el proceso de observación. Este grupo está formado por treinta y cuatro personas. No hay que olvidar que estos usuarios, tienen una gran importancia pues entablan diálogos y crean, a veces, puntos de conflicto con los otros grupos de usuarios. También ha que recordarse que ellos son quienes le dan visibilidad los lectores silenciosos, los participantes pasivos.

Éste último grupo, el de los participantes pasivos, engloba a todas las personas dadas de alta o no, que entran al portal y a los foros pero que sólo leen los mensajes. La aportación que hace este grupo es muy difícil de valorar y no es parte de esta investigación dar cuenta de las características del comportamiento de este grupo, pero sí de la importancia que estos tienen para el funcionamiento del foro

Una de las características de los foros virtuales, entendidos como sistema de mensajería, es la posibilidad de revisar no sólo el historial del mensaje -ya sea sólo un comentario o un *thread*- sino que también permite seguir la pista de los usuarios, por ejemplo, al ver que mensajes han abierto y cuando lo han hecho.

La audiencia pasiva del foro de Audio y Música de [www.supervaca.com](http://www.supervaca.com), está formada, al cierre de la investigación, por 549 usuarios registrados que sólo actúan como lectores de los mensajes del foro de Audio y Música, a ellos hay que sumar la cantidad de visitantes ocasionales que tiene el foro.

Hay que recordar que la interacción social del dentro del foro no se agota en el mero *posteo* de mensajes, sino que se extiende una concatenación demasiado larga entre proyecto y consecuencia. El último grupo al que se hace referencia en el párrafo anterior, no sólo se hace presente en la cantidad de lecturas de los mensajes, sino que también es, de una forma u otra, el *embodiment* de la

---

<sup>1</sup> Entrevista telefónica con Rov124, miembro de Supervaca. 24 de febrero de 2006

intención de los usuarios activos. Mientras más lecturas tenga el *thread*, mayor el reconocimiento y el prestigio del(os) autor(es) de este mismo.

## Flujos de información y significado

Para comprender las razones de la participación social en los espacios virtuales, es menester encontrar los motivos que impulsan a los usuarios a estar presentes no sólo en la Comunidad Virtual, sino en el foro; todo esto sin ignorar aquellos motivos que no son enunciados por los usuarios.

De acuerdo a las entrevistas realizadas puede decirse que las motivaciones que tienen los supervacunos para entrar y convivir en el foro de Audio y Música podrían resumirse así:

- Ocio (Pasarla bien, entretenimiento, diversión)
- Socializad (interacción, charla)
- Identidad (sentimiento de pertenencia, participación)

- Ocio

En el foro se participa por el gusto de hacerlo, es, en cierta forma, un espacio lúdico frente a la tensión académica o del trabajo. Entre todos los motivos nombrados, el único que aparece unánime es este.

... y no sean demasiado largos, ni demasiado profundos, porque se trata de algo entretenido. (Entr. Rov124)<sup>2</sup>

Yo no busco en ningún momento el enfrentarme con nadie, lo que busco es divertirme, creo que eso es más divertido, ¿no? (Entr. Noangels)<sup>3</sup>

Creo que esto es un para pasar el rato libre, ¿no?... Por eso mismo, porque los hago inmediatos, ¿no? No son algo tan profundo, vaya, no son unos mensajes que yo reflexione como para hacerlos...(Entr DT Movie Boy.)<sup>4</sup>

...estamos ahí para divertirnos, y ya está. (Entr. Eliseo)<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Entrevista telefónica con Rov124, miembro de Supervaca. 24 de febrero de 2006

<sup>3</sup> Entrevista telefónica con Noangels, miembro de Supervaca. 13 de marzo de 2006

<sup>4</sup> Entrevista vía e-mail con DT Movie Boy, miembro de Supervaca. 26 de febrero de 2006

<sup>5</sup> Entrevista vía e-mail con Eliseo, miembro de Supervaca 14 de marzo de 2005



La percepción y uso del foro como un espacio lúdico, de diversión y entretenimiento, de relajación frente al trabajo cotidiano no sorprende en absoluto. Este uso es coherente con la concepción del foro como espacio público de interacción social, es decir, como un lugar de acción política (en el sentido de vida pública) y también como un espacio de diversión y de entretenimiento, lejos del mundo del trabajo y las obligaciones laborales, allí donde el individuo moderno busca su satisfacción y realización personal. El foro se convierte así en un espacio de libertad para relacionarse con sus iguales.

- Socialidad

No se debe dejar de recordar, por más obvio que parezca, que el foro -como espacio de interacción social- conecta individuos a través de una red. A pesar de la ausencia del cuerpo, el otro -aunque lejano y aparentemente ausente- siempre está presente en la comunicación mediada por computadora.

Tampoco hay que olvidar que leer o enviar mensajes es el acto comunicativo básico en un foro virtual, y que, aunque no esté presente el elemento no verbal de la comunicación presencial o se carezca de la posibilidad de modulación de voz, la comunicación electrónica no se reduce al mero contenido que pueda transmitirse mediante las palabras escritas.

La representación en pantalla mediante mensajes escritos puede cargarse de recursos de gran fuerza expresiva y que los interlocutores de estos espacios cada vez utilizan con mayor habilidad (*display images* -fijas o en movimiento-, distintas fuentes, *emoticons*, *links*, etc.). De esta manera, la presencia virtual del autor del mensaje aumenta, y con ello aumenta la posibilidad de generar una suerte de simpatía, o al menos algún tipo de atracción, en sus interlocutores.

Por otro lado, como dice uno de los entrevistados, la sensación de no estar solo con una máquina es una razón de peso para entrar al foro. Encontrar

mensajes por leer, o la espera de un mensaje, genera una cornucopia de emociones que hacen atractiva la conexión.

Existe la sensación de no ser el único que platica de grupos y conciertos y de *soundtracks*. (Entr. EDT Movie Boy.)<sup>6</sup>

Escribes un mensaje y empieza la gente a contestarte, al principio me sorprendió (...) no me lo creía. (Entr. Eliseo)<sup>7</sup>

Cabe hacer visible que, aún cuando el foro –y por tanto la comunidad- es un espacio en el que se puede cultivar nuevas relaciones sociales, ninguno de los entrevistados ha supuesto la posibilidad de sustituir las relaciones presenciales por las relaciones virtuales que se establecen en el foro.

- Identidad

El sentimiento de pertenencia a la comunidad y al foro es otro de los elementos clave en la participación. La idea de que el foro sólo está activo si se participa, y sólo participando es que se divierten, empuja a los que se sienten protagonistas del foro a entrar en él y a *postear* mensajes.

Pero aún con este sentido de pertenencia y de obligación moral para con la comunidad, nadie está dispuesto a que esta obligación resulte enojosa. Aún cuando para participar activamente se necesita registro, la salida de la comunidad queda abierta si las expectativas que se tenían no se ven cumplidas. Si los motivos por los que vale la pena entrar al foro de Audio y Música de [www.supervaca.com](http://www.supervaca.com) pierden valor, la participación decae. Cuando en algunos momentos la participación parecía ir a menos en alguno de los *threads*, siempre surge alguien que toma la palabra, alguien que reaviva la participación.

No me es posible entrar a fondo en las causas de la desaparición de la vida social de un foro, pero sí queremos apuntar la importancia de la racionalidad económica aplicada al uso del tiempo libre como elemento clave a la hora de

---

<sup>6</sup> Entrevista vía e-mail con DT Movie Boy, miembro de Supervaca. 26 de febrero de 2006

<sup>7</sup> Entrevista vía e-mail con Eliseo, miembro de Supervaca 14 de marzo de 2005

entender la participación en un espacio de esta naturaleza, para entender la asiduidad o la desaparición de sus miembros. La libertad individual de participar en el foro o de dejar de hacerlo si éste pierde interés es uno de los "derechos" más unánimemente reconocidos por los participantes, sin menoscabo, insistimos, de la lealtad de muchos participantes hacia el foro.

## **Redes de Diversidad**

Una vez aclarado el porqué participar de manera activa en el foro, fue necesario concentrarse en los participantes pasivos como grupo fundamental del foro. Para quienes participan de manera activa, este grupo "silencioso" se actualiza en el historial del mensaje, pero también se hace presente en la intención del emisor, se hace visible a la hora de arbitrar discusiones o indicar el éxito de un mensaje (número de lecturas y respuestas).

Tal como se ha venido señalando, la participación es el elemento clave para definir y entender el foro en cuanto efecto total y espacio simbólico. La razón principal de ello es que ésta es un acto que implica siempre a un otro, real o imaginario, singular o plural. Así entonces la participación requiere la constitución de una alteridad, que involucrará de manera necesaria en su propia definición. Por tanto, si hablar de foros requiere hablar de participación, referirse a ésta supone automáticamente referirse a audiencias.

Al hablar de audiencias, no sólo se enmarca en esta categoría a los lectores-autores de los mensajes. Más bien la audiencia a la que se hace referencia es a la que se construye en la participación general, en este sentido se incluye también a los lectores silenciosos del foro.

Como parte del estudio del foro se ha clasificado en dos niveles a las audiencias. Un primer nivel tiene que ver con la inclusión y la exclusión de las audiencias mientras que el segundo nivel nos hace referencia a la finalidad de los mensajes y la relación que la audiencia tiene con ellos.

- Incluidos y excluidos

Esta dimensión se despliega en torno a la pertenencia que establece el enunciador respecto a la audiencia del foro.

Al hablar de inclusión de la audiencia el participante que postea se asume como parte del colectivo al que se dirige, construyendo un lazo de unión fomentando el sentimiento de pertenencia al grupo que abarca tanto las normas de conducta, las costumbres y las tradiciones. En parte, hace lo que un conductor de radio o televisión al generar intimidad para con su público.

A ver, a mis contemporáneos y a los mayorcitos...

Estoy bajando de Internet mp3s con la intención de armarme un CD de mp3s lleno de canciones de los 80s (en ingles).

No crean que soy muy fanático de bajar música de Internet. Lo que pasa es que desde que se me ocurrió esta idea me obsesione con ella, y pues... ya llevo mas de 300 *mb*. Entre algunos que les puedo nombrar de los que ya tengo, pues gente desde Toto hasta Madonna pasando por M. Jackson, temas de películas como *flashdance*, etc.. y algunos menos conocidos e incluso algunos que solo pegaron una canción. También algunos temas que son emblemas de los estilos musicales de la época (como el *breakdance*).

Aquellos que puedan, recomiéndenme algunos temas (nombrando titulo y grupo o cantante), a ver cuales se me han pasado de la lista que ya tengo...

OJO: no necesariamente "éxitos"... siempre hay buenas canciones que marcaron la época y se recuerdan con cariño, y no necesariamente llegaron a los primeros lugares... Y que no sean de un solo genero... estoy tratando de que sea una colección lo mas heterogénea posible (no solo en lo estilístico sino en cuanto a calidad...). En fin, simplemente canciones que representen la época... Gracias. (Eric)<sup>8</sup>

La función que cumple esta relación con la audiencia en la dinámica participativa es la de manifestar una suerte de comunión, de unidad entre los participantes. El efecto que se genera se fundamenta en el hecho de compartir

---

<sup>8</sup> *Posteo* publicado por Eric, miembro de Supervaca 10 de febrero de 2005

posiciones, puntos de vista, historia o normas. El sentimiento de pertenencia que se origina toma sentido a partir de la explicitación de ciertos denominadores comunes.

Por otro lado la exclusión de la audiencia marca por parte del participante, cierta conciencia de que existe distinción entre él y los lectores.

En mi caso tenía una colección de más de 400 acetatos, algunos de los cuales hoy serían la codicia de muchos coleccionistas.

Entre mi esposa y yo compramos un departamento por allá de 1992 y comenzamos a vivir juntos, pero como sólo teníamos un minicomponente Kenwood sin tornamesa nunca me llevé mis acetatos y los dejé en casa de mis padres.

Como dos años después fui un día a visitar a mi mamá encontrando como ocho acetatos sobre la mesa de su comedor. Le dije a mi madre que eran míos y que me los llevarían, preguntándole también dónde estaban los demás.

Su respuesta fue que mis hermanos los habían vendido todos!

Hice un gran coraje, pero no había nada que hacer

Hoy en día aún conservo esos ocho que se salvaron y he comprado algunos más nada más por nostalgia, aunque no llego ni a treinta.

Saludos! (Jorge E. Lopez H.)<sup>9</sup>

La distinción hecha cumple el objetivo de establecer una distancia con respecto a un colectivo concreto. Se genera una separación entre un "yo" o un "nosotros" y los "otros", entre los supervacunos y los meros lectores, estableciendo así la alteridad de estos últimos.

- De la finalidad

Esta segunda dimensión se establece en función de la finalidad con la que el participante activo integra a la audiencia.

---

<sup>9</sup> Posteo Publicado por Jorge E. Lopez H, miembro de Supervaca. 22 de junio 2005

El carácter instrumental de la audiencia se construye con un fin determinado. El participante crea una relación con la audiencia con un motivo específico estableciendo así una relación explícita entre el medio y el fin.

Obviamente esta pregunta va dirigida a los Rockers de la vieja guardia que en su momento compraron grandes clásicos del Rock en Vinil por ser en ese momento el formato vigente.

Tengo un problema existencial, me estoy mudando de casa y he regalado y/o tirado a la basura VHS's que ya tengo en DVD, cassettes que eran grabaciones exactas de mis CD's, para ya no tener tanta cosa y después no tener en donde ponerla.

Pero aquí viene el gran problema, aunque muchos Viniles después los fui comprando en CD, nunca me deshice de los primeros, pero a últimas fechas ya casi no los oigo aunque aún tengo mi tornamesa, mi esposa obviamente me dice que los venda o los regale, pero como mi colección la empecé a formar desde los 8 años, como comprenderán tengo muchos que son clásicos o se consideran joyas, o son ediciones originales, o limitadas, como un vinil de *Styx* el "*Paradise Theater*" en donde en el lado B tiene unas gárgolas y el logo del grupo marcadas con láser, y entonces el problema es que tienen un valor sentimental muy grande para mí y me duele mucho el solo hecho de deshacerme de ellos.

Ustedes que harían? Venderían los que ya tienen en CD? No venderían ninguno?

Los tirarían a la basura? Se quedarían solamente con los que ustedes consideren joyas? Los guardarían en el closet de su recamara en la casa de sus papás? O simplemente mandan a todo el mundo al carajo y se quedan con ellos? Les agradecería sus comentarios. (Homero)<sup>10</sup>

A través de la construcción de este tipo de relación con la audiencia se busca gestar consecuencias específicas en la marcha de la participación futura. Cumplen la función de movilizar y provocar una determinada dinámica que se puede concretar resolución de un problema específico, que, en el caso del Foro de Audio y Música generalmente tiene que ver o con los distintos soportes y

---

<sup>10</sup> Posteo publicado por Homero, miembro de Supervaca. 17 de junio de 2005

formatos en los que se escucha la música o con los reproductores que se utilizan para ello.

Un segundo tipo de relación generada en torno a la finalidad de la construcción de la relación con la audiencia es la lúdica, esta corresponde al espíritu de "pasármola bien". En este sentido, tal es el fin y el fin se perpetúa en el mismo medio en el que se convive.

<http://www.megaupload.com/?d=NWON6I3Y>

De ahí bajan un archivo de Excel (también se puede abrir con *Open Office*, lo acabo de hacer en Linux) y escriben el nombre del grupo y si es correcto se los contabilizará.

Ojo, no pongan la palabra "*The*", o sea no pongan "*The Beatles*" sino solamente "*beatles*" (todo en minúsculas).

Yo sólo reconocí 90 después de darle 2 vueltas.(Eliseo)<sup>11</sup>

Esta relación lúdica con la audiencia contribuye al simple placer de participar e interactuar. No se busca otro fin que el de hacer disfrutar con la propia contribución a la dinámica participativa.

Con base en este análisis de las relaciones que se establecen entre los participantes y la audiencia del foro se puede constatar el rol estructurador y productivo que ambas partes ejecutan los procesos de participación que se desarrollan en él. En este sentido, la audiencia del foro se convierte en un elemento mediador, una suerte de conector y generador, de líneas de participación, a la vez que genera dinámicas participativas, las aglutina y las enlaza, de forma tal que el foro se configura como espacio coherente e inteligible en tanto que proporciona valor simbólico -en términos de sentido- a las participaciones y la interacción que se gesta hacia adentro del mismo.

---

<sup>11</sup> Posteo publicado por Eliseo, miembro de Supervaca. 16 de febrero de 2006

## Posiciones en el Foro

Al presentar las relaciones que se establecen entre los participantes activos y las distintas audiencias del foro es posible hablar de que existe otro con quien se convive y para con quien hay intencionalidad en la interacción y la participación. Junto con esta relación también es importante presentar las formas en que el participante se define a sí mismo y cómo es que él, de manera directa, define el objeto del que habla.

El análisis realizado de las distintas posiciones dentro del foro, deja ver que estos lugares de enunciamiento se articulan en distintos niveles. Cada uno de estos niveles va mostrando como los participantes construyen su lugar en el foro.

- Mantenimiento de la actividad

En esta posición se alcanzan a identificar dos elementos, el primero de ellos tiene que ver con la presentación de relatos o narraciones, que actúan como buscapiés. Estas narraciones van de la mano con cierto tipo de notas informativas

El segundo elemento tiene que ver con un feedback, una suerte de resonancia en el que hay cabida no sólo para el tema con el que se participa, sino que puede recoger diferentes temas, reformularlos y volver a lanzarlos al foro de manera renovada. Mediante esta “actualización” los temas se mantienen vivos y con movimiento, lo que les permite seguir activos. A continuación reproducimos un fragmento de un mensaje que ejemplifica la actuación de este posicionamiento en el foro.

Error señores, error.

A la pareja de hermanos a la que se refiere Carlos es a la de los Hermanos Urban que salieron a la luz a través del programa Alegrías del Mediodía que conducían Benito Castro Y Lupita Deneken.

Más adelante este dueto se convirtió en cuarteto con los otros dos hermanos para participar en un concurso de nuevos talentos de Bacardí y



ese cuarteto se llamó Oki Doki, (bastante cursi y mamila el nombre) y participaron con una canción que se llamaba Pintaré que te amo.

No vayan a creer que me gustaban, lo que pasa es que una de las hermanas Urban andaba con un amigo mío, por eso lo sé.

Espero haber despejado tus dudas Carlos.(Homero)<sup>12</sup>

- Socio-emocional

Este tipo de posición discursiva tiene, como meta, cuidar las relaciones entre los participantes. Cabe, en este sentido, decir que se alcanzan a ver cuatro tendencias dentro de esta posición, La primera tiene que ver con el refuerzo de los *posteos* de los participantes; dicho refuerzo se muestra desde una perspectiva emocional. Otra de las tendencias que se observaron es en la que el participante funge un rol de mediador en los conflictos que surgen dentro del foro. Una tercer tendencia es aquella de los que buscan integrar los mensajes de distintos participantes, aún de distintos *threads*, como un todo relacionado. La cuarta tendencia es aquella de los participantes que evalúan los distintos aspectos de la participación del foro tratando de hacer ver a los demás participantes que si se pone atención al seguimiento de las discusiones.

...entiendo bastante tu punto, y estoy por de más de acuerdo, no comprendo el "Creo que no se trata de eso Fer"; pues no estoy discutiendo que *Britney* sea o no de plástico, claro que lo es. Solo estaba agregando el hecho de que plástico o no, a veces hay cosas que nos gustan. La música como bien dices, se rige en gustos; mas allá de si es buena o no... Claro que sé distinguir entre Mozart y Paquita la del Barrio, solo que hay veces en que se antoja oír a Paquita, ni modo (el Fer)<sup>13</sup>

- Conocimiento compartido

Esta posición tiene que ver con *posteos* que pretenden hacer definiciones o despliegues de conocimiento erudito sobre un tema de discusión. El efecto que busca el participante que toma esta posición es de sentar las bases de la discusión echando mano de datos concretos y un lenguaje que denota la pericia con que se maneja el tema. Por otro lado también se encuentran

---

<sup>12</sup> *Posteo* publicado por Homero, miembro de Supervaca. 25 de noviembre de 2005

<sup>13</sup> *Posteo* publicado por el Fer, miembro de Supervaca. 21 de julio de 2005

aquellos participantes que utilizan su experiencia personal para mostrar apoyo a los “eruditos”. Un tercer tipo de posición de denuncia es aquella que resulta de una coincidencia con los argumentos de los participantes, pero que se plantea de manera espontánea y poco elaborada.

Ciertamente siempre han existido este tipo de grupos y solistas y seguirán existiendo, porque están dirigidos a un cierto segmento de los consumidores muy identificado: los adolescentes. Realmente sale sobrando, desde mi muy particular punto de vista, el quererlos fusilar, ya que son grupos de vida limitada, unos más otros menos, pero no duran más de 5 años.

Ahora yo creo que hay que diferenciar una cosa de la otra, una cosa es ser un grupo o artista prefabricado o de plástico y otra cosa muy diferente es ser pop y es ahí en donde radica esa pequeña gran diferencia. A todos en su momento o en nuestra adolescencia nos tocaron ese tipo de grupos, no es de ahora o de los 90's para acá, que tienen su pegue, ni como negarlo, el público que los escucha y sigue al ser muy joven, es muy difícil que tengan una educación musical sólida, este tipo de público, por su edad, se va por el físico de los integrantes, son el amor platónico, las canciones que les ponen versan sobre el primer amor y esas cosas, o si están más grandecitos, pues ahí está el *Girl Power* o el desamor. Realmente creo que es una pérdida de tiempo quererle prestar atención a esos grupos que obviamente no están enfocados hacia nosotros, el público que los sigue va creciendo y en consecuencia los va olvidando, ni caso tiene ponerse a cuestionar su calidad musical, por que ni siquiera es de ellos, es de la gente que los maneja y es obvio que solo se busca vender discos en el menor tiempo posible, para después desecharlos y lanzar a otros nuevos. Por que hice la diferencia entre plástico y Pop? Por que simple y sencillamente no es lo mismo, no voy a comparar a un *Neil Diamond*, a una *Barbara Streisand*, a un grupo como *ABBA*, a un *Michael Jackson* del *Off The Wall* y *Thriller*, a un *Outfield* o a un *Wham!* que por lo menos en su mayoría componían y era su propuesta musical, con *Britney Spears*, *Backstreet Boys*, *New Kids On The Block*, *Take That*, *Spice Girls*,

*Vengaboys, A Teens*, que son productos prefabricados y desechables y no aportan nada a la música. Es mi humilde opinión. (Eliseo)<sup>14</sup>

Hasta cierto punto, es posible decir que es, mediante los *posteos* de los participantes que escriben desde esta posición, que los foros de discusión, en general, pueden ser tomados en cuenta como fuentes de conocimiento.

- Normativa

La posición normativa es aquella que toman los participantes que, mediante sus intervenciones pretenden regular -y a veces censurar- las actuaciones de los otros participantes. En este tipo de *posteo* el participante pretende crear un modelo de moralidad y de ética en pro de la convivencia dentro del foro. En el ejemplo que se muestra a continuación quedan patentes las características de este posicionamiento.

En base a diversos comentarios de parte de todos nosotros, veo que hay algunos que no están contentos con nadie. Se menciona a algún(a) cantante o actor/actriz y ponen sus vomitivos y demás. Ya los criticaron en el ragaethon, a Paulina y Thalia, etc. Yo también tengo mis gustos, tanto en cantantes como en canciones, pero me gusta oír de todo, y de hecho esa es una de las razones por las que veo Otro Rollo, porque ahí salen los artistas que se están oyendo, y sus estrenos, y escucho desde Lucero, Mijares, Thalia, Paulina, Cantantes españoles e italianos, Oreja de Vanhogh, hasta grupos ruidosos de Rock, como el TRI, pasando por bandas tipo el Recodo, y grupos de música colombiana, rapera, norteña, cumbia, etc. La música y las canciones se hicieron, pienso yo, para disfrutarlas en distintos ambientes y ocasiones, y para distintos estados de ánimo, y estoy de acuerdo en que cada quien sus gustos y para eso existe la variedad, pero a veces pienso que a algunos no les gusta nada o son demasiado selectos, y quisiera saber qué les gusta y por qué, si son gustos, ok, pero si tienen algún fundamento, quisiera conocerlo. (Carlos Alanis)<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> *Posteo* publicado por Eliseo, miembro de Supervaca. 06 de octubre de 2005

<sup>15</sup> *Posteo* publicado por Carlos Alanis, miembro de Supervaca. 04 de octubre de 2005

Durante el año en que se realizó la observación participante y el análisis del foro de Audio y Música de [www.supervaca.com](http://www.supervaca.com), se pudieron visualizar algunos elementos claves de la socialidad en espacios virtuales, elementos mismos que permiten responder a las preguntas que dieron origen a la investigación y concluir que la interacción entre los participantes dio lugar a un espacio de interacción social que, en este caso, reunía las características de las comunidades virtuales, tal y como desde el trabajo de Rheingold (1993) han venido definiéndose. Por otro lado la música, como elemento central de la discusión en este foro, sirve como excusa para reunir a gente con diferentes gustos y aproximaciones a este elemento, y generar interacciones que, de no ser por la naturaleza del medio, no podrían darse debido a la distancia espacio-temporal que existe entre la mayoría de los participantes.

Hay que hacer notar que si bien la participación activa es objetivable desde el medio mismo, esta no es la única que existe dentro de la dinámica del foro. Al hacer una comparación entre la cantidad de respuestas y la cantidad de lecturas de cada uno de los *threads* -tema de discusión- se clarifica que ese grupo de lectores silenciosos son fundamentales para entender la dinámica del foro.

En cuanto a la interacción comunitaria mediante esta herramienta de comunicación, algunos de los participantes dicen que de no ser la música un elemento central en su vida, el paso y la participación en el foro sería mínima, si no es que nula. En este mismo sentido el nivel de discusión y de compromiso de los participantes es un elemento que da lugar al crecimiento de la comunidad de *Supervaca*.

## Conclusiones

Durante el análisis que se presentó en las páginas anteriores, la idea central de esta investigación versó sobre las formas en que la música se constituye como una forma de comunicación entre los sujetos. Sostuvimos de manera hipotética que las formas de interacción en línea, destinadas a experimentar colectivamente la música, estaban modeladas por procesos de identificación que se dan entre los usuarios. Las tecnologías de información y comunicación han sido sin duda protagonistas en la revolución que ha permitido reformular el sentido del espacio y el tiempo, acortando no sólo distancias físicas, sino también estableciendo lazos sociales de maneras inéditas. Sin embargo, el uso de las tecnologías y las formas novedosas de interacción en línea se encuentran siempre inmersos en un marco sociocultural, el cual establece los horizontes de posibilidad y de modalidades de la comunicación.

En este sentido, Internet parece seguir manteniéndose en la punta de la lanza de esta revolución comunicativa que vivimos. La música no ha quedado aislada de esta revolución. En los últimos años las formas de composición, producción y distribución de la música se han replanteado y modificado, aún sin el consentimiento de las compañías disqueras y demás industrias culturales que en torno a ésta se reúnen. Hoy son los consumidores quienes, en su carácter de usuarios de Internet, comienzan a demostrar en mayor o menor grado el poder que acceder e interactuar con la información, referente en el caso de mi estudio a la música, conlleva.

Desde los foros de discusión, pasando por las Comunidades Virtuales hasta los programas *peer to peer* para compartir archivos programados como *shareware* y los sistemas operativos *open source*, todos están orientados para que el usuario final tenga una experiencia individual en el sentido de que es él, el consumidor, quien en un primer lugar se beneficia con y disfruta de la información que posee, pero a la vez colectiva, porque de igual forma eso ocurre con la infinita cantidad de usuarios de estos sistemas.

La transformación de las formas de interrelación y convivencia entre individuos está relacionada de manera directa con las formas de consumo que se hace no

sólo de los contenidos sino de las posibilidades de interconexión que ofrecen los medios.

Es precisamente bajo esta noción de interconexión e interactividad aunada a la idea de que la música, en su carácter de arte preformativo, elimina las barreras que existe entre los individuos para ofrecer una experiencia de colectividad, que se plantearon las preguntas de investigación y se desarrolló la metodología para responderlas. La estrategia de corte cualitativo nos permitió aprehender los fenómenos de significado asociados a las prácticas sociales de comunicación que se realizan a través de Internet en sitios dedicados a compartir e interactuar alrededor del tema de la música.

Tras la necesaria revisión bibliográfica y la observación directa del campo, donde se recolectaron y sistematizaron los *posteos* recibidos entre abril del 2005 y abril del 2006 quedando un registro de 499 mensajes correspondientes a 64 temas de discusión (Cfr Anexo V), se han podido realizar procesos de interpretación en relación a nuestra pregunta de investigación.

Podemos sostener que la identificación entre usuarios es una constante, lo que permitía que este foro virtual funcionara como un microambiente construido mediante los tópicos de discusión, pero que a la vez no era excluyente en cuanto a los participantes del mismo. Quienes no se identifican con este interés o con la forma de vivir y entender la música, permanecían como usuarios pasivos.

Por otro lado también se observó que el foro, en su dimensión de sistema informático, cuenta con herramientas que facilitan y posibilitan el surgimiento de la socialidad, tales como la posibilidad de revisar los mensajes leídos de cada uno de los usuarios registrados, un mapa geográfico de la comunidad, rankings de participación con respecto a la cantidad de lecturas y respuestas a los mensajes posteados en el foro, avisos de respuesta en directo a l correo electrónico del usuario, etc.

Todas esas herramientas facilitan y posibilitan la formación de lazos identitarios entre los usuarios registrados del foro; y es que aún cuando cada uno proviene

de diferentes contextos y tienen gustos que no necesariamente los unen, al momento de interactuar entre ellos, se hacen llamar supervacunos.

Ellos dicen de sí mismos que, principalmente entran y establecen lazos con los otros miembros de la comunidad y en específico del foro de Audio y Música, es porque se la pasan bien, porque se sienten acompañados y, dado el nivel de participación que existe en el foro y en la comunidad, también hay un sentimiento de compromiso.

En el contenido de las entrevistas realizadas ayudó a enriquecer la observación y fundamentar los procesos de interpretación, ya que en ellas los usuarios entrevistados, entre ellos uno de los fundadores, ahondan en el *por qué* interactuar acerca de la música, cómo es que esta práctica los fue llevando hacia la búsqueda de espacios de convivencia, y como las tecnologías de información y comunicación, en especial Internet, han dado una respuesta a esa búsqueda.

Tras la recolección y sistematización del material reunido durante la observación directa, realicé un análisis centrado en los distintos niveles de participación y las motivaciones que tienen los usuarios del sistema, las posiciones que estos toman hacia adentro del foro y las formas en que estos interactúan con los participantes -activos o no- del mismo.

De las entrevistas y los datos recabados durante el proceso de observación directa surgieron algunos temas como el uso de las comunidades virtuales por parte de las cadenas comerciales, como *Amazon* y otras librerías y tiendas virtuales, como lugares de promoción, las nuevas figuras legales correspondientes a la autoría y reproducción de la música –copyleft-, la posibilidad y los alcances culturales de la creación de música a distancia. Estos temas pueden dar origen a nuevas investigaciones sobre la interrelación de la música y las tecnologías de información y comunicación, pero dada la delimitación de mi estudio no fueron abordados. Sin embargo, se registran estos aspectos ya que son elementos valiosos para ser retomados en investigaciones posteriores.

A partir de esta estrategia de trabajo, me fue posible confirmar la hipótesis planteada de al comienzo de la Investigación, la experiencia auditiva de la música que se comunica a un grupo, crea un tipo de unidad sociológica y una comunidad de impresiones mucho más estrechas, mismas que desbordan los casos específicos de los sujetos y que dicha experiencia se vuelve parte fundamental de la cada vez más presente sociedad de la información. Esto último sea tal vez la aportación más importante de este estudio al campo de la Comunicación.

Por otro lado, cada individuo llena o trata de llenar a su modo estos espacios cedidos, es decir, como individuo, no como clase social o como grupo. Para los usuarios del foro esto último significa libertad, heterogeneidad, multiplicidad, aunque en ningún momento implica la desconexión con grupos sociales.

En esa misma línea, esta experiencia de individualidad deviene colectiva pues comienza a sucedernos a todos hasta el punto de que ha comenzado a ser una experiencia común. En esto radica la riqueza de las sociedades contemporáneas, en el surgimiento de espacios, no tanto públicos como colectivos, enraizados en la experiencia de la libertad, la individualidad y la heterogeneidad.

Desde esta perspectiva, las Comunidades Virtuales, y las distintas plataformas y herramientas con las que estas cuentan, pueden entenderse como espacios públicos de interacción social, como espacios de socialidad y de intercambio de acciones colectivas conformadas por experiencias individuales es decir, como un lugar de acción política (en el sentido de vida pública) y también como un espacio de diversión y de entretenimiento, lejos del trabajo y las obligaciones laborales o académicas, que permite al individuo encontrar satisfactores que lo acerquen a su realización como persona.



## Bibliografía

AIBAR y QUINTANILLA (2002) *Cultura Tecnológica. Estudios de Ciencia y Sociedad*. ICE, Universidad de Barcelona, España

BAUDRILLARD, J. (2002) "Baudrillard And Hyperreality" Disponible en [http://www.vanderbilt.edu/AnS/Anthro/Anth206/jean\\_baudrillard\\_and\\_hyperrealit.htm](http://www.vanderbilt.edu/AnS/Anthro/Anth206/jean_baudrillard_and_hyperrealit.htm)

BAUDRILLARD, J. (1989). *La ilusión del fin*, Anagrama, Barcelona

BELL, D. (2001) "Cultural studies in cyberspace" En Bell, D. *An introduction to cybercultures*. Routledge, Lóndres

BENASSINI, C. (1998) "De las Comunidades Sociales a las ¿Comunidades? Virtuales." Disponible en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n10/claudia.htm>

BERMÚDEZ E. (2002) "Malls" Consumo cultural y representación de identidades juveniles en Maracaibo." Disponible en <http://www.google.com/search?q=cache:oOVQu3RtpToJ:www-personal.umich.edu/~mmarteen/svs/jornadas/Bermzdez.pdf+consumo+cultural&hl=es>

BRITTO, L. (1996) "El Imperio Contracultural. Del Rock a la Postmodernidad". Nueva Sociedad. Caracas

BOURDIEU, P. (1978). *El origen y la evolución de las especies de melómanos. Sociología y Cultura*. Grijalbo/CONACULTA, México

CAMPOS, J. (2002) "Comunicación, comunidades y practicas culturales en la cibercultura." Disponible en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n27/jlcampos.html>

CASCONE, K (2002) “Música Laptop, el aura falsificadora en la era de la reproducción infinita”. Parachute. No. 107

CASTELLS, M. (2001): La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Areté Plaza y Janés, Barcelona.

CASTELLS, M. (1999): La era de la información. Economía, sociedad y cultura, Vol. 1: La sociedad red. Siglo XXI, México.

CEBRIAN, L. (1996) "La Red, Cómo cambiaran Nuestras Vidas". Editorial Taurus, Madrid

CHÁVEZ, M. (2001) "El análisis argumentativo del discurso musical (AADM): Una propuesta para pensar la cultura y comunicación" Texto Abierto Año 1, No. 1 p.195-220

CHAPELA, L.M. (1997) “Los jóvenes y la cultura.” Colección JOVENes año 1, No. 4, Mex D.F. 1997 pp.92-99

DELGADO, M. (2000). *El animal público. Hacia una antropología de los espacios públicos*. XXVII Premio Anagrama de Ensayo. Anagrama, Barcelona.

-(2002) “Hacia una sociedad metafísica.” Disponible en <http://cibersociedad.rediris.es/congreso/comms/cx7delgado.htm>

DOUGLAS, M. (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. Grijalbo/CONACULTA, México

ENAUDEAU, C. (1999). La Paradoja de la Representación. Paidós, Barcelona.

FEIXA, C. (1998) “El reloj de arena. Culturas juveniles en México. Colección JOVENes., N.4 Primera Edición, Agosto, México.

FRITH, S. (1996). "Music And Identity." En: HALL, Stuart; Du Gay, Paul (ed.). Questions of cultural identity. Sage, Londres

GALINDO, J. (1996) "Comunidad virtual y cibercultura. El caso del EZLN en México" Disponible en <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

-(1999) "Construcción de una comunidad virtual. La red-sistema de formación en Altos Estudios de la red de comunicación compleja." Disponible en <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

GARCIA CANCLINI, N. (1993). *El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica*. CONACULTA, México.

-(1995). Consumidores y Ciudadanos. Grijalbo, México.

-(2001) Culturas híbridas. Introducción a la edición 2001, editorial Grijalbo, México.

-(2002) "Las Industrias Culturales y el Desarrollo de los Países Americanos." Disponible en [www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc](http://www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc)

GITLIN, T. (2003): Media unlimited: how the torrent of images and sounds overwhelms our lives. Metropolitan/Holt, New York,

GOFFMAN, E. (1974). *Relaciones en público*, Alianza., Madrid

GÓMEZ E. (1999): Identidad y Comunicación en el Ciberespacio: Un Estudio de Caso. Tesis de Maestría Instituto de Estudios Superiores de Monterrey. Monterrey México

-(2002) "Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las `Comunidades Virtuales´. Una propuesta emergente". Disponible en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?Art=21>

GUBERN, R. (2000) "El Eros Electrónico". Grupo Santillana de Ediciones. Madrid

JENSEN K. (2001): "Modelos comunicantes: la importancia de los modelos para la investigación sobre los mundos de la Internet", (traducción de Raúl Fuentes Navarro), Comunicación y Sociedad No. 40. DECS Universidad de Guadalajara, Guadalajara, pp.65-103.

KLIPPENDORFF, K (1994) "The past of communication's hoped-for future", Levy & Gurevitch (eds), Defining media studies. Reflections on the future of the field. Oxford University Press, Oxford/New York.

LEVY, P. (2000) Las Tecnologías de la Inteligencia. El futuro del pensamiento en la era informática. Edicial, Buenos Aires

MAFFESOLI, M. (1990) El tiempo de las tribus. El declinamiento del individualismo en las sociedades de masas. Icaria, Barcelona España

MOLINA, F. (1999) "Educación, Multiculturalismo e Identidad." Disponible en <http://www.campus-oei.org/valores/molina.htm>

MORALES, R. (1998) "De redes, creadores y sujetos otros: las redes de comunicación y cultura en los jóvenes" Espacios de Comunicación No. 2 Universidad Iberoamericana p.237-246

MUSITU, G. (1991) Psicología Comunitaria. Universitat de València

PARIS, P. (1992) Crisis e identidades colectivas en América latina. Plaza y Valdés, México,

RHEINGOLD, H. (1996) La Comunidad Virtual: Una Sociedad sin Fronteras. Gedisa.

ROBINS, K. "Cyberspace and the world we live in." En Featherstone and Burrows. (1995) Cyberspace, cyberbodies and cyberpunk. London: SAGE.

RUBIO ANGULO, J. (1998). Escuchar. Signo y Pensamiento. Núm. 33 (XVII), págs. 13-20.

SANCHEZ, J.L. (1997) Crítica de la seducción mediática. Tecnos.

SIMMEL, G. (1986). Sociología. Estudios Sobre las Formas de Socialización. Alianza, Madrid.

SOTO, J. (1997) "Dilemas contemporáneos de la identidad juvenil." En Revista JOVENes (s.n) Mexico D.F. pp.12-29

THOMPSON, J. (1998): Los Media y La Modernidad, Una teoría de los medios de comunicación, Paidós Comunicación, Barcelona, España

URZUA D. (1996) "Juventud, Socialización y Medios de ¿Comunicación?" Revista JOVENes (s/n)

VALENZUELA, J. (1997) "Culturas Juveniles. Identidades Transitorias". Revista JOVENes (s/n)

VATTIMO, G (1994) En Torno a la Posmodernidad Ed. Anthrpos. Barcelona

## ANEXO I

### Entrevistas

#### Eliseo y su vaca

-Entrevista realizada a Eliseo Soto el 14-03-05

Comencé con esto de la cibercultura hace ya tiempo, debió ser por allí del 96' cuando le entré a la onda del *Mirc*. En ese tiempo estaba de moda entrar a l canal de aquí de Tampico y hasta se hacían fiestas casa dos meses y había premios para los participantes del canal, me acuerdo que hasta hubo parejas que se conocieron en el canal y después se casaron, eso me sacó de onda porque yo creía que eso era puro choro de los gringos traumatados.

También conocí gente que usaba el ICQ, pero a mi no me latía tanto porque no se podía pasar uno archivos por allí; y bueno Napster todavía no enfrentaba la demanda que le hizo Metallica junto con algunas compañías disqueras y por allí también nos hacíamos de buena musiquita, e incluso podías cotorrear con la raza que estaba bajando música.

Luego vino el Messenger, que lo único malo que tenía era que era de Microsoft -aunque había uno de *Yahoo* la raza prefirió seguir o con el *Mirc* o con el *MSN Messenger*, no sé porqué.

Cuando me di cuenta tenía ya un grupo bien formado de gente que platicábamos de distintos temas como música, cine, equipo de audio y video, y junto con el Vicco comencé a ver si podíamos armar una página, un foro de discusión en dónde poder nuestras ideas y discutir las con más raza para ver si salía la posibilidad de formar una cibercomunidad o algo que se le pareciera. Pero eso salió hasta ya por allí del 2002 cuando terminamos nuestras carreras.

Cuando hablo de cibercomunidad me refiero a raza que nos juntamos en un espacio como *Supervaca* para cotorrear sobre cosas que nos interesan, compartir opiniones y gustos, y para hacer nuevos amigos que a la laga se van sumando no sólo a la vida del sitio, sino que también van entrando de una

forma u otra en la vida de uno. Yo no creo que la gente que entra aquí sean puros *freaks*, más bien somos raza que se quiere poner en contacto con otros pa' ver si hay alguien igual de loco que uno pero sin tirarle a sólo vivir en la red

Si bien hay mucha gente que piensa que esto de las *comunidades virtuales* es para monitos que se la viven conectados todo el día en su computadora y que no tienen vida social, yo creo que están equivocados, la mayoría de nosotros somos gente con un trabajo fijo, con novia o esposa -y algunos ya tienen hijos-, somos profesionistas, personas que podrías clasificar de normales pero que nos gusta esto de navegar por la red, jugar juegos *on-line*. Y aunque en la Vaca -como le decimos a [www.supervaca.com](http://www.supervaca.com)- utilizamos *nicks* muchos nos conocemos por los nombre "reales"

Yo creo que lo más importante de la comunidad es el flujo horizontal de información que existe y este se debe a que entre los que participamos en la vaca hay, antes que otra cosa confianza de saber que allí nadie competimos por saber más, sino que somos todos, incluso Vicco y yo que somos los moderadores y los *web masters*, iguales. Allí todos los que participamos podemos opinar a favor o en contra de un tema o de una situación que se convierta luego en tema de discusión en algún foro, estamos ahí para divertirnos, y ya está.

Hay chavos que entran ponen dos *posteos* y se van para no regresar, hay otros que le entran en serio y mantienen sus discusiones y les dan seguimiento y allí es donde ves el interés que hay por estar adentro de la comunidad. Y cuando uno de esos que si se queda se va por un rato, se nota y hasta se le extraña.

Y se nota porque no se mantiene coherencia en sus discusiones, no hay quien las modere y a veces se avientan para rumbos bien ajenos, lo cual no es malo peor si cuidas tu discusión eso no pasa o al menos no dan giros de 180 grados.

El otro se vuelve parte del nosotros con el tiempo, se vuelve, a "fuerza" de la costumbre otro cercano, un alguien que no por estar en el D.F. o en Japón, o en su casa en el Centro está tan lejos porque sigue presente mediante sus

posteos, sus comentarios y también, algunos de ellos aún más cercanos porque también compartimos cosas por e-mail. Si ese es el otro, yo soy igual otro para los demás.

Y pues bueno, he estado leyendo cosas sobre la red y el ciberespacio y según yo la red no deja de ser un espacio convexo es decir, es un espacio donde cualquier cosa que pase o se transmita debe estar contenida dentro de la red ya que no es posible que para comunicar un elemento "digital" hacerlo por medios que no tengan la misma naturaleza. De esa forma la virtualidad de los participantes de la vaca y podría decir que de todos los participantes de las cibercomunidades, está dada sólo en el ciberespacio porque del otro lado del monitor son personas, no destellitos informáticos.

Yo realmente no creo que por compartir experiencias y opiniones en la red cambie tu identidad; esta, si es que existe, cambia por el con el tiempo y por que convives con distintas personas, y más que cambiar radicalmente, se modifica a través de los detalles en la aceptación de los comentarios. Cuando entras a una comunidad debes estar abierto a las diferencias, aunque compartas muchas cosas en común. A veces te pasa que escribes un mensaje y empieza la gente a contestarte, al principio me sorprendió la variedad de opiniones que encontraba en respuesta a mi *posteos*, casi no me lo creía, pero de repente vas haciéndote una idea de las diferentes personas con las que convives

Es como cuando te presentan en un grupo de cuates, el nuevo no se integra hasta que pasa un buen tiempo y los viejos no lo discriminan por nuevo, sino que tratan de irle mostrando las formas en que se relacionan en ese grupo. Eso si, en el caso de la vaca pues sucede en el ciberespacio y aunque hay algunos que nos conocemos físicamente no todos somos amigos de todos, también existen "bolitas" adentro de la comunidad.

Lo ves sobretodo en los distintos foros de discusión, hay quienes si entran en el de música, y no entran en el de cine y viceversa, hay quienes entran en todos y *postean* en todas las discusiones, incluso bueno ya hablando de esto hay



quienes si abren discusiones y quienes no, hay quienes te escriben a tu correo personal y quienes no. En ese sentido la vaca funciona como un grupo de amigos, te digo, pero que no necesariamente estamos todos en un mismo lugar geográfico.

También es fácil darse cuenta de los gustos de la raza porque es desde allí, desde sus gustos desde dónde hablan y opinan, entonces si eres rockero o metalero o si te gusta el cine de arte o si te laten las comedias románticas, pues intercambias más información con los que tienen tus mismos gustos.

Así es como yo entiendo que se puede hablar de identidad en las comunidades virtuales.

No hay censura "oficial" por así decirlo, más bien es un tipo de moralidad, no le dices a nadie que es un pendejo o un estúpido así como así, porque en cuanto eso pasa si se amonesta y se le dice al participante que le baje a su coraje, una segunda amonestación y si se le suspende, pero no ha habido necesidad de ello porque en nombre del respeto a la diferencia y a la diversidad de opiniones es que nos juntamos, para poder platicar como lo haría cualquiera.

Para mí esto es parte de mi vida, si bien te digo, yo tengo novia y estoy por casarme y tengo un negocio, me gusta compartir con mis amigos y esta es una forma de hacerlo, no creo que haya nada de malo en ello, incluso Sonia –mi tortita- también le entra a la vaca para comentar mucho de cine.

La cosa, para poder tener de que platicar, es tener una vida para tener experiencias que contar, ¿o no?

## **Ya no es como antes... (de la música, los músicos y la tecnología)**

-Entrevista realizada a Oscar Camacho el 06 de marzo del 2006

Quiero recordar una época reciente para algunos y remota para la mayoría. En ese entonces usaba converse importados, comprados allí en el "macalito" y mi jefe y yo todavía nos íbamos juntos al jale en la refinería. Los fines de semana eran algo sí como ir a comprar algún disco en Plaza Palmas y luego ir por unas chelas a casa del Brillo. Me acuerdo que comprábamos uno o dos discos y nos quedábamos un rato más a ver los que era lo nuevo que el *Freky* había traído del gabacho. Cuando llegábamos a la casa del Brillo entre las chelas y la música podíamos pasárnosla diciendo que si la Botella, que si Kenny o aún más chido era cuando podíamos ponernos a escuchar a los Maiden o a los *Priest*... en esa época dudo que supiéramos que decían las rolas, pero sonaban conmadres.

Puede parecerme cuento, pero en lo s80's éramos los raritos de la colonia, casi los jotos por traer el cabello medio largo o por traer un arete. Le entrábamos a lo que podíamos, desde un disco de Santana hasta uno la Botellita, uno de Soca Stereo o uno de *Journey*.

Tendríamos como entre 18 y 19 años, y la neta es que de no ser porque todos trabajábamos pa' Petroleos, hubiera estado bien perro comprar los discos. Yo creo que esa emoción no la comprenderían los nuevos morros. No había ni Internet ni celulares ni nada de esas cosas, eran discos o cintas, no más, y en el radio, bueno no tengo ni que decirte, ya te imaginarás si no era música extranjera, era la música de Siempre en Domingo en el radio.

También había en comparación al año 2005 muchísimos menos grupos y vasta con ver la escena local. Si no había varo como para comprar muchos discos, como podía haber para hacerte de una guitarra o una batería. Claro, casi todos los grupos de esa época, locales como habían salido de familias más o menos acomodadas, o con un bagaje cultural, que la mayoría de la raza rockanrolera no teníamos

Ni decirte que las dificultades para los grupos eran extremas. Luego unos años más tarde, cuando pude tener un espacio en la radio me enteré de como se las ingeniaron para poder seguir el camino.

El acceso a la tecnología no estaba al alcance de casi nadie, y eso retrasaba el aprendizaje y el conocimiento de las técnicas además de imposibilitar económicamente a miles de grupos y artistas. Sin embargo ahora en una mañana un músico puede grabar y *masterizar* desde su casa y a la vez colgar su canción en Internet. ¿Qué es lo que ha cambiado básicamente?

Pues algo en los que muy pocos caen. No hay hambre de música como la había entonces. Y es que aunque ahora tienes muchos platos en la carta, definitivamente no todos son buenos

"Te da pena ser Morena, triste güera oxigenada, disque rubia superior" Así cantaba La Botellita de Jerez allá en los 80's en algún lugar del Defe. En aquel tiempo ni pensar en Internet ni en celulares, ni nada de eso, las cosas entre la raza eran al 1000% boca en boca, pero sólo entre los poperos, o sólo entre los metaleros, no se diga ya entre los jazzeros y menos los troveros.

En esa canción retratan la tragicomedia de la vida mexicana, y aunque con el tiempo los Botellos se volvieron una leyenda del Rock nacional, estoy seguro de que si hubieran venido a Tampico, nadie los hubiera reconocido. De hecho aquí estoy seguro que apenas unos cuantos los conocíamos (aclaro que me incluyo). Entonces no había tantos grupos, en serio, no había tantos.

Ve a los Antón, si no eres metalero lo más seguro es que no, pero son un grupo de culto que se ha presentado incluso fuera del país, llevan cuatro discos y un video. Digo, no son como la Botella, pero en este momento son *como* La Botella. A ver que pasa en otros 10 años.

Y es que el fenómeno de los grupos, no sólo de rock, sino cualquier grupo de música, se ha atomizado un chingo.

Mira, tal vez en los 80's y 90's había una cantidad x de grupos funcionando muy bien, la neta es que no eran muchos, pero de que los había los había. Y de pronto, a finales de los 90's, la tecnología avanza en chinga y se abaratan los costos de los instrumentos y los aparatos de grabación. Entonces, esta cantidad de grupos a los que les iba bien, comienzan a tener un resto de competencia. Aparte de los grupos a los que les iba bien, había otra cantidad de grupos que, junto con esos que ya mencionaba, parecían no moverse, pero también estaban, de una u otra forma presentes.

Cuando la tecnología y los costos se abaratan, surgen una cantidad infinita de grupos, bandas y solistas, para dar y regalar a puños. Si no me crees nomás date una vuelta en Internet pa' que veas cuantas bandas mexicanas hay. Son un restomadril, y nomás son las que están registradas en Internet.

Pero fíjate, no me puedes negar que a pesar de que hoy se supone que hay más cultura musical –al menos eso es lo que dicen- y más varo pa' consumirla en vivo, el *postre* está tan repartido, que está bien cabrón vivir de músico, y aún más cuando no eres grupo conocido.

Dice mi hermano, que trabaja en Autores y Compositores, que ya es un resto lo que se ha hablado de piratería, copyright y esas cosas, pero lo que se les olvida de pronto a toda la gente de las empresas disqueras es la gran cantidad de bandas que están tocando sin ningún apoyo ni seguridad, ansiosas de cualquier oportunidad, incluso hay bandas, como la mía que nos anunciamos bajo las no leyes del *copyleft*.

Pero mira, ahora hay portales, correo electrónico, *blogs*, comunidades como *Youtube*, *msn*, *myspace*, y está bien, pero es que en serio somos muchos. Y de plano está difícil hacerla. En el foro de la página de la banda, no hay muchos registros de gente que nos pase a visitar ni a dejarnos un recadito.

**...estamos ahí para divertirnos."**

Entrevista realizada a DT Movie Boy 26 de febrero del 2006

Habríamos de comenzar diciendo que una comunidad virtual es algo así como unos vatos que comparten un interés común y se dan cita en el ciberespacio. Estos vatos, en el mejor de los casos, deben poder contactarse entre ellos mismos mediante diferentes plataformas tales como: grupos de noticias, foros, *chats* vía *web*, etc. A final de cuentas lo que determina si es que es o no es comunidad es la lealtad y el sentimiento de pertenencia que hacia la misma denotan sus miembros. Y en cuanto a qué es lo que reúne a la gente en el ciberespacio, lo que los reúne es lo mismo que los reúne en el espacio real, los gustos en común. Si no es por eso, ¿para qué estamos allí?

Para empear, creo que nuestra comunidad, la Supervaca, es para pasar bien los ratos libres, ¿no? Digo, si ves como se crea una comunidad, es necesario dedicarle tiempo y a veces dinero jaja. Te decía, por ejemplo, que las comunidades se van formando en torno a algunos *chats* o sitios *web*, en los que la gente entra para comunicarse. Si esta gente comienza a hacerse de los recursos necesarios para compartir los gustos en común, pues la Comunidad toma forma y, al menos desde donde yo lo ve, puede comenzarse a llamar Comunidad.

Recuerda que no todo lo que brilla es oro, y no por tener un portal o un foro, ya puedes hablar de que tienes una comunidad, si no hay participación por parte de la gente, si no hay raza que se registre, no hay tal comunidad. También acuérdate de que el número de gente participando va a depender del tipo de comunidad del que se trate. Es como te digo, por ejemplo, aquí en la Supervaca hay gente que sólo particpa en uno de los foros y gente que participa en todos incluso hay gente que sólo está dada de alta pero no tiene mensajes, si no, pregúntale a Eliseo o a Vicco. Los que estamos, eso si, ...estamos ahí para divertirnos, y ya está.

Eso me recuerda otra cosa, digo, si los *posteos* no son chidos, no vale la pena entrar ni a leer, eso si, hay veces en que si te encuentras temas muy

superficiales, pero si no vale la pena, para que contestarlos. Aún así creo que muchas veces para poder participar en todos los foros -al menos yo si desquito mi tiempo en la Supervaca- mis respuestas en los temas, en especial en las discusiones no son algo tan profundo, vaya, no son unos mensajes que yo reflexione como para hacerlos. Algunos son muy vomitivos, vaya.

Cuando me preguntas sobre las plataformas o herramientas que utiliza Supervaca para serte sincero creo que no importa la cantidad que se usen - nosotros usamos prácticamente una, el foro- sino que se logre mediante su uso la sensación de ser parte de, de estar en el grupo vaya. Y es que bueno, nosotros comenzamos siendo un lugar para hablar de cine y películas que estuvieran disponibles en DVD, y el foro, como forma de comunicación funcionaba bien, luego fueron apareciendo otros temas, ya sabes, la gente quiere hablar no sólo de *movies*, sino de los *soundtraks*, o de otras cosas, hasta de política, y el foro siguió siendo la forma más fácil de hacerlo, entonces, para que complicarnos.

Creo que la cosa a final de cuentas es la comodidad y la posibilidad de divertirse y conocer a más gente, gente que no necesariamente comparte tus gustos, pero que si le entra a la plática y a la discusión. Espero que esto te sirva Kaguaman y a seguir posteando y platicando más. Suerte.

## ANEXO II

### Datos Generales de *Supervaca*

#### Estadísticas generales de la observación en *Supervaca*

Cantidad de envíos	98145	Envíos por día	78.64
Cantidad de tópicos	6224	Tópicos por día	4.99
Cantidad de usuarios	615	Usuarios por día	0.49
Fecha de inicio del foro	Lun 07 Oct 2002	Días foro activo	1258
Fecha de inicio de observación	Mie 01 Feb 2006	Mayor cantidad de usuarios ala vez	33
Fecha de fin de observación	Mie 15 Mar 2006		
Fecha mayor cantidad de usuarios a la vez	Mar 07 Sep 2004		

#### Usuarios que más *postean* en *Supervaca*

Rango	Nombre de usuario	Mensajes	Porcentaje
1	Homero	7150	7%
2	Edmundo	6350	6%
3	Erubiel	6059	6%
4	rodo	5706	6%
5	Vicco	5258	5%
6	cinescape	5159	5%
7	arturo_gtz	3303	3%
8	Eliseo	2932	3%
9	SergioBH	2878	3%
10	romino	2800	3%

#### Foros de *Supervaca*

Foro	Temas	Mensajes
Reseñas	18	108
Artículos	12	140
Títulos en DVD	2609	43032
Equipo de Home Theater	405	4751
<b>Audio y Música</b>	<b>299</b>	<b>3656</b>
Home Theater de los Miembros	24	664
Cine y TV	1006	17599
Videojuegos	290	2204
Sugerencias	82	1033
Pruebas y Tema Libre	1499	25282

Temas con más lecturas en el foro de Audio y Música (tomado de los 100 temas más recientemente actualizados)

Tema	Autor	Lecturas	Respuestas
Confessions on a dance floor	Betty boop	1288	26
Journey, Escape Tour '81 ayuda	Homero	1376	24
(Encuesta) Ipod Vs Net Md, cual conviene más?	Martín	3191	81
Exitos de los 80s	Eric	5165	72
Cuándo y cuál fue el último CD Original que compraste?	Meneses	3843	77
Critiquemos las canciones estúpidas de moda	Eliseo	1700	43
Apoyo a Michael Jackson	Meneses	3822	92
DVD-Audio y SACD que tienes o piensas comprar pronto	Eliseo	3500	84
Jamás comprarías un Disco de...	warpath	3302	81
Metal Fest 2	cinescape	1207	20



Anexo III

**Muestra de Registro de Posteos**

NOMBRE	TEMA	COMENTARIO	FECHA
<a href="#">Vicco</a>	<a href="#">Software para bajar</a>	<p>Yo estuve buscando algo parecido para mi suegro y a la conclusión que llegué, es que independientemente del Software, necesitas un quemador de Cd's que tenga la opción de quemar en Disc at Once para poder quemar un CD+G.</p> <p>Yo conseguí un demo del PowerKaraoke para hacer los tracks y se podían quemar con Nero (si alguno de los quemadores hubiera tenido Disc at Once).</p>	JUN 04 05
<a href="#">Yoshi warpath</a>	<a href="#">Alejandro Sanz - G</a> <a href="#">Rock Of Ages: The</a>	<p>Nomas como anecdota.. porque este monito no me late del todo. 1 o 2 rolas.. yeso porque mi amiga le fascina al monito este...</p> <p>Hace como 2 años y medio que venia caminando ahi por Reforma, habia comprado unos discos en el viejo tower records.. e iba a tomar el microbus para irme a mi casa cuando antes de atravesar la calle veo que hay camionetas de equipo de iluminacion.. y gente curiosa alrededor de una cancha de basket pequeña a un lado de la glorieta del metro insurgentes... Weno.. pos resulta que tambien habia camaras.. luces.. una pequeña tienda y todo el teatrillo.. en eso empezo a sonar una rola, No es lo mismo... y sale el chaparrito este a seguir filmando su videito.. creo que salgo en una toma... no recuerdo, pero hubimos extras..</p> <p>Weno.. pues que le hablo a mi amiga a su trabajo y le di la primicia de su novio que estaba filmando en ese momento. No le conseguí autografo porque el chaparrito este solo repartio como 3 o 5... eso me parecio de mal gusto.. sus fans lo esperaron mucho tiempo, me cayo mal por eso.</p> <p>Por si algun dia sus fans visitan la ciudad de mexico, la cancha de basket de ese video esta justo al lado de la la glorieta del metro insurgentes.. y si tienen suerte podrian encontrarse un pellejito de su idolo por ahi regado, o de minimo una foto podrian tomarse.</p>	JUN 06 05
		orale, esta completisima la recopilacion, es una last	JUN 07 05

<p><a href="#">Homero</a></p>	<p><a href="#">NAFTALINA</a></p>	<p>Pues ya me cansé de buscar en toda la Red y como no encuentro nada les pregunto a los rockeros de antaño:</p> <p>Alguien sabe si los Discos de Naftalina han sido editados en CD? y de ser así en donde puedo conseguirlos.</p> <p>Debido a cuestiones de espacio estoy pensando seriamente en deshacerme de mis viejos Lp's o llevarlos a la casa de mi Mamá, pero como este tipo de discos no los he visto en cd, pues estoy en un dilema.</p> <p>Si se acuerdan de ellos, no?</p> <p>Eran los que hacían covers de rolas del Rock &amp; Roll y les ponían letras urbanas y entre ellos andaban Lalo Toral y Fito De la Parra (baterista de Canned Heat).</p> <p>O nadie oyó rolas como "Ya vas Barrabas" "Enamorado del Flolclor" "El Delfín"?</p> <p>Les agradezco de antemano la información que me puedan proporcionar.</p>	<p>JUN 08 05</p>
-------------------------------	----------------------------------	--	------------------

## ANEXO IV

## Niveles de Participación de los Usuarios

NICKNAME	TOTAL DE MENSAJES	MENSAJES POR DÍA	TIPO DE PARTICIPANTE	TIPO DE PARTICIPACIÓN	APARICIONES EN LA MUESTRA	TIPO DE PARTICIPANTE EN LA MUESTRA
NOANGELS	2680	3.65	ACTIVA	HABITUAL	40	HABITUAL
ELISEO	2960	2.3	ACTIVA	HABITUAL	32	HABITUAL
BETTY BOOP	1389	3.6	ACTIVA	HABITUAL	31	HABITUAL
EDMUNDO	6443	5.3	ACTIVA	HABITUAL	26	HABITUAL
MENESES	877	0.71	ACTIVA	FRECUENTE	23	HABITUAL
ERIC	329	1.37	ACTIVA	FRECUENTE	22	HABITUAL
MAURO	1599	1.79	ACTIVA	HABITUAL	22	HABITUAL
HOMERO	7154	5.89	ACTIVA	HABITUAL	18	FRECUENTE
SWITCH!	1499	3.04	ACTIVA	HABITUAL	18	FRECUENTE
VICCO	5321	4.13	ACTIVA	HABITUAL	18	FRECUENTE
EL FER	1461	1.29	ACTIVA	HABITUAL	17	FRECUENTE
SPIRITUAL AURA	122	0.43	ACTIVA	FRECUENTE	16	FRECUENTE
AHIKARUGS	622	0.98	ACTIVA	FRECUENTE	15	FRECUENTE
DT MOVIE BOY	482	1.13	ACTIVA	FRECUENTE	14	FRECUENTE
JORGE E. LOPEZ H.	1498	1.87	ACTIVA	HABITUAL	12	FRECUENTE
JOSE LUIS	768	0.85	ACTIVA	FRECUENTE	11	FRECUENTE
ERUBIEL	6104	5.02	ACTIVA	HABITUAL	9	ESPORÁDICO
LEX	950	0.79	ACTIVA	FRECUENTE	9	ESPORÁDICO
BEOWULF AGATE	1076	1.1	ACTIVA	HABITUAL	8	ESPORÁDICO
RAMIROD	214	0.19	ACTIVA	FRECUENTE	8	ESPORÁDICO
BEN_ORR	967	2.21	ACTIVA	FRECUENTE	7	ESPORÁDICO
CARLOS ALANIS	692	0.7	ACTIVA	FRECUENTE	7	ESPORÁDICO
LEONARDO F	427	0.49	ACTIVA	FRECUENTE	7	ESPORÁDICO
SERGIO BH	2904	3.98	ACTIVA	HABITUAL	7	ESPORÁDICO
PLOKI	275	0.86	ACTIVA	FRECUENTE	6	ESPORÁDICO
ROMINO	2844	2.34	ACTIVA	HABITUAL	6	ESPORÁDICO
AIRPACO	618	1.28	ACTIVA	FRECUENTE	5	ESPORÁDICO
FERDY	59	0.08	ACTIVA	ESPORÁDICO	5	ESPORÁDICO
OCTARI	283	0.33	ACTIVA	FRECUENTE	5	ESPORÁDICO
ROV124	138	0.36	ACTIVA	FRECUENTE	5	ESPORÁDICO
YOSHI	1698	1.4	ACTIVA	HABITUAL	5	ESPORÁDICO
LUCHO COAHILA GUZMAN	1733	1.53	ACTIVA	HABITUAL	4	ESPORÁDICO
OSDIA	2357	2.06	ACTIVA	HABITUAL	4	ESPORÁDICO
RODO	5764	4.74	ACTIVA	HABITUAL	4	ESPORÁDICO
COPY GIRL	396	0.32	ACTIVA	FRECUENTE	3	ESPORÁDICO
EUGENIO	5	0.03	ACTIVA	ESPORÁDICO	3	ESPORÁDICO
GADGET	37	0.1	ACTIVA	ESPORÁDICO	3	ESPORÁDICO
NECROPOLIS	148	0.28	ACTIVA	FRECUENTE	3	ESPORÁDICO
RED-DRAGON	1159	1.42	ACTIVA	HABITUAL	3	ESPORÁDICO
WARPATH	2034	2.43	ACTIVA	HABITUAL	3	ESPORÁDICO
CARLOSVP	349	0.41	ACTIVA	FRECUENTE	2	ESPORÁDICO
DVDMANIACO	1110	1.25	ACTIVA	HABITUAL	2	ESPORÁDICO
EDIN	98	0.14	ACTIVA	ESPORÁDICO	2	ESPORÁDICO
GADAME1	40	0.05	ACTIVA	ESPORÁDICO	2	ESPORÁDICO
KAGUAMAN	21	0.02	ACTIVA	ESPORÁDICO	2	ESPORÁDICO
REGIA	570	0.76	ACTIVA	FRECUENTE	2	ESPORÁDICO

STARRYEYZMEL	2	0.01	ACTIVA	ESPORÁDICO	2	ESPORÁDICO
SWELLWING	1507	1.45	ACTIVA	HABITUAL	2	ESPORÁDICO
THE DANGER	5	0.03	ACTIVA	ESPORÁDICO	2	ESPORÁDICO
WEAPON X ALPHA	395	0.45	ACTIVA	FRECUENTE	2	ESPORÁDICO
CINESCAPE	5169	4.48	ACTIVA	HABITUAL	1	ESPORÁDICO
DIABLO	90	0.26	ACTIVA	ESPORÁDICO	1	ESPORÁDICO
DMLPBC	28	0.22	ACTIVA	ESPORÁDICO	1	ESPORÁDICO
DVDA-SACD	3	0.02	ACTIVA	ESPORÁDICO	1	ESPORÁDICO
EIGAKAN	421	0.88	ACTIVA	FRECUENTE	1	ESPORÁDICO
GGL1980	4	0.03	ACTIVA	ESPORÁDICO	1	ESPORÁDICO
IGORE	149	0.38	ACTIVA	FRECUENTE	1	ESPORÁDICO
JOSE PEREZ	234	0.32	ACTIVA	FRECUENTE	1	ESPORÁDICO
KALIEL	1	0.01	ACTIVA	ESPORÁDICO	1	ESPORÁDICO
MUADIB2	559	0.48	ACTIVA	FRECUENTE	1	ESPORÁDICO
RICRACK	1	0.01	ACTIVA	ESPORÁDICO	1	ESPORÁDICO
ROUGHNECK	494	0.41	ACTIVA	FRECUENTE	1	ESPORÁDICO
SETH	203	0.45	ACTIVA	FRECUENTE	1	ESPORÁDICO
SOTARRIVA	289	0.25	ACTIVA	FRECUENTE	1	ESPORÁDICO
ULISES	1485	1.33	ACTIVA	HABITUAL	1	ESPORÁDICO

## ANEXO V

### Clasificación de los Temas

TEMA	TIPO DE TEMA	PROPOSITOR	TIPO DE PARTICIPA
<a href="#">California del comercial de Edoardos</a>	lúdico	AHIKARUGS	ACTOR
	<a href="#">lúdico</a>	AHIKARUGS	ACTOR
<a href="#">Donna Summer DVD que recomienden</a>	lúdico	AHIKARUGS	ACTOR
<a href="#">Show girl Kylie Minoque DVD</a>	lúdico	AHIKARUGS	ACTOR
<a href="#">Olivia New ton John Video Gold 1 y 2</a>	lúdico	AHIKARUGS	ACTOR
<a href="#">SYSTEM OF A DOWN tickets</a>	lúdico	AIRPACO	ACTOR
<a href="#">"Confessions on a dance floor"</a>	lúdico	BETTY BOOP	SUPERVACUNO
<a href="#">Moenia Hits Live</a>	lúdico	BETTY BOOP	SUPERVACUNO
<a href="#">Quien es un artista verdadero ?</a>	lúdico	CARLOS ALANIS	ACTOR
<a href="#">Quien cantaba.. Y ahora, juntos ?</a>	lúdico	CARLOS ALANIS	ACTOR
<a href="#">ppplastico 100%</a>	lúdico	DIABLO	ACTOR SECUNDAR
<a href="#">Más de 3500 títulos en SACD</a>	técnico	DVD-SACD	EXTRA
<a href="#">Queen: A Night At The Opera (1975) - DVDAudio</a>	lúdico	EDMUNDO	SUPERVACUNO
<a href="#">Eagles - Farewe ll Tour - Live from Melbourne</a>	lúdico	EDMUNDO	SUPERVACUNO
<a href="#">Queen: We Will Rock You - Special Edition (DTS) / DVD-Vid</a>	lúdico	EDMUNDO	SUPERVACUNO
<a href="#">Eagles - Hell Freezes Over</a>	lúdico	EDMUNDO	SUPERVACUNO
<a href="#">Garbage en Concierto</a>	lúdico	EL FER	SUPERVACUNO
<a href="#">Las canciones "similares" usadas en comerciales</a>	lúdico	ELISEO	PRODUCTOR
<a href="#">Juego de reconocer grupo (como el de Películas)</a>	técnico	ELISEO	PRODUCTOR
<a href="#">Dream Theater en DF, Guadalajara, Monterrey 20th Anniv. To</a>	lúdico	ELISEO	PRODUCTOR
<a href="#">DVD-Audio y SACD que tienes o piensas comprar pronto.</a>	técnico	ELISEO	PRODUCTOR
<a href="#">Ayuda para identificar cancion de los 80s</a>	lúdico	ERIC	ACTOR
<a href="#">Soda Stereo: El ultimo concierto</a>	lúdico	ERIC	ACTOR
<a href="#">Exitos de los 80s</a>	lúdico	ERIC	ACTOR
<a href="#">Lista de popularidad en "español" de los años 70's</a>	lúdico	EUGENIO	EXTRA
<a href="#">¿Que otro artista canto estas canciones?</a>	lúdico	FERDY	ACTOR SECUNDAR
<a href="#">Ustedes que hicieron con los viniles?</a>	técnico	HOMERO	SUPERVACUNO
<a href="#">Journey, Escape Tour '81, ayuda</a>	lúdico	HOMERO	SUPERVACUNO
<a href="#">Ayuda U2 "Piratón"</a>	lúdico	HOMERO	SUPERVACUNO
<a href="#">The Police Synchronicity Concert</a>	lúdico	HOMERO	SUPERVACUNO
<a href="#">NAFTALINA</a>	lúdico	HOMERO	SUPERVACUNO
<a href="#">Se reune Pink Floyd!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!</a>	lúdico	HOMERO	SUPERVACUNO
<a href="#">El Metal gobernará otra vez la tierra, Judas Priest en DVD!!</a>	lúdico	HOMERO	SUPERVACUNO
<a href="#">DVD MUSALES CUALES RECOMIENDAN</a>	lúdico	JOEL	EXTRA
<a href="#">primera tienda digital de musica en Mexico...tarabu</a>	técnico	JOSE LUIS	ACTOR
<a href="#">El Rock en la Historia de la Cultura en México... Ah Chinga.</a>	lúdico	KAGUAMAN	EXTRA
<a href="#">Alguien ah comprado en ColumbiaHouse &amp; BMG Music Servi</a>	técnico	KALEL	EXTRA

<a href="#">Sebastian Bach en Guadalajara - REGALO BOLE</a>	<a href="#">lúdico</a>	LEX	ACTOR
<a href="#">VMA 2005</a>	<a href="#">lúdico</a>	MENESES	ACTOR
<a href="#">Apoyo a Michael Jackson</a>	<a href="#">lúdico</a>	MENESES	ACTOR
<a href="#">Rosa Venus lo nuevo de fobia</a>	<a href="#">lúdico</a>	NECROPOLIS	ACTOR SECUNDAR
<a href="#">DUAL DISC</a>	<a href="#">técnico</a>	NOANGELS	SUPERVACUNO
<a href="#">LOTR. The Fellow ship Of The Ring THE COMPLETE RECO</a>	<a href="#">lúdico</a>	NOANGELS	SUPERVACUNO
<a href="#">Imagine: John Lennon. Edición Especial R4</a>	<a href="#">lúdico</a>	NOANGELS	SUPERVACUNO
<a href="#">Depeche Mode lanzará nuevo disco en Otoño</a>	<a href="#">lúdico</a>	RODO	SUPERVACUNO
<a href="#">U2 soltará 'Bomba Atómica' de rock</a>	<a href="#">lúdico</a>	RODO	SUPERVACUNO
<a href="#">Deep Purple regresa 'en vivo'</a>	<a href="#">lúdico</a>	RODO	SUPERVACUNO
<a href="#">Beatles Anthology z.1 y Beatles: A Long And Winding Road z.</a>	<a href="#">lúdico</a>	RODO	SUPERVACUNO
<a href="#">Rock Of Ages: The Definitive Collection</a>	<a href="#">lúdico</a>	RODO	SUPERVACUNO
<a href="#">Se reedita 'Mecano'</a>	<a href="#">lúdico</a>	RODO	SUPERVACUNO
<a href="#">Imagine: Deluxe Edition r1</a>	<a href="#">lúdico</a>	RODO	SUPERVACUNO
<a href="#">Live 8 DVD</a>	<a href="#">lúdico</a>	SERGIQBH	SUPERVACUNO
<a href="#">¿ya tienen sus boletos para los Rolling Stones?</a>	<a href="#">lúdico</a>	SERGIQBH	SUPERVACUNO
<a href="#">Software para bajar musica ¿Son legales en México?</a>	<a href="#">técnico</a>	SOTARRIVA	ACTOR
<a href="#">Hit pareit polaco.</a>	<a href="#">lúdico</a>	SPIRITUAL AURA	ACTOR SECUNDAR
<a href="#">Amore- Bocelli</a>	<a href="#">lúdico</a>	starryeyezmel	EXTRA
<a href="#">Alejandro Sanz - Gira No Es Lo Mismo 2004</a>	<a href="#">lúdico</a>	SWITCH!	SUPERVACUNO
<a href="#">Bleed Like Me, Nuevo Disco de Garbage!</a>	<a href="#">lúdico</a>	SWITCH!	SUPERVACUNO
<a href="#">Paulina o Thalia?</a>	<a href="#">lúdico</a>	THE DANGER	EXTRA
<a href="#">PEARL JAM en México y Monterrey</a>	<a href="#">lúdico</a>	VICCO	DIRECTOR
<a href="#">Una del Esposo de Britney...</a>	<a href="#">lúdico</a>	VICCO	DIRECTOR
<a href="#">Chronicles of Narnia (Soundtrack)</a>	<a href="#">lúdico</a>	VICCO	DIRECTOR
<a href="#">Los Mejores Soundtracks</a>	<a href="#">lúdico</a>	WARPATH	SUPERVACUNO
<a href="#">Iron Maiden-Death On The Road DVD/CD</a>	<a href="#">lúdico</a>	WARPATH	SUPERVACUNO