



UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA “JOSÉ
SIMEÓN CAÑAS”

*“Construcción de identidad de los jóvenes a
través de la comunicación mediada por
computadora”*

Para optar al grado de Licenciatura en
Comunicación Social

Preparado para: Facultad de Ciencias Sociales y
Humanidades

Elaborado por:

Stefany Jovel Quintanilla

Margarita Yolanda Moreno Henríquez



UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA “JOSÉ SIMEÓN
CAÑAS”

Rector

P. José María Tojeira, S.J.

Secretario General

Lic. René Zelaya

Decana de la Facultad de Ciencias Sociales y
Humanidades

Lic. Silvia Elinor Azucena de Fernández, M.S.C.

Jefe del Departamento de Letras

Dr. Ricardo Roque Baldovinos

Asesora

Claudia Ivón Rivera

*Agradecemos:
A Dios, a nuestra familia
y nuestros amigos*

Índice

Introducción.....	5
Planteamiento del problema y objetivos.....	5 - 11
Marco Teórico.....	12 - 32
Metodología.....	33 - 38
Análisis Interpretativo.....	39 - 65
Conclusiones.....	66 - 68
Bibliografía.....	69 - 73
Anexos.....	74 - 84

Introducción

El siguiente trabajo de graduación analiza el proceso de construcción de identidad de cuatro comunidades virtuales que tienen sus espacios en la red Facebook y que poseen un vínculo que los une: su pasión por la música electrónica.

Entre las perspectivas teóricas que ayudaron a comprender mejor el fenómeno de construcción de identidad en entornos virtuales se encuentran el Interaccionismo Simbólico de Mead (1934) y el constructivismo social de Berger y Luckman (1968). Diversos autores como Castells (1996), Turkle (1996), Ursa (2006), Woof y Smith (2001) han señalado la importancia de los símbolos y significados para el desarrollo de la comunicación mediada por computadora en los entornos virtuales. Fueron precisamente los trabajos de estos autores los que nos motivaron a estudiar la experiencia virtual de la música electrónica en El Salvador.

La metodología de investigación se basó en los presupuestos metodológicos, axiológicos, epistemológicos y ontológicos del paradigma interpretativo. Fueron estos presupuestos los que guiaron el diseño de investigación, basado en la etnografía virtual, la observación participante y las entrevistas.

El proceso de análisis de resultados está guiado por lo que Glasser y Strauss (1967) denominan la teoría fundada en los datos o el enfoque de la "Grounded Theory", que es un método para construir teorías, conceptos, hipótesis y proposiciones partiendo directamente de los datos y no de supuestos, de otras investigaciones o de marcos teóricos existentes.

Planteamiento del problema y objetivos:

Es un hecho que las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) y las comunicaciones mediadas por ordenador han traído importantes cambios en el modo de interactuar de los individuos. Estos cambios no solo han propiciado el desarrollo de nuevas formas de producción y distribución de significados y hábitos sociales, sino que también han generado nuevas costumbres políticas, culturales y lúdicas. Nuestras concepciones de tiempo y espacio también han sido impactadas por nuevas formas de vivir,

sentir y apropiarse de todos los espacios y posibilidades proporcionados por los entornos virtuales.

¿Pero qué se conoce como nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)?

Se denominan Tecnologías de la Información y Comunicación al conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética (Rodríguez, 2005).

En resumen, estas tecnologías proporcionan básicamente información, herramientas para su proceso y canales de comunicación.

Si hablamos de medios de comunicación, podemos decir que la invención e implementación del más reciente de estos, es decir, el Internet, ha marcado un antes y un después, tal y como sucedió, en su momento, con la invención de la radio y la televisión.

Los efectos del alcance ilimitado de Internet son muchos. Y diversos especialistas, como Castells (1996), han señalado cómo se ven influenciados con esta nueva tecnología los ámbitos económicos, sociales, laborales, etc.

Ahora bien, no todo en la “era digital” es positivo. Con el auge de las nuevas tecnologías salen a luz algunas problemáticas como el surgimiento de una brecha tecnológica que produce exclusión social, la creación de una sociedad “tecnología dependencia”, es decir, esa sensación de que la tecnología solucionará todos los problemas.

Otras dificultades son la sobresaturación de información y el deterioro de las relaciones sociales (o de la forma tradicional de entablar vínculos sociales: cara a cara).

Esta transformación de las tecnologías afecta también las formas de construcción de identidad y de sentido de pertenencia a un grupo o a una comunidad.

Efectivamente, los espacios en la web están generando fenómenos que influyen en la manera en la que se edifican las identidades y espacios simbólicos. Y es por esto que Turkle (1997) explica que las nuevas tecnologías posibilitan, la construcción de la identidad en la era de Internet, ya que plantea un sin número de nuevas cuestiones, abriendo un inmenso campo de investigación y teorización en este caso.

Turckle (1997) propone que la red de redes que enlaza a millones de personas en nuevos espacios está cambiando las formas de pensar, la constitución de las comunidades y las identidades.

Los jóvenes y la tecnología

Las primeras apariciones en público de las computadoras se produjeron en programas de televisión, en viñetas cómicas de periódicos y en historias de ciencia ficción, permitiendo que estas máquinas pasaran a formar parte de los hogares del siglo XX. Como afirma Huhtamo (1999) “los medios de comunicación, la prensa, el cine y la novedad de la época, la televisión, desempeñaron un papel esencial en esta propagación” (p. 17).

Debido a lo anterior, el nuevo medio de comunicación se fue volviendo una máquina familiar a la cual los niños se fueron acostumbrando desde su infancia. De ahí que los jóvenes tienen una predisposición casi natural al manejo completo de las nuevas tecnologías de la información (Huhtamo, 1999).

La familiaridad de las TIC's por parte de los jóvenes, tanto en su uso, como en sus capacidades y posibilidades, las vuelve un medio para que estos puedan expresarse, ya sea de forma imaginativa o hasta rebelde. Según Buckingham (2000) esta postura se refiere a la nueva generación o generación red, la cual se basa en que los individuos fomentan su inteligencia y pertenencia en una red democrática e interactiva.

Esta interacción con las nuevas tecnologías es la que conduce a que los jóvenes vayan adquiriendo nuevas estructuras mentales para relacionarse con los demás, así como la participación, generación y búsqueda de comunidades o individuo afines dentro del ciberespacio, las cuales se analizarán en esta investigación

En este contexto, es necesario analizar las formas de interacción que los jóvenes desarrollan a través de la computadora y cómo esta les facilita herramientas para manifestarse en el ciberespacio.

Es precisamente esta tendencia a apropiarse de las nuevas tecnologías, la premisa que guía el presente trabajo y conlleva a formular la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo construyen su identidad los jóvenes en el espacio virtual Facebook? De esta pregunta se desprenden las siguientes inquietudes, ¿Qué sentidos o valoraciones construyen los jóvenes dentro de las comunidades virtuales como Facebook?, y ¿Cómo son las

relaciones sociales o de interacción que se generan a partir de la participación de esta comunidad virtual?

El objetivo de este trabajo de graduación es, en primera instancia, conocer desde una perspectiva simbólica la construcción de identidad y significados dentro de una comunidad virtual compuesta por jóvenes. Asimismo, se tratará de conocer los tipos de lenguajes y símbolos que los jóvenes utilizan para construir su identidad en Facebook, observar cómo se dan los procesos de socialización y cómo dan paso a las relaciones dentro de una comunidad virtual. Por último, se tratará de comprender las formas de interacción de los miembros de las comunidades en la Web.

Justificación:

Las razones por las cuáles es importante estudiar la temática de la comunicación mediada por computadora, los espacios en la Web y el tipo de interacción que esta propicia se pueden explicar con base en tres grandes ámbitos. Uno de ellos es el “comunicacional”.

El Internet es un medio que ha alcanzado su máximo desarrollo en la postmodernidad y ha logrado revolucionar las formas de intercambiar información, transformando el esquema tradicional de “emisor-mensaje-receptor” a uno multidireccional e incluso simbólico y ritual.

La consecuencia de esta transformación ha generado diversas formas de concebir al mundo. La realidad ahora se percibe más rápida, breve y sin limitaciones espaciales ni temporales. Los fenómenos de interacción que están surgiendo en la Web pueden ayudarnos a explicar cómo es la sociedad actual.

De acá se desprende el segundo de los ámbitos que ayuda a justificar la importancia de este estudio: el “investigativo-teórico, el cual aportará ideas a otros estudios realizados sobre el tema, así como lineamientos que posibilitarán un acercamiento a esta temática en El Salvador, y representará una iniciativa que puede impulsar investigaciones que permitan entender los procesos de socialización influenciados por Internet.

Tal como se ha señalado anteriormente, hay distintas perspectivas desde las cuales se puede abordar el estudio de los fenómenos que genera el uso del Internet. Uno de ellos señala la implementación y uso de la tecnología desde el punto de vista negativo. Es decir, se enfoca en el Internet como un problema. Nos referimos aquí a la adicción que genera

pasar horas frente a la computadora, ya sea jugando o navegando en el Internet. Pero también, a la pérdida de noción de realidad que puede experimentar al individuo en los ambientes virtuales.

El enfoque de este trabajo de graduación es distinto. Lejos de preconizar el Internet como algo negativo, explora las posibilidades que la tecnología proporciona ante la falta de espacios de interacción de los jóvenes “cara a cara” o ante la falta de medios de comunicación que puedan apropiarse. Es aquí donde teorías como el constructivismo social de Berger y Luckman (1968), y el Interaccionismo Simbólico de Mead (1934), así como la dramaturgia de Goffman (1959) podrían echar luz sobre la formación y construcción de identidad y de comunidad en línea.

Por otro lado, el aporte cultural de este estudio será relevante porque brindará herramientas de estudio para comprender qué procesos sociales se dan cuando las personas están “on line” y qué significados tienen estos, sobre todo, porque se hará un acercamiento a la llamada “cibercultura”, la cual encierra todas aquellas formas de producción de sentido que se dan en el ciberespacio.

Delimitación:

Este estudio fue realizado de septiembre 2007 a enero 2008. Y tuvo como delimitación espacial un sitio virtual denominado “Facebook” es un sitio en Internet, similar a MySpace y al Hi5, en donde además de crear un sitio personal los usuarios también pueden unirse a grupos o redes con gente con las que tiene afinidades ya sea de personalidad, gustos o intereses (como búsqueda de empleo o compra de productos).

Se seleccionó este espacio en la Web por varias razones. Una de ellas es que es un sitio creado por universitarios estadounidenses y debido a que la población seleccionada son los jóvenes, se considera como un elemento importante para conocer lo que la juventud busca y desea encontrar en espacios virtuales como este.

Además una de las características esenciales de este sitio es que es considerado como un “sitio web de redes sociales”. Esto es fundamental porque no solo se analizarán sitios personales de manera aislada, sino que se tendrá una visión mucho más amplia de cómo funciona una comunidad en línea y las redes que cada uno de sus miembros construye en base a diversos elementos y herramientas.

¿Qué es Facebook?

De acuerdo al sitio oficial de noticias de Facebook, esta es, actualmente, la mayor red social existente, el máximo exponente de la web 2.0, y es el 7º sitio más visitado del planeta.

Esta red nació en febrero de 2004, cuando Mark Zuckerberg, un estudiante de la Universidad de Harvard, creó un sitio web que tenía por objetivo facilitar las relaciones entre los estudiantes de la universidad. En ella cada estudiante podía crear su página personal para compartir con sus amigos.

En poco tiempo, Facebook se extendió a cualquier persona con una dirección de email, provocando una explosión en el campo de las redes sociales hasta llegar en julio de 2007 a más de 34 millones de usuarios activos en todo el mundo.

A diferencia de Hi5 y MySpace (ambos sitios en la Web en la que las personas crean sus hojas personales con fotografías, datos personales, una serie de contactos, etc.), Facebook tiene otras ventajas distintivas y mejoradas, entre las mejoras básicas está la búsqueda del usuario, que es una herramienta más organizada y ofrece más opciones de búsqueda, comparada con la misma opción en MySpace, que su utilidad es más limitada y desorganizada.

En Facebook, una persona tiene la posibilidad de restringir el acceso de otros individuos a su perfil, e incluso puede filtrar los contactos, es decir, especificar el origen o vínculo con los otros (identificar si la persona se conoce del trabajo, de la universidad, de un grupo social, etc.), a diferencia de Hi5 o MySpace donde únicamente se acepta o rechaza a los contactos.

Los usuarios de MySpace pueden personalizar su disposición y añadir audio y archivos de vídeo, que a menudo suelen aparecer en el sitio de manera desordenada y cargada. En Facebook, las ventanas son más limpias, ya que no están cargadas de publicidad, sino que esta se encuentra a un lado de la pantalla, mínimamente visible.

Otro aspecto en el que destaca Facebook de otros sitios de redes sociales en la Web, es el semblante limpio en el diseño, ya que tiene un esquema fácil de digerir para la vista, lo que ayuda a encontrar rápidamente cualquier herramienta, las cuales se explicarán de forma detenida más adelante.

Asimismo, para esta investigación se seleccionó como muestra a cuatro comunidades virtuales, cuyos miembros pertenecen a grupos relacionados con la música electrónica.

Es importante señalar que estos grupos se eligieron porque, dentro de la red salvadoreña de Facebook, éstas constituyen algunas de las más populares (tienen al menos más de 100 participantes). Además, los miembros de dichas comunidades poseen un vínculo muy característico y peculiar con la tecnología, esto debido a que su afinidad por la música electrónica los lleva a entender la tecnología como una herramienta de expresión musical y una manera de vivir. Por lo tanto, este vínculo hace de estas comunidades una muestra con riqueza de expresión, lenguaje, símbolos, etc.

La muestra está constituida por hombres y mujeres, salvadoreños, entre 21 y 28 años de edad, miembros de Facebook y que forman parte de alguna de las comunidades a estudiar. Además, estos deben ser miembros que participen frecuentemente en los foros, discusiones o bien, publicando comentarios, textos, etc. en la página principal del grupo.

Marco Teórico

La construcción de la realidad social

El mundo y la realidad que cada uno de los individuos percibe es producto de una serie de esquemas simbólicos que le dan sentido a todos los fenómenos que suceden en el entorno. Y estos elementos que posibilitan la construcción del mundo se aprenden gracias a los procesos de socialización que viven todos los seres humanos a edades muy tempranas.

Este fenómeno de construcción de la realidad ha sido objeto de estudio para especialistas como Peter Berger y Thomas Luckman (1968).

La primera realidad en la que Berger y Luckman (1968) se interesaron, fue la realidad social, la realidad de la vida cotidiana. Es decir, las instituciones y las estructuras que llegaron a existir debido a las acciones y las actitudes de la gente.

El mundo social existe, entonces, porque un número significativo de personas conocen que existe, y actúan de acuerdo a ciertas normativas y acuerdos establecidos por la comunidad (Berger y Luckman, 1968)

Es decir, que la realidad se establece como resultado de un proceso entre relaciones sociales, hábitos tipificados y estructuras sociales, por un lado, y; también por interpretaciones simbólicas, internalización de roles y formación de identidades individuales; el sentido y carácter de esa realidad es comprendido y explicado por medio del conocimiento.

Según Berger y Luckman (1968), el individuo se aprehende al “otro”, y el conocimiento se construye y reconstruye con el “otro” y mediante los semejantes, con quienes se establece interacción directa. Los “otros” (es decir, aquel “alter” que sirve para comparar y determinar que una persona es ella misma porque no es el otro) ocuparían una posición central en el mantenimiento de la realidad, ya que confirma la identidad del individuo.

Otro elemento que permite establecer la construcción de la realidad es el lenguaje, ya que por medio de este se logra la expresividad humana. Este se concreta a través del signo, símbolos o significaciones que se dan por medio del diálogo. Es por eso que la vida cotidiana del individuo se relaciona con la puesta en marcha de un aparato conversacional que mantiene, modifica y reconstruye continuamente su realidad subjetiva.

Por otro lado, las formaciones sociales requieren de procesos de objetivación a fin de ser transmitidas a una nueva generación y debido a esto las instituciones o la institucionalización cumple un rol básico para que se pueda experimentar la realidad objetiva.

Esta institucionalización está precedida por la habituación, es decir, que un acto sea repetido con frecuencia. Esta permite que un acto se convierta en una rutina, y por tanto, permite restringir opciones (seleccionar) para no definir nuevamente las situaciones. Así "... la institucionalización aparece cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores" (Berger y Luckman, 1968, p. 76).

Las instituciones, entonces se convierten en objetivaciones en tanto que cumplen el papel de regular y orientar los comportamientos del individuo.

Berger y Luckman (1968) entienden a la sociedad como un continuo proceso dialéctico compuesto de tres momentos importantes: La externalización, la objetivación y la internalización.

La externalización es el proceso por la cual las instituciones aparecen fuera del individuo y existen más bien como una realidad externa. La objetivación se refiere más al carácter que alcanzan los productos externalizados de la actividad humana. Aquí, los significados permiten que el sujeto vuelva accesible los conocimientos de su entorno a las experiencias de su práctica cotidiana.

Por otro lado, la internalización es el proceso "... por el cual el mundo social objetivado vuelve a proyectarse en la conciencia durante la socialización", y se define como "... aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado" (Berger y Luckman 1968, p. 165). Es decir, que entonces el mundo que cada individuo conoce surge como consecuencia de un proceso de socialización que le permite interpretar y entender la realidad de acuerdo a los valores y conocimientos adquiridos durante ese aprendizaje social. De acá que cada dos personas pueden vivir un mismo fenómeno pero interpretarlo de diferente manera.

Por esto, es que una de las afirmaciones más importantes en los análisis de Berger y Luckman es que el proceso de construcción social de la realidad que es resumido como "la sociedad es producto humano, la sociedad es una realidad objetiva, el hombre es un

producto social". (Berger y Luckman, 1968, p. 165). A partir de entonces se puede afirmar, que el hombre construye su realidad a través de la socialización.

Pero este proceso de socialización implica una interiorizar una serie de símbolos y significados que contribuyen a la construcción de una realidad concreta. Para generar esos efectos de la socialización es necesario que los individuos interactúen e intercambien símbolos.

Interaccionismo Simbólico: el mundo entendido como una red de símbolos

Para el estudio, el tema de la “interacción” entre los miembros de un grupo social es importante, ya que permite entender cómo se elaboran aquellos procesos simbólicos que generan sentido entre los individuos de una comunidad.

Es necesario explicar que las herramientas teóricas y de análisis que posibilita la perspectiva del Interaccionismo Simbólico ayudarán a examinar los procesos de significado que se construyen, también, en las comunidades virtuales.

Aspectos básicos del Interaccionismo Simbólico

George Ritzer (1993), presentó una serie de principios básicos que los interaccionistas simbólicos se preocuparon por sistematizar. Entre estos se puede mencionar la capacidad de pensamiento que está modelada por la interacción social, en la cual las personas aprenden los significados y los símbolos que les permiten ejercer su capacidad de pensamiento e interactuar de una manera distintivamente humana.

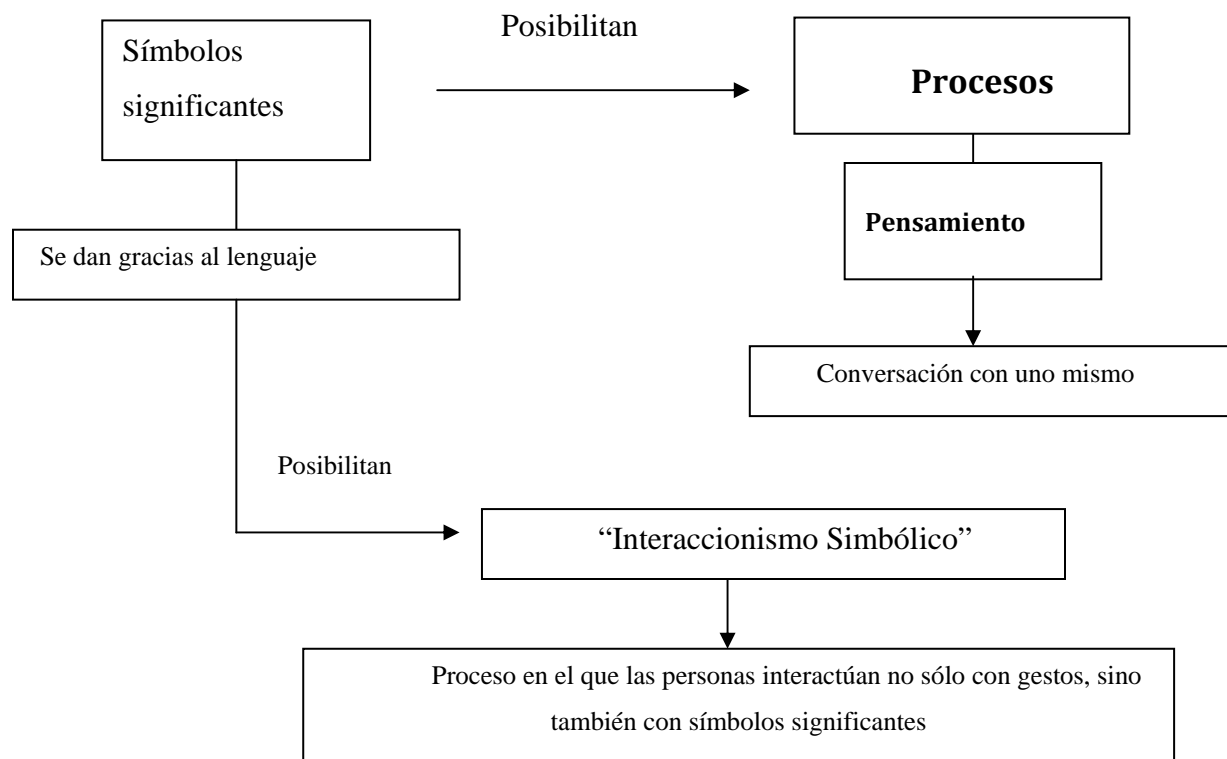
Lo importante de este proceso es que las personas pueden modificar o alterar, a través de su interpretación, estos significados y símbolos. Los resultados de esto dictan las pautas entrelazadas de acción e interacción que posibilitan la construcción de grupos y sociedades.

Otra idea dentro del Interaccionismo Simbólico es la relacionada con los símbolos significantes de George Mead (1934; citado en Ritzer 1993, p. 225), quien propuso la idea de los “*símbolos significantes*”, que suministrarán elementos importantes para el análisis.

Mead afirma que los símbolos significantes son los que posibilitan los procesos mentales, lo que él resume como “hablar o conversar con uno mismo” (Ritzer, 1993, p.

226). Estos símbolos tienen su máxima expresión en el lenguaje, ya que este es el medio donde los individuos logran intercambiar no sólo gestos, sino también significados.

Todo lo anterior se resume en una serie de consecuencias en cadena que se explican en el siguiente esquema:



Los símbolos significativos llevan al desarrollo del lenguaje y por ende a la capacidad que tiene el ser humano de comunicarse entre sí, generar sentido a través de esas conversaciones mediante el intercambio de elementos llenos de sentido.

A partir de estas ideas planteadas por Mead, fueron muchos los estudiosos que profundizaron en los símbolos significativos y plantearon nuevos enfoques como el del "self". Para esta investigación se utilizarán las ideas del "self" propuestas por Erving Goffman.

Erving Goffman y el self

Erving Goffman fue uno de los interaccionistas simbólicos más influyentes. Su análisis y su perspectiva fue denominada como: enfoque dramático o análisis dramático de la vida cotidiana.



Sus ideas sobre el self también las planteó dentro de este marco dramático, “el self es un efecto dramático que surge difusamente en la escena representada” (Goffman, 1959, p. 253). De acuerdo a Ritzer (1993), para Goffman (1959) cuando los actores sociales interactúan “desean presentar una determinada concepción del self que sea aceptada por los demás” (p. 246). Por esto, el tema de los “otros”, denominados por Goffman como “audiencia”, es vital para el éxito de un actor social y su self.

Se trata, básicamente, de convencer a la audiencia de que el self que el actor les presenta es así, es real; con esto, se logra que la audiencia defina al actor tal y como éste lo desea. A esta dinámica Goffman (1959) la denominó como “el arte de las impresiones”. Es decir, que los actores utilizan diversas estrategias y métodos para mantener la imagen y la impresión que quieren reflejar a una audiencia.

Significados y símbolos: frutos de la interacción

Para los interaccionistas simbólicos el significado de las cosas no se deriva de los procesos mentales, sino del proceso de la interacción. Entonces, el problema central, de acuerdo a Ritzer (1993), “no reside en el modo en que las personas crean mentalmente los significados y los símbolos, sino en el modo en el que los aprenden durante la interacción general y la socialización en particular” (p. 239-240).

Los símbolos, en la perspectiva del Interaccionismo Simbólico, permiten al ser humano crear y recrear el mundo en el que actúa y se desarrolla. Ritzer (1993), afirma que Charon (1992) explica la utilidad de los símbolos para los actores.

Según este autor, la perspectiva se da en base a seis funciones. Una inicial donde los símbolos permiten a las personas ordenar el mundo. Es decir, que les posibilita esa capacidad de relacionarse con lo social y lo material.

Otra función es la de incrementar la capacidad de las personas para interpretar y percibir el entorno, así como aumentar la capacidad del pensamiento y permitir al ser humano resolver dificultades y problemas.

Al utilizar símbolos los actores sociales pueden trascender el tiempo, el espacio e incluso sus propias personas. El individuo puede ubicarse en el pasado, el futuro o bien, imaginarse, simbólicamente, en el mundo de otra persona (ponerse en el lugar del otro).

Así mismo, los símbolos le permiten al hombre imaginar una realidad metafísica (como el cielo y el infierno).

Y es gracias a los símbolos que los seres humanos pueden adoptar un rol activo en el entorno para poder dirigir sus acciones.

Acción e interacción

Tanto la acción como la interacción social se ven influenciadas por los significados y los símbolos, dándoles a estas actividades sociales características diferentes.

Por un lado, la *acción social* se da cuando un individuo, de acuerdo a Charon (1992), actúa teniendo en mente a los otros, es decir, que el actor social realiza una acción buscando siempre influenciar en los otros. Por otro lado, la *interacción social* se da cuando las personas comunican simbólicamente significados a otros; y estos los interpretan y crean una respuesta en base a ese análisis de símbolos.

Cuando un grupo de individuos comparte símbolos y significados mediante la interacción, estos pueden llegar a realizar intercambios sólidos que permitan el surgimiento de comunidades que con la forma de interpretar su existencia generan una cultura. Como el caso de la comunidad de música electrónica. De acá la necesidad de aclarar en esta investigación qué se entiende como cultura.

Cultura

El término cultura proviene del latín, donde el primer significado es el de cultivo, agricultura e instrucción. Se compone de la raíz *cultus*, que significa cultivado, y *ura*, acción o resultado, es decir, la acción de cultivar.

Una de las definiciones de cultura fue dada por E.B. Tylor (1981) cuando la definió como “aquel todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, leyes, costumbres y todo el resto de los hábitos y capacidades que el ser humano adquiere como miembro de una sociedad” (p. 29).

La UNESCO (1982) declaró que “La cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo,

se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden”.

Por otro lado, Clifford Geertz (1994) se refiere a la cultura como “La trama de significados en función de la cual los seres humanos interpretan su existencia y experiencia, así mismo como conducen sus acciones; la estructura social (sociedad) es la forma que asume la acción, la red de relaciones sociales realmente existentes.” (p. 28)

Este compartir de significados y conformar estructuras sociales ha evolucionado a espacios como la Web, adaptando así las formas de socialización al ciberespacio. Esta cultura es conocida como "cibercultura" y será el lugar que engloba el fenómeno que se analiza en este estudio.

Cibercultura

El término “cibercultura” se refiere al uso de las tecnologías de información y comunicación, específicamente dentro de la red de Internet. Pero al ubicar el concepto dentro del terreno de la cultura en general, la cibercultura no sólo se “vive” en el ciberespacio, sino que traspasa los límites de la tecnología y puede constituirse como una nueva organización de lo social.

La cibercultura no debe entenderse como algo distinto a la cultura, si no que se trata de la configuración de la misma, donde el ciberespacio funciona como un lugar en el que los sujetos desarrollan interacciones sociales.

Jesús Galindo (2004) afirma que la cibercultura “configura poco a poco una nueva civilización, una nueva forma general de orden social, de formas de relación e interacción, de sentimiento y pensamiento, de concepción de la vida misma y de la sociedad misma”. Esta primera afirmación sitúa a las personas como usuarios de las nuevas tecnologías, pero también propone una nueva forma de pensar la cultura a través del ciberespacio.

El ciberespacio es un término acuñado por William Gibson en su novela de ciencia ficción *Neuromancer* (1984), y según el autor, permite una comunicación con el mundo “real”, se configura como un mundo en sí mismo. El ciberespacio es considerado como un “mundo paralelo”, un “mundo alternativo”, distinto al “real” pero dependiente de éste.

Este cibermundo se organiza con una lógica espacio-temporal propia, y construye un tipo de relaciones sociales, de interacciones, que sólo pueden darse dentro de sus



fronteras.

La importancia no recae en el hecho de qué tanto se usan las TIC's, sino para qué se usan y cómo afectan a la forma de vivir de los sujetos y concebir el mundo.

La cibercultura se constituye como sistema en tanto que la información que se mueve en el ciberespacio está en manos de una comunidad de usuarios activos. Como afirma Begoña Gros (2003), “el orden y el desorden se generan a través de la interacción y la participación activa de los usuarios que son a la vez productores y consumidores del propio sistema”. Esto quiere decir, que en la cibercultura no hay un centro, sino que esta se constituye como una red de redes.

La sociedad-red también se ha usado como sinónimo de la cibercultura y va acompañada de algunas características de la comunicación, la conectividad y la comunidad, etc.

La cibercultura crea en los individuos que la comparten un sentido de pertenencia, que les permite crearse una concepción propia de sí mismos. Esta forma de percibirse o entenderse les posibilita construir una identidad y resaltar aquello que los diferencia de los demás en el espacio virtual.

Identidad

De acuerdo al estudio “*Los anclajes de la identidad personal*” de Juan Carlos Revilla, psicólogo de la Universidad Complutense de Madrid (2003), actualmente no se puede hablar de una disolución de la identidad individual, como muchos estudiosos aseguran. Según Revilla existen diversos elementos o “anclajes” que atan al sujeto a su identidad personal, que puede ser “problemática, conflictiva, matizada y cambiante”.

Según el diccionario de la Real Academia Española (2005) la identidad es entendida como aquel “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás; la conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás”. Es decir, que la identidad implica y presupone la presencia del “otro” y la creación de un vínculo que permita establecer las diferencias entre el mismo y el otro.

Según Revilla (2003), uno de los principales anclajes es “el cuerpo”, ya que es el elemento de identidad que permite al sujeto ubicarse en un espacio y en un tiempo determinado. Con el cuerpo se expresa la evolución que tienen los seres humanos y



presenta, de acuerdo a Revilla (2003) “esa paradoja de que somos siempre los mismos y a la vez algo diferentes, como apreciamos al ver una fotografía de años anteriores”. El cuerpo es la forma en la que un actor social se presenta a los demás y ayuda a convencer a los otros lo que somos.

Otro de los amarres es el nombre propio, porque esta es lo que define la marca que aferra al individuo a un cuerpo, “para saberse uno y el mismo”. Los apellidos recuerdan a las raíces, de dónde proviene el sujeto. “El nombre propio nos liga a un espacio y a un tiempo, así como a unas determinadas relaciones en cuanto constitutivas de la identidad personal” (Revilla, 2003).

La autoconciencia y la memoria, de acuerdo a Revilla (2003), define que para Giddens “es el sentimiento de continuidad biográfica, en el tiempo y el espacio, de quien habla” (p. 61). La función de la memoria en la construcción de la identidad es almacenar todos aquellos recuerdos que se convierten, posteriormente, en “narraciones de uno mismo” y es aquí donde se van recogiendo, lo que Habermas denomina, “significantes y significados” que ayudan a construir la propia historia, creando de esta manera la autobiografía consciente del individuo.

Otro de los anclajes son las “demandas de interacción”, donde lo importante es la confianza que se tengan los sujetos para interactuar y saber a que atenerse cuando se entablan relaciones sociales con otros. Esto de acuerdo a Revilla “implica una exigencia de estabilidad y coherencia personales en la identidad como medio para habitualizar esa interacción” (Revilla, 2003).

Identidad e Internet

De acuerdo a Sherry Turkle (1995) el Internet permite pensar al individuo en sí mismo como “fluidos emergentes, descentralizados, múltiples, flexibles y constantemente en proceso”. Un proceso en el que desaparece la corporalidad, la comunicación cara a cara, donde los flujos comunicativos toman un giro pluridireccional.

Es por eso, que el Internet se ha convertido en un laboratorio social importante para experimentar con la construcción y reconstrucción del “yo”. También se ha transformado en poco tiempo en el medio para la expresión de la identidad personal y colectiva. Aquí se pueden mencionar todos los espacios en la Web que propician esta expresión de la

identidad: las salas de chat, blogs, páginas web personales, etc. Esto ha posibilitado que un “yo” pueda estar teniendo lugar en un chat room, mientras que otro tiene lugar en la vida real o bien, en otro chat room a la vez. Muchos sujetos consideran que en estos espacios se tiene la oportunidad de exponer las diversas identidades como algo flexible e ilimitado.

Según Woof y Smith (2001) para poder establecer un sentido de identidad “online” es importante el grado en que las personas son capaces de experimentar la conexión con los demás a través de la tecnología. Es decir, tener en cuenta aspectos como tiempo de exposición a la Internet, cantidad de veces en el que una persona se conecta, etc.

De acuerdo a Nicanor Ursua, (2006), la realidad virtual favorece a “la expresión y exteriorización de los afectos, deseos y emociones las cuales se canalizan a través de correos electrónicos, foros, el chat, etc., desarrollando de este modo una sociabilidad mediatizada por los aparatos electrónicos”.

Uno de los aspectos más importantes de la identidad es la manera en la que el individuo se presenta antes los demás. En este sentido, la relación “cara a cara” que se entabla con los otros permite que los observadores perciban ciertos aspectos de la identidad a través de rasgos, gestos, forma de vestir, hablar, etc. Ursua (2006) explica que en las relaciones mediadas por la computadora “tenemos la posibilidad de poder controlar más aspectos de nuestra identidad que queremos exponer ante los demás que lo que podíamos hacer anteriormente”. Por esto, autores como Bruckman (2006), consideran que estos espacios de expresión en la Web son auténticos “workshops (talleres¹) de identidad” pues permite a los participantes dar a conocer diferentes manifestaciones de sí mismos.

El ciberespacio, a través de las conexiones e interacciones con la máquina, están propiciando un nuevo sentido de entender y visualizar la identidad de una manera más “fluida”, “descentrada”, “múltiple”. Esto se da, según Ursua (2006), a través de varios elementos que influyen en la construcción de la identidad en el ciberespacio, uno de estos es el lenguaje.

La identidad online se genera en base a textos en los que el lenguaje juega un papel fundamental. Es a través de este que se construye identidad en el ciberespacio,

¹ Traducción agregada por las autoras.



específicamente, con la elaboración de mensajes de textos, etc. Esto es esencial porque en Internet el lenguaje debe cumplir con las características de brevedad de la Web.

Así mismo, el anonimato y el seudónimo juegan como elementos de auto representación en el ciberespacio, y son claves a la hora de construir caracteres de identidad. Al elegir nombres, descripciones personales, colocar determinadas fotografías, etc. se está indicando cómo el sujeto quiere ser percibido por los demás.

De acuerdo a Ursua (2006) “el seudónimo le permite al usuario formarse la imagen de sí mismo”. En esta categoría de seudónimos entran los nicks, nicknames, subnicks, mensajes, etc. Muchos de los usuarios eligen para elaborar sus seudónimos, cualidades de su identidad que busca resaltar, valorando así la consistencia de su identidad.

Ahora bien, los principios teóricos que se han presentado hasta este momento (constructivismo social, el Interaccionismo Simbólico, la cibercultura y la identidad) son necesarios para entender el centro de análisis de esta investigación: las comunidades virtuales, lugar donde convergen todos estos fenómenos.

Comunidades virtuales: “Redes conectadas”

Diversos sociólogos han clasificado los tipos de comunidades existentes. Barry Wellman (1999) en su estudio “*Comunidades virtuales como comunidades*” identifica dos tipos de estas: tradicionales y contemporáneas.

Las comunidades tradicionales, explica Wellman (1999), son aquellas que tienen una estructura “aldea-pueblo” que están constituidas por miembros similares entre sí. Mientras que las comunidades contemporáneas son socialmente diversas, con contacto ilimitado al mundo exterior y cada uno de sus miembros puede pertenecer a varias comunidades.

Manuel Castells (1996) considera que las “redes conectadas” son una especie de “comunidades especializadas” en las que cada persona construye su propio “portafolio de sociabilidad” ya que, puede intervenir en diferentes puntos al mismo tiempo y en ilimitadas ocasiones.

Ana María Raad (2004), antropóloga, afirma que esta idea de que cada persona arma su escena permite hacer una aproximación a la diversidad y heterogeneidad de las comunidades virtuales, debido a que estas “empiezan a ser definidas, más que por su

capacidad de agrupar, por su interconectividad, por las redes que van desarrollando entre una y otra escena, uno y otro interés”.

Definitivamente para Castells (1996) no existe una comunidad homogénea y por el contrario afirma que “el mundo social en Internet es tan diverso y contradictorio como lo es la sociedad”. Pero a la vez asegura que las actividades sociales que se generan en el mundo virtual son tan intensas como las del mundo físico y que por lo tanto, “estamos en presencia de una nueva noción de espacio, en donde lo físico y lo virtual se influyen así mismos, dando paso al surgimiento de nuevas formas de organización social”.

Vínculos dentro de una comunidad virtual

Diversos estudios demuestran que, al igual que en una comunidad del mundo físico, en la red también deben existir vínculos que posibiliten la existencia de la comunidad en línea. Wellman (1999) asegura que, en la mayoría de los casos, los miembros de las comunidades buscan “todo tipo de apoyo” al interior de estas, pero que lo hacen a partir de diferentes fuentes o herramientas según la naturaleza de la comunidad o necesidad del individuo.

En estos escenarios virtuales la información que se suele intercambiar es solo uno de los recursos más importantes en estas comunidades. Aunque este tema de los recursos esta limitado al espacio virtual en el que se ha formado la comunidad o grupo.

Para Wellman “a pesar de que los grupos de la red no han sido diseñados para apoyar, éstos suelen hacerlo... aquellos que usan la red, no solo buscan información, sino también compañía, soporte social y sentido de pertenencia”. Aquí la velocidad y eficiencia en el traspaso de información es valorado, sin importar el nivel de profundización en la relación social. Según Castells (1996) estas relaciones serían las fuentes de información, de desarrollo profesional, de entretención o simplemente gusto.

Aspectos para la supervivencia de una comunidad virtual

Aunque, efectivamente, las estructuras tecnológicas, de espacio y tiempo faciliten la creación de comunidades virtuales no significa que se de por sí misma la comunidad. Por el contrario, es necesario tener en cuenta varios aspectos que Tricas García (2004) explica.

Uno de ellos es la *presencia*, que se refiere al contacto regular con los miembros de la comunidad. La comunicación es fundamental para que los individuos no pierdan el interés en participar activamente en la comunidad virtual. Se necesita, como en cualquier proceso comunicativo, la retroalimentación.

El segundo aspecto que permite que una comunidad virtual sea considerada como tal es la *organización de actividades*, puesto que es importante la organización de toda actividad que permita la interacción entre los miembros de una comunidad: sesiones interactivas, discusiones sobre temas de interés común, etc. Lo importante es mantener una actividad más o menos constante entre los individuos de la comunidad.

Esta relación entre los miembros de la comunidad requiere, también, de una *organización de los contenidos que se produzcan*. Esto significa que se debe permitir a las personas tener acceso a la “historia” de la comunidad, sus objetivos, lo que busca lograr o para qué ha sido creado. De esta manera, los nuevos miembros podrán construir un sentido de pertenencia y entender el “lugar” o el “espacio” en el que se desarrolla su comunidad (contexto).

Asimismo, otro aspecto clave es la *organización interna*. Esta dependerá del tamaño de la comunidad. Es importante dar a conocer los nombres de los integrantes, delegar cargos y responsabilidades (si es necesario), crear normas y un vocabulario.

Pero no solo se necesitan aspectos de carácter organizativo, sino también la comunidad debe ser flexible, es decir tener esa capacidad para adaptarse a los cambios que la van transformado. Por ejemplo: número de miembros (si van aumentando), los temas que se deben de discutir, etc.

La existencia de un vínculo que relacione simbólicamente a los miembros de una comunidad virtual es importante y necesario.

En el caso de este estudio, como ya se ha explicado anteriormente, el intercambio de símbolos y significados girará entorno a un elemento clave: la música electrónica, considerada por los amantes de este género como una verdadera “revolución musical”.

A continuación se presentan las reflexiones sobre ese tema.

La nueva generación musical

Se habla de música electrónica gracias a la integración de equipos electrónicos y computarizados para la creación de sonidos y efectos diferentes que dan a cada género un concepto peculiar sin cambiar las melodías de las canciones.

La música electrónica no llegó para situarse en un solo patrón musical, al contrario, son muchos los ritmos y estilos que han dejado que guitarras, secuenciadores, sintetizadores y computadoras adornen sus sinfonías para crear una verdadera revolución musical en la sociedad contemporánea.

La música por medio del ordenador

El nacimiento de la música electrónica se remonta a finales de siglo XIX y principios del siglo XX, cuando compositores de vanguardia pensaron en crear nuevas tecnologías para exceder los límites de instrumentos tradicionales.

Se podría situar el punto de partida de la electrónica aplicada a la música a partir del manifiesto futurista de Marinetti (1910), cuyos postulados se extenderían rápidamente al mundo de la música, tal y como reflejaron pioneros como Luigi Russolo, Varèse, Joe Meek, Martenot y muchos otros.

Pero la primera composición electrónica pertenece a Robert Meyer y Herbert Eimert, y su posterior difusión, a la figura de Stockhausen. Gracias a esta idea, Meyer y Eimert se atrevieron a dar los primeros pasos para crear un nuevo lenguaje musical y una nueva estética aplicada a la melodía para lograr que se hablara de la prehistoria de la electrónica.

En los años 50, la música electrónica se inició como música experimental y comenzaron a escribirse las primeras piezas en las que se combinaban sonidos naturales con sonidos creados por instrumentos electrónicos. Entre los 60 y 70 surgieron grandes avances, pues no sólo se comenzaron a fabricar sintetizadores y amplificadores que permitían tocar en vivo, sino que además llegó la inclusión de efectos especiales.

En los años 80, con el auge de los Dj's, se hicieron las primeras mezclas electrónicas, creando así la música techno y house en los Estados Unidos. Más adelante, ambos estilos abrieron las puertas a la llegada del dance a las discotecas, y en los 90 ya la música electrónica se consolidaba prácticamente en todo el mundo (ver anexo 3).



Proyección de los beats

El surgimiento de bandas y músicos independientes afanados por fusionar la música electrónica con ritmos como techno, rock, electro funk y hip hop, logró que las nuevas melodías compuestas por sonidos electrónicos predominen entre los géneros más escuchados en la cultura musical moderna.

La música electrónica es, con relación a la música en general, un nuevo género que ha sabido adaptarse a los grandes avances tecnológicos en materia interactiva y multimedia, y gracias a recursos de comunicación como Internet, los nuevos compositores de música electrónica pueden intercambiar programas de música, sonidos, efectos e ideas con otros que quieran ampliar su galería musical.

Se habla de música electrónica gracias a la integración de equipos electrónicos y computarizados para la creación de sonidos y efectos diferentes que dan a cada género un concepto particular sin cambiar las melodías de las canciones.

El Pensamiento “rave”

La música electrónica o la música creada a través de medios electrónicos ha recibido más popularidad en estos últimos tiempos, a pesar de tener una larga historia y un buen camino recorrido.

Las comunidades de música electrónica tienen como objetivo compartir un ideal, que es más evidente en los países donde se ha desarrollado este tipo de música, esto es “el rave” (fiesta).

La historia oficial de los raves tiene su origen en el movimiento Hippie. Una vez que éste fue reducido por la política de Nixon dentro de Estados Unidos, muchos de sus integrantes decidieron marcharse a lugares alejados y poco frecuentados por las civilizaciones, como por ejemplo la India, Thailandia e Ibiza.

Fue en las playas de Goa (en la India) donde a principios de los años setenta se realizaron las primeras raves acompañadas por la música de Pink Floyd o Janis Joplin, lo cual hizo que rápidamente se popularizaran y fueran conocidas a nivel mundial a mediados de los ochenta.



Durante esta época hizo su aparición el “Acid House” en Ibiza donde los jóvenes ingleses bajo su influencia, y siguiendo el ejemplo de Goa, comenzaron a realizar los primeros raves de Europa llegando a su apogeo en el verano de 1988 el cual fue conocido por “The summer of love”.

La mayor aportación de esta fiesta fue la institución de un valor a seguir: PLUR, que significa Peace, Love, Unity and Respect (paz, amor, unidad y respeto). Junto a este valor se popularizó un nuevo nombre para los raves que hacía explícita su condición subversiva ante el sistema: “free parties” (fiestas libres). Pero quienes hacen posible todo este movimiento son los creadores de la música electrónica: los Dj’s.

El arte de ser DJ

El *disc jockey (Dj)* es un personaje indisoluble del desarrollo de la música electrónica actual. Actualmente, es la persona encargada de poner discos y animar al público de las discotecas, raves o fiestas.

El origen de los Dj's radica a finales de la década de los años 60, en donde el desarrollo de la tecnología de sonido y amplificación, empezó a competir con la tradicional música de las orquestas imperantes en las fiestas y eventos de la época (música en vivo). No pudiendo competir con el ahorro económico que facilita un solo Dj con música “envasada” o grabada, el cual brindó una mayor potencia de sonido gracias a la amplificación.

Luego con la década de los años 70, la música disco y el desarrollo de discos de vinil con una mejor calidad de sonido, hizo que los Disc Jockeys poco a poco se consolidarán haciéndose de un sitio especial en los eventos importantes de la época, produciendo también todo el movimiento de los Club o Discotecas que sería el contexto de trabajo de los Dj's actuales.

Un Dj es un experto en las mezclas, su trabajo es la acción de combinar música, tiempo y ritmo, y tratar de que todos esos elementos sean fluidos y puedan ser tan ligeros los cambios que pareciera que se tratara de una canción eterna que los que la escuchan puedan disfrutar todo el tiempo que se este tocando.

Todos los Dj's tienen como objetivo principal llevar entretenimiento a una amplia variedad de gente de la forma en que se pueda, sin dejar caer el ambiente. Los Dj’s son



unos entretenedores y su herramienta principal es la música.

Se pueden diferenciar tres tipos de Dj's. El primero es el Móvil, que son los más comunes y se caracterizan porque sus equipos móviles los ayudan a moverse de un lado al otro llevando sus aparatos y equipo, son contratados para amenizar fiestas y eventos especiales en un lugar determinado.

Otra diferenciación es el Dj de radio, el cual se encarga de programar música continua y su misión es que nunca haya silencios al aire, los cuales deberá llenar si es necesario con su propia voz o con efectos especiales, los Dj de radio son soportes importantes en la cabina de sonido para superar cualquier problema que surja y no dejar nunca caer la transmisión.

El tercer tipo de Dj es el de club. Estos son particularmente específicos con su clientela y son los que logran hacerse de un nombre y fama en el mundo de la música, los Dj's Club se dirigen a un grupo específico, ya sea en edad, en status económico o social o en ritmo de música. Los Dj Club son los más respetados de todos, ya que han estudiado mucho para conocer los grandes grupos y los mejores hits de todos los tiempos, en el estilo que se hayan especializado.

Este breve recorrido por la historia y origen de la música electrónica ayuda a comprender que el vínculo que impulsa la unión y creación de las comunidades virtuales analizadas en esta investigación, no es un fenómeno que ha surgido de manera aislada, sino más bien un grupo institucionalizado que gracias a su apego a la tecnología ahora también se expande a través de la Web.

Facebook

Facebook puede ser considerada como un ejemplo de la nueva generación en el tema de Internet y es denominada también como Web 2.0. Esta se caracteriza por un tipo de usuario que no se conforma con la construcción que les ofrece el sitio web, sino que este tipo de espacios ofrece generación de contenidos, como el caso de los blogs

El término Web 2.0 fue acuñado por Dale Dougherty de O'Reilly Media, una empresa estadounidense en el año 2004 y se refiere a una segunda generación de Web, que se basa en comunidades virtuales de usuarios y una gran cantidad de servicios dentro de si misma, como blogs, redes sociales, wikis, etc., que ayudan a fomentar el intercambio e



información entre los usuarios. En general, término Web 2.0 se refiere a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red dando al usuario el control de sus datos.

Por eso, la Web 2.0 se puede entender como "todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando metadatos a la información existente), o bien en la forma de presentarlos, o en contenido y forma simultáneamente." (Ribes 2007)

Historia de Facebook

El nombre de Facebook proviene de las guías que reciben los estudiantes de las universidades norteamericanas al inicio de sus carreras con las fotos y nombres de los otros alumnos con quienes compartirán sus clases. En el año 2004 Mark Zuckerberg, un joven estudiante de Harvard, tuvo la idea de crear ese directorio, pero en una versión on-line para que los jóvenes usuarios pudieran consultarlo en cualquier momento y además hacer uso de algunas aplicaciones.

En ese entonces, cada estudiante podía crear su página personal para compartir sus experiencias. Más tarde, el sitio llegó a otras universidades y en el año 2006 se abrió para todo el mundo. En la actualidad cuenta aproximadamente con 34 millones de usuarios activos, ampliando así las redes sociales a lo largo del planeta.

Facebook se caracteriza por *su presentación* sencilla pero vistosa (ver anexo 1), de fácil configuración y funcionamiento, con privacidad. Además es una plataforma abierta para desarrolladores, con lo que cualquier persona puede crear cualquier aplicación, compartirla e integrarla en Facebook, éste último elemento lo diferencia de otros sitios como Hi5 o MySpace.

Dentro de cada grupo en Facebook se muestran diferentes herramientas a utilizar, ya sea para entablar discusiones, publicar fotos, links o videos, mandar mensajes o anuncios a los miembros, etc.; a diferencia de los perfiles (profiles) de cada usuario.

A continuación se explican cada una de las herramientas:

The screenshot shows the Facebook interface for a user named Luis Andino. At the top, there are navigation tabs for Profile, Friends, Networks, and Inbox (13). The profile picture is a dark, artistic shot of a man's face. To the right of the profile picture, there are personal details: Networks (None), Sex (Male), Interested In (Women), Relationship Status (Single), and Hometown (Sivar, El Salvador, Spain). Below this is a 'Mini-Feed' section displaying a list of recent activities, such as 'Luis added the Bumper Sticker application' and 'Luis received a new gift' (a beer mug). On the left side, there is a search bar and a list of 'Applications' including Photos, Groups, Events, Marketplace, Top Friends, Sticky Notes, and Finetune.

Search (casilla de búsqueda): en esta parte se pueden buscar a una persona o grupo dentro de Facebook. Al dar click en search, aparecerán los resultados.

Applications: al entrar en Facebook, el menú muestra seis vínculos principales: Photos (añadir y etiquetar fotos), Groups (crear, buscar y ver otros grupos y de amigos), Events (crear, buscar y ver eventos de amigos), Marketplace (buscar artículos que están vendiendo los usuarios), Posted items (destacar cualquier cosa que llame la atención) y Notes (crear notas personales o importar un blog). Al instalar las aplicaciones, estas aparecen en el menú.

Profile: Este muestra la página principal del perfil. Al dar click en la palabra 'edit', que está al lado de Profile, se pueden modificar los datos personales.

Friends: Aquí aparece la lista de amigos. Hay cuatro pestañas: Friend List (lista de amigos), Find Friends (buscar amigos), Status updates (ver qué están haciendo los amigos)

y Social Timeline (que permite hacer un seguimiento detallado de todas las amistades y relaciones en una línea de tiempo social).

En Facebook hay aproximadamente más de 3.400 aplicaciones disponibles clasificadas por categorías como negocios, entretenimiento, educación, deportes, música, fotos y video:

Pacman. Uno de los juegos clásicos de Atari.

Scrabulous. El tradicional juego de Scrabble, para competir en línea.

Cities I've visited. Señala en un mapa qué ciudades del mundo ha visitado el individuo.

Friend Grid. Hace un collage con las imágenes de todos los amigos y lo muestra a quienes visitan el perfil.

iLike. Permite añadir música y videos al perfil.

My Top Friends. Crea una lista especial con los mejores amigos.

My Resume. Incluye hoja de vida.

Garage Sale. Sirve para publicar artículos que desee vender el individuo.

Music Player. Ubica un reproductor de música en el perfil.

YouTube Video Box. Ofrece la posibilidad de incluir videos de YouTube en el perfil, solo copiando y pegando el vínculo del video.

Instant Messaging. Funciona como un programa de mensajería instantánea dentro de Facebook.

Files. Aquí se pueden almacenar archivos de todo tipo y se puede acceder a ellos desde cualquier PC.

The Wall: Es un panel para escribir mensajes a cualquier grupo de amigos. Aquí se pueden incluir links. El mismo programa detecta si el destino contiene alguna foto y se recupera una miniatura para mostrarla en un lateral.

Poke: estos sirven para interactuar con los amigos; es como una “llamada de atención cariñosa”.

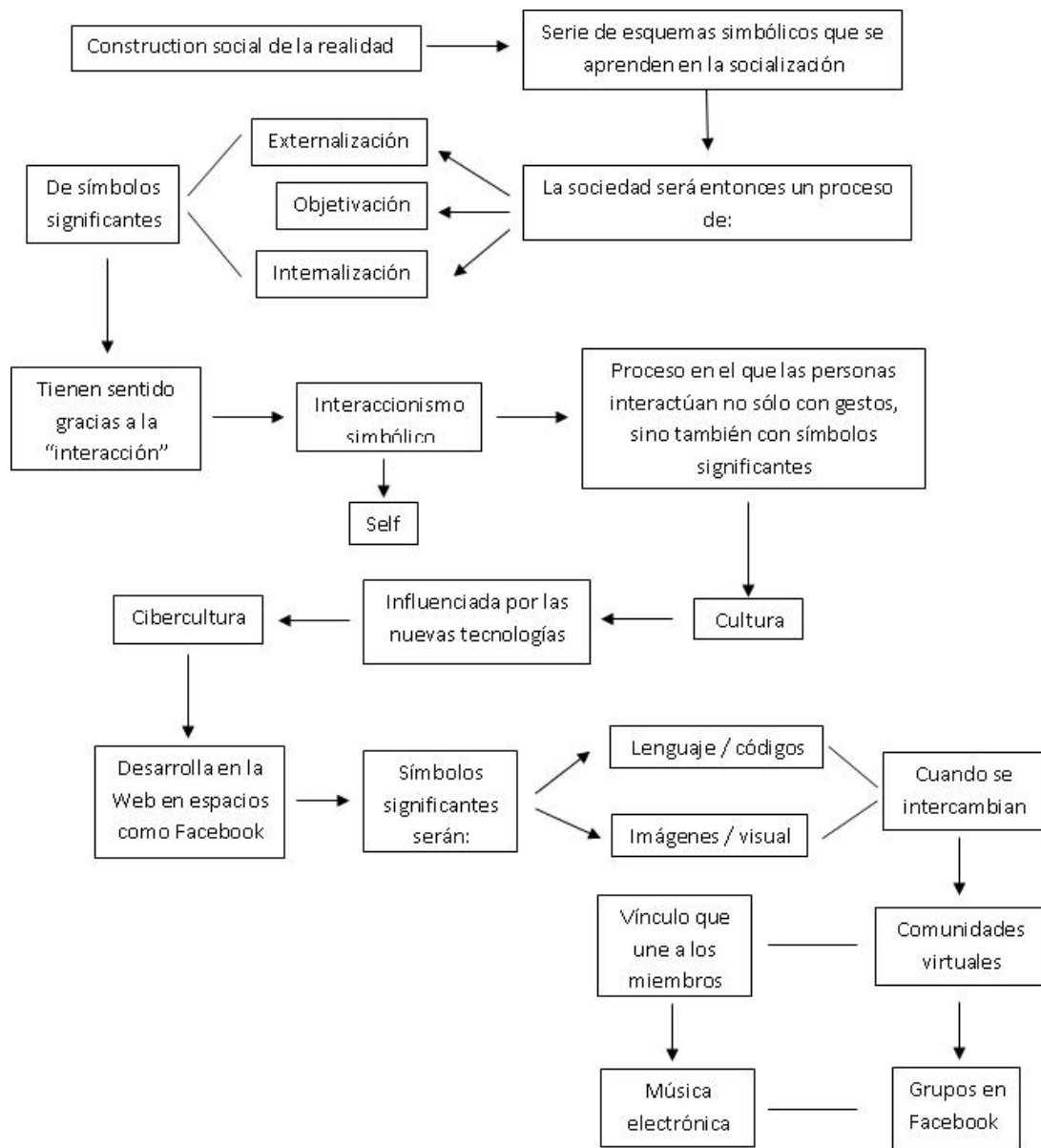
MiniFeed: Es una de las aplicaciones más útiles, ya que avisa al usuario automáticamente de cualquier evento que ocurra en las redes de amigos, como por ejemplo, cuando alguien “pokea”, cuando escribe en el Wall algún mensaje o incluso cuando un amigo sube nuevas fotos a su álbum.



Status: El Status es personalizable e indica lo que el usuario está haciendo o dónde se encuentra.

La competencia más grande de Facebook es MySpace, pero la integración de Facebook con Twitter (texto), Flickr (imagen), YouTube (video), Wikipedia, RSS, etc.; le dan al sitio un carácter único enfocado a la web 2.0.

Esquema resumen:



Metodología

En este capítulo se presentará el diseño de la investigación, el cual iniciará con el proceso de recolección de datos como su posterior análisis. Es importante señalar que el diseño metodológico tratará de responder al objetivo general de la investigación, el cual pretende conocer desde una perspectiva simbólica la construcción de identidad y significados que se construyen dentro de una comunidad virtual compuesta por jóvenes.

Para la recolección de datos se hará uso de los métodos etnográficos on-line de Christine Hine (2004), dada la pertinencia de sus proposiciones, cuando parte de que la etnografía on-line no debe de contemplarse sólo como el estudio de los usos de Internet, sino también las prácticas sociales en línea y de qué manera estas son significativas para la gente.

Finalmente, se presentan los lineamientos básicos del método utilizado para analizar los datos. Este se denomina Grounded Theory o Teoría Fundada en los datos de Glasser y Strauss (1967). Este método permite “dejar que los datos hablen”, es decir que a partir de la aproximación sucesiva y enfocada de la información recolectada, se procederá a ordenar, jerarquizar y crear categorías a partir de la frecuencia y aparición de los datos y de la importancia de los mismos.

A continuación se explicará el método de estudio que se utilizó para realizar la recolección de información.

Naturaleza de la Etnografía

La investigación aborda un enfoque antropológico más simbólico, ya que considera las variables de interacción y la búsqueda de significaciones. Por eso se considera a la naturaleza etnográfica como característica del estudio.

La etnografía es considerada como una metodología interpretativa/cualitativa, propia de la investigación en las ciencias sociales y “se define como una descripción o reconstrucción analítica de los escenarios y grupos culturales intactos (Spradley y McCurdy, 1972, p.123); y como una herramienta para hacer investigación naturalista, observacional, descriptiva, contextual y que no es limitada de antemano ni en lo profundo del análisis.



La etnografía es la metodología fundamental de la investigación antropológica. A través de esta técnica de observación participante el investigador se integra en los procesos sociales que estudia para obtener una información desde la perspectiva del actor, con el objetivo de comprender sus estructuras de significación.

Considerando la definición de cultura de Geertz (1994), esta “no es una entidad, algo a lo que puedan atribuirse de manera causal acontecimientos sociales, modos de conducta, instituciones o procesos sociales, la cultura es un contexto dentro del cual pueden describirse todos esos fenómenos de manera inteligible, es decir, densa” (p. 21). El análisis cultural de un universo (como las comunidades virtuales), debe realizarse con base en una ciencia interpretativa para buscar significados. Por eso, la etnografía permitirá explicar los procesos de construcción de sentido y significado en las comunidades virtuales.

Siguiendo a Geertz (1994), este considera que "la etnografía es descripción densa. Lo que en realidad encara el etnógrafo es una multiplicidad de estructuras conceptuales complejas, muchas de las cuales están superpuestas o enlazadas entre sí, estructuras que son al mismo tiempo extrañas, irregulares, no explícitas y a las cuales el etnógrafo debe ingeniarse de alguna manera, para pactarlas primero y explicarlas después" (p. 26).

Con estos planteamientos de Geertz, se busca entonces descubrir las estructuras e interacciones de los sujetos, tomando como base su discurso y todo su entorno en ambientes virtuales.

Diseño metodológico

La investigación en general aborda un enfoque antropológico basado en la etnografía, pero tomando, en cuenta que en este caso lo digital conforma una parte esencial del objeto de estudio, es necesario tomar como línea principal de reflexión la etnografía conocida como “virtual”, “on- line”, “de internet” o “digital” para poder interpretar los fenómenos sociales mediados por el internet y las nuevas tecnologías.

La etnografía, como método de investigación científica, se ha usado en los últimos años en otros escenarios fuera de los tradicionales usos en la antropología. De aquí que Elizalde (1999), Chisnall (2001), Ardèvol (2003), Hine (2004) y otros investigadores sociales hayan encontrado el enfoque integral del método, así como la manera de describir fenómenos o escenarios complejos. Esta facilidad de adaptación de la etnografía es la que

ayuda al análisis de entornos complejos como las comunidades virtuales, con esto se demuestra que el Internet también puede ser un objeto de estudio.

Hine (2004) afirma que el “internet puede tener consecuencias importantes sobre la relación individual que tengamos con la tecnología y sobre las relaciones sociales que construyamos a través de ella. La etnografía en este orden de cosas, puede servir para alcanzar un sentido enriquecido de los significados que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o que se conforman gracias a ella.” (p.17)

Por lo tanto, la etnografía virtual permite un estudio detallado de las relaciones en línea, de modo que Internet no es sólo un medio de comunicación, “sino también un artefacto cotidiano en la vida de las personas y un lugar de encuentro que permite la formación de comunidades, de grupos más o menos estables y, en definitiva, la emergencia de una nueva forma de sociabilidad”. (Hine, 2004, p. 20)

De ahí que la etnografía virtual o de Internet se plantea como un método idóneo para analizar las comunidades virtuales o comunidades mediadas por el ordenador y de esta manera conocer los tipos de interacción de las mismas.

Ahora que se ha definido la línea metodológica que guió la recolección de los datos y de la información, es necesario retomar ciertos elementos claves en el diseño de la metodología. A continuación, se desarrollan algunos de ellos.

Como se explicó en el planteamiento del problema, esta investigación tiene como punto de partida tres preguntas: ¿Cómo construyen su identidad los jóvenes en el espacio virtual Facebook?, ¿Qué sentidos o valoraciones construyen los jóvenes dentro de las comunidades virtuales como Facebook? y ¿Cómo son las relaciones sociales o de interacción que se generan a partir de la participación de esta comunidad virtual?

Los resultados se obtuvieron a partir de cuatro sitios virtuales en la red de Facebook en las *comunidades de música electrónica*: “Velvet Promotions”, “Istmo Music”, “Beats & Drums” y “Amantes de la música electrónica”. Estos cuatro sitios conforman la muestra a analizar (Ver anexo 4).

Técnicas de recolección de información.

Debido a la naturaleza virtual de la muestra, las herramientas para recolectar la información se hizo uso de instrumentos más cualitativos para obtener datos que ayuden a



entender el fenómeno desde el ordenador. Por lo tanto, los dos utensilios de investigación que se utilizaron fueron:

Observación participante

Para llevar a cabo las observaciones de campo que se necesitaban, se recurrió a un tipo de participación “anónima”, en donde el observador tomó un papel invisible para que los miembros de los grupos descocieran la presencia de este, realizando así un estudio más objetivo del tema.

La observación fue la herramienta principal para entender cómo funcionan una comunidad virtual en Internet. En un primer momento se observaron aspectos básicos como: estructuras de los sitios, los temas de conversación, qué fotos se subían a la red, qué tipo de comentarios escribían los miembros, etc. Posteriormente, esta observación permitió encontrar a los líderes dentro de la comunidad y se prestó atención, ya no a los aspectos estructurales, si no más bien a detectar los elementos en los cuáles los miembros ponían más énfasis: foros, discusiones, mensajes, etc.

Para lograr sistematizar la información que se obtuvo de la observación se utilizó el siguiente cuadro:

	Nombre del grupo 1	Nombre del grupo 2	Nombre del grupo 3
Número de miembros			
Última actualización			
Tema de discusión / pregunta			
Noticias en el grupo			
Número de fotografías			
Características de las fotos (peculiaridades)			
Lenguaje propio del grupo (palabras)			
Herramientas más utilizadas (en Facebook) / aplicaciones			

Esta técnica permitió ordenar y organizar la información de forma más separada y limpia, para luego poder utilizarla en el análisis e interpretación de los resultados.

Por otro lado, en este proceso de observación se dio prioridad a los espacios, dentro del sitio, que posibilitan la expresión de los miembros de la comunidad: mensajes que escriben y los foros de discusión en los que participan. Se considera que esta herramienta que Facebook activa en los sitios es importante porque es la manera en la que se da, en alguna medida, procesos de interacción entre los miembros del grupo.

Entrevistas a profundidad

El propósito de esta técnica de recolección de datos “es mantener a los participantes hablando de cosas del interés de la investigación y cubrir aspectos de importancia para ella. La entrevista puede variar desde discusiones casuales, o entrevistas en profundidad, con sujetos llamados informantes clave” (Cubillos, 2006, p.7).

Se realizaron tres entrevistas online, dos de ellas a creadores de grupos y la restante a un miembro de una de las comunidades, esto con el objetivo de descubrir aspectos más específicos sobre el grupo virtual, que a simple vista no se pueden detectar en los sitios Web (ver anexo 2). Los creadores se seleccionaron para conocer el punto de vista oficial acerca de las comunidades. Mientras que el miembro proporcionó datos sobre la dinámica de participación en la comunidad. Es importante mencionar que los creadores entrevistados también componen y crean música electrónica es decir, son Djs. Las aportaciones que ellos darán para la investigación resultan importantes, teniendo en cuenta que son las figuras referentes del género musical y porque a demás, se entiende que ellos tienen más conocimiento de la escena de la música electrónica en el país.

Toda la información recopilada a través de las dos técnicas de información antes explicadas fue luego ordenada e interpretada con base en método llamado “Grounded Theory” la cual, se explica detenidamente en el siguiente apartado.

El método de la "Grounded Theory"

Con el objetivo de ordenar la realidad investigada y describir de forma densa (Geertz, 1994), e interpretar de forma profunda, en el estudio se tomó algunos de los principios de la denominada Grounded Theory, ya que con esta teoría no se trata de realizar

una comprobación, sino más bien, una construcción de conceptos a partir de lo observado.

En esta teoría propuesta por Glasser y Strauss (1967) se diseñó de forma más general, un método de investigación cualitativo que, mediante ciertos procedimientos interpretativos y de codificación, construyó inductivamente una teoría sobre un fenómeno.

Sobre la base de materiales de entrevista, de observación o documentales, la Grounded Theory operó siguiendo diversas estrategias analíticas y de interpretación basadas principalmente en la codificación, entendida como una técnica de conceptualización de los datos (Strauss,1967).

A partir de la evidencia que se obtuvo de la observación participante y las entrevistas se crearon categorías de analíticas y conceptuales que ilustraron los elementos teóricos bases de este estudio: el constructivismo y el Interaccionismo Simbólico. A continuación se presentan los resultados de la investigación.

Análisis interpretativo

Este trabajo de graduación busca responder a la pregunta por el proceso de construcción de identidad de los jóvenes en las comunidades de música electrónica de Facebook.

Es necesario comenzar diciendo que uno de los principales hallazgos de esta investigación es, precisamente el hecho de que la identidad de la música electrónica en El Salvador se configura a través de la figura del administrador del sitio, es decir, el DJ.

Es esta figura o personalidad la que da la pauta para aceptar miembros, responder comentarios, informar de los toques, es decir, de construir lo que Berger y Luckmann (1968) denominan el proceso de institucionalización de la música electrónica en el país. Es precisamente por esto que teniendo en cuenta se utilizó como muestra de este análisis la comunidad de música electrónica en Facebook se puede determinar que la construcción de la identidad se da gracias a los elementos de *“institucionalización de la música electrónica”*, el asimilar *“la cultura de la música electrónica como una forma de vida”* y la importancia de una figura que será clave tanto en el mundo real como el virtual, el *“Dj”*. A continuación el análisis de cada uno de estos elementos.

Encuentro con la cultura electrónica

Existe una realidad externa al individuo, una realidad que “está ahí”, como lo explican Berger y Luckman (1968, p. 83). En una primera instancia la cultura electrónica será para el individuo algo desconocido, por lo tanto, este individuo se ve obligado a salir a su encuentro para conocerla. Esta primera fase es la denominada por Berger y Luckman (1968) como *externalización*. Básicamente, es un primer encuentro superficial con una realidad que ya ha estado ahí pero no era conocida por el individuo. *“Yo conocí de la música electrónica gracias al Internet y a al cable (TV) y ahí me llamó la atención y comencé a buscar más información”* (comentario de Edmundo Torres, miembro de Velvet Promotions e Istmo Music).

Todos los miembros de la comunidad en algún momento estuvieron en esta situación de desconocimiento pero después de un primer encuentro se interesaron en profundizar en esta cultura. Y aquí se da paso a la siguiente etapa la *objetivación*.

Intercambio de símbolos on-line

“El proceso por el que los productos externalizados de la actividad humana alcanzan el carácter de objetividad se llama objetivación. El mundo institucional es una actividad humana objetivada, así como lo es cada institución de por sí” (Berger y Luckman 1968, p.83). Es decir, que una vez que se ha asimilado la existencia de una realidad externa los individuos inician un proceso de conocimiento de ese nuevo mundo. Aquí los significados se materializan permitiendo que el sujeto se vuelva accesible a los conocimientos de su entorno. Para lograr este aprendizaje es necesario dominar una serie de códigos, lenguajes, imágenes, etc. En el caso de este estudio los símbolos no solo fueron analizados desde la etapa de la objetivación, sino también a partir de las ideas propuestas por Mead (1934) a través de la teoría del Interaccionismo Simbólico.

Dentro de los grupos de música electrónica el diálogo virtual, lejos de ser desordenado, está estructurado conforme a unas reglas, implícitas o explícitas, conocidas por todos los miembros que interactúan en los “lugares” específicos del ciberespacio: chat, correo electrónico, grupos de discusión, etc. Como afirma Charon (citada en Ritzer, 1993), este conocimiento de los símbolos es el que ayuda a entender e “incrementan la capacidad de las personas para interpretar y percibir el entorno” (página 240). Además, explica Charon, “los símbolos son objetos sociales que se usan para representar cualquier cosa que las personas acuerden representar” (Ritzer 1993, p. 240). Ahora toca explicar cómo estos símbolos funcionan en esta comunidad.

En el caso de las comunidades de música electrónica analizadas, los símbolos están estrechamente relacionados a imágenes y al lenguaje (serie de palabras propias de la cultura electrónica).

El **lenguaje** escrito será la herramienta principal de las comunidades virtuales para construir mensajes en la Web. En el caso de los grupos de música electrónica la jerga que utilizan es muy característica y en los sitios virtuales adquiere mucha más fuerza. Para explicar este aspecto se hará énfasis en los principales mensajes que los miembros elaboran.

El principal mensaje son las invitaciones para conciertos que suelen tener estructuras que denotan una mezcla de diferentes jergas como la tecnológica, musical e incluso del idioma inglés.

Por ejemplo, invitaciones como: “*Ofo Nunez & Kidbit Audiovisual Journey into the Minimal World*” (Istmo Music); “*Descarguen el nuevo y gratis Heatbeat Podcast @ <http://www.istmomusic.com/php/podcast.php>. :)*” (Istmo Music). Istmo ofrece a los miembros de su grupo música para descargar on line, dentro de la comunidad se colocan los más recientes “Podcast” o “Sets”, es decir sesiones de larga duración de música electrónica. En este caso se ofrece el de “Heatbeat” un dj muy reconocido en la escena. También se hace uso de signos como la arroba (@) un sinónimo de “at” en inglés que es el lugar, en el ejemplo, el link donde se puede descargar la música.

Los mensajes que circulan por Internet también contienen iconos que transmiten emociones o sentimientos de los participantes; estos se llaman emoticons o smilies. Estos pictogramas, que combinan letras y símbolos del teclado, representan de manera esquemática gestos faciales. Los que se usan con más frecuencia son:

:-) :) sonrisa

;-) ;) guiño de ojo

:-(:(tristeza

XD:-D :D reír de oreja a oreja

:-P :P sacar la lengua

:-* :* mandar un beso

“*Los invitamos a participar en elektronik.net v.5.0*” (istmo music). En este ejemplo otro grupo de música electrónica guatemalteco manda un mensaje dentro del grupo salvadoreño para que sus miembros se unan a su comunidad denominada “elektronik.net v.5.0”. Similar a los programas de computadoras la versión (v) del grupo ha sido actualizada a 5.0.

“*Velvet Sessions 3.5 @ Bliss.Multipiazza! Lineup: Orguil España - Obd Prza - Ricardo Castillo - Ettore Lentini*” (velvet). Otro ejemplo son las invitaciones a las fiestas, ya que los códigos usados en las mismas son entendidos por los individuos que saben de este tema.

Cuando se habla de *Velvet Sessions 3.5* se refiere a la promotora de eventos de música electrónica salvadoreña. 3.5 es el número de la sesión o fiesta.

@ *Bliss.Multipiazza*. Como habíamos dicho anteriormente @ se refiere al lugar, que en este caso es Bliss ubicado en Multipiazza.

Line Up, significa el orden de aparición de los dj's y *live act* (mezclas en computadoras en vivo a diferencia de las sesiones). En este caso el line up es: Orguil España - Obd Prza - Ricardo Castillo - Ettore Lentini. Ellos son los djs que estarán esa noche "pinchando" en *Bliss* música electrónica.

"*Chobe Cader LIVE @ Beats & Drums - Alebrije - 9pm*" (*velvet*). Este es otro ejemplo de invitación a fiestas. Cuando se habla de *Chobe Cader* se refiere a un dj reconocido en la música electrónica nacional. *Live @ Beats & Drums*, aquí se refiere al concepto "club" nacional que al igual que Velvet tienen una serie de fiestas programadas a lo largo del año. *Alebrije* es el lugar ubicado en el Centro Comercial La Gran Vía.

"[Alejandro @ Dorian Gray](#)" (*beats & drums*). El Grupo Beats & Drums también postea mensajes del dj nacional Alejandro Martínez, quien es reconocido por sus conciertos en Latinoamérica. En el ejemplo *Alejandro @ Dorian Gray* (con el link incluido) se refiere a que hay un video del dj (Alejandro) quien estuvo tocando en el club suramericano llamado Dorian Gray.

Ahora bien, retomando nuevamente las propuestas de Berger y Luckman (1968), el lenguaje también se convierte en un elemento que permite establecer la construcción de la realidad de los individuos, ya que por medio de este se logra la expresividad humana.

Según Berger y Luckman (1968), el lenguaje, que se concreta a través del signo y se da por medio del diálogo, mantiene, modifica y reconstruye continuamente la realidad de los miembros.

Las comunidades virtuales, y sobre todo los espacios para escribir mensajes, se convierten entonces en el medio por excelencia para, no sólo utilizar estos símbolos lingüísticos, sino también para caracterizar a la comunidad en Facebook.

Por ejemplo, palabras como PLUR (Pace, Love, Unit and Respect), rave, sampleando, sessions (conciertos), etc. O mensajes como: "*claro men definitivamente mañana vamos a pasar rebotando en dando vueltas.... así q heavy bro... sin paja q a llevar el casco y las rodilleras*" (Mensaje escrito en Velvet Sesions); "*saludos y que tengan buenas parys*" (Mensaje escrito en Velvet Sesions); "*corran la noticia expandamos el virus de la música electrónica*" (Mensaje escrito en Velvet Sesions).



Es importante desatacar que gran parte de los mensajes están escritos o, bien utilizan palabras del idioma inglés. De acuerdo Ricardo Castillo (administrador y creador de la comunidad Velvet Sessions) la utilización del inglés se da por las raíces y por el origen de la música electrónica en Europa y Estados Unidos. “*No sería lo mismo decir que trance, en inglés, que trance en español. Trance es el género pero en español sería un estado de trance...igual que house es otro género... en español sería casa... osea nada que ver*”, explicó Castillo. Pero el inglés ya no sólo es utilizado para referirse a géneros, sino que también mensajes enteros se escriben en este idioma.

En esta línea se mencionan los siguientes ejemplos: “*Responder Its time to get funky with Miguel Migs! We advise you get your tickets with anticipation. It is a high demand event with limited space. You can purchase your tickets at Zanzibar o Bacilea. See you there!* (Es hora de divertirse con Miguel Migs!. Avisamos que puedes obtener tus entradas con anticipación. Es un evento con mucha demanda y espacio limitado. Puedes comprar tus entradas en Zanzibar o Bacilea. Nos vemos ahí)” (Mensaje enviado Ofo Núñez el 28 de febrero de 2008); “*I like music that sounds like controlled particle vibrations travelling through a gaseous environment, slightly touching electrified objects, causing a glitch-like sound that opens your mind in such profound ways that it makes you immediately...*(Me gusta la música que suena como partículas de vibraciones controladas que viajan a través de un ambiente gaseoso, que delicadamente tocan objetos electrificados, causando un golpe como sonido que abre tu mente de una manera tan profunda que te hace que inmediateamente...)” (Mensaje en sitio de Ofo Núñez postado por Juan Paredes, 15 de febrero de 2008); “*Wuz good SLyce ???(¿Fue una buena fiesta?)*” (Mensaje en el grupo Istmo Music postado por Franco Ricciardone, el 14 de febrero de 2008).

Asimismo, la jerga propia de la cultura electrónica está influenciada por el inglés. De aquí sea común leer en los sitios palabras como dancefloor, afterparty, chillout, flyer, live at, underground, entre otras (ver más palabras en anexo 2).

Otro tipo de símbolos que distinguen a las comunidades son las *invitaciones visuales* que se diseñan para las reuniones o fiestas que realizan los grupos periódicamente, y que por medio de Facebook son enviadas a cada uno de los miembros para que se enteren de la información.

Los colores y los textos de los “flyers”, como se denominan a los prospectos utilizados para anunciar una fiesta o sesión en un club, son importantes para que exista una buena comunicación dentro de la escena.

Para los flyers, los colores que se utilizan son tonos encendidos y contrastantes, que llaman la atención a primera visa. La mayoría de veces, en el flyer aparece el Dj principal y el nombre de este en tamaño grande. Junto a estos aparece la fecha, la hora, el logo y los patrocinadores del evento. También los diseños reflejan ciertos aspectos propios de la cultura electrónica como su apego a lo tecnológico al colocar aparatos sonido o experimentar con los diseños.

Ejemplos: Beats & Drums y Velvet Promotions



Por otro lado, las *fotografías* que toman los miembros y que se colocan dentro de los sitios de las comunidades convierten en el símbolo y expresión concreto de la cultura de música electrónica.

Para las comunidades virtuales las fotografías conectan a lo que sucedió en un concierto y evocan a recuerdos y sentimientos vividos en esos momentos. Son 97 fotografías las que están en la red gracias a las cuatro comunidades analizadas. Más del 50% de ellas son imágenes de los conciertos o de dj's mezclando música.

En estas imágenes se muestra el ambiente que rondó un evento, se observa personas bailando, el dj en acción, diversos tipos de luces, la forma del escenario, etc. Es importante señalar que existe un rasgo peculiar en estas fotografías y es que en la mayoría se observan colores neones, los cuales mezclados con fondos negros muestran una escena futurista.

“Los colores neones en uno toque te ayudan a estar en trance con la música. Las luces influyen mucho en eso... por eso yo creo es que subimos este tipo de fotos. Además de que te recuerdan a la fiesta” (comentario de Edmundo Torres, miembro de Velvet Promotions e Istmo Music).

Quienes incluyen las fotografías en las comunidades son los creadores de los grupos, así como los miembros de estos, y en ellas se destaca comúnmente el mensaje que indica, el nombre de la fiesta, el dj y la fecha, como por ejemplo: Istmo Nights w/ Marco V & Santiago Nino - Nov. 2007; Heatbeat & Thrillseekers @ Istmo Nights Jul. 2007; Lentini & Castillo (Progressive House) LIVE @ Disco Clash, 18 Mayo.



En este sentido, el conocimiento de los símbolos, de acuerdo a Berger y Luckman (1968) “se halla en el corazón de la dialéctica fundamental de la sociedad: "programa" los canales en los que la externalización produce un mundo objetivo; objetiviza este mundo a través del lenguaje y del aparato cognoscitivo basado en el lenguaje, vale decir, lo ordena en objetos que han de aprehenderse como realidad” (p. 89). Pero todo este proceso de conocer y aprender los símbolos da paso a la última de etapa de la institucionalización: la *internalización*.

Socializando en la cultura electrónica virtual

La internalización es el proceso “por el cual el mundo social objetivado vuelve a proyectarse en la [conciencia](#) durante la [socialización](#)”, y es considerada como la “aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento [objetivo](#) en cuanto expresa significado, o sea, en cuanto es una manifestación de los procesos subjetivos de otros que en consecuencia se vuelven subjetivamente significativos para mí” (Berger y Luckman, 1968, p. 165). Esto significa que una vez que el individuo está habitualizado a las pautas de comportamientos, a los símbolos y significados estos le generan sentido.

Esto les posibilita socializar con otros individuos que han pasado por el mismo proceso, dando origen a la última etapa de la institucionalización que tendrá como clave el socializar.

En el caso de esta investigación, la socialización, que se da en Facebook, se desarrolla en base a la retroalimentación de los mensajes y la construcción de estos. Pero los procesos comunicativos están alejados del clásico esquema de emisor–receptor, y mucho más cercanas al concepto originario de la comunicación, que la ligaba a la comunión, la comunidad y el diálogo.

En el ciberespacio, la comunión se da en el sentido de que se crean comunidades con base a afinidades, intereses, gustos y conocimientos compartidos, como es el caso de las comunidades de música electrónica. Independientemente de la cercanía o lejanía entre los actores que las conforman, en el ciberespacio la distancia se modifica, y se mide en términos de participación, de cercanía afectiva y/o cognitiva como es el caso.

Las formas de comunicación son variadas, y no se excluyen otras formas de comunicación interpersonal “cara a cara”, lo cual desmiente las afirmaciones de que las nuevas tecnologías de información y comunicación obstaculizan la comunicación interpersonal. Más bien se da lo contrario, la Cibercultura amplía la comunicación y hace de ésta su forma básica de existencia.

“Me encanta Internet... la facilidad con la que podés hacer las cosas es increíble no se diga el tiempo que te ahorras y lo rápido que te podés conectar con los que querás sin necesidad de estar cerca.... Creo que es un gran invento” (Ricardo Castillo, administrador y creador de la comunidad Velvet Sessions).

En cuanto al concepto de información, la Cibercultura se organiza en base a la generación y recepción de información por parte de usuarios activos, a la vez emisores y receptores. De esta manera, cualquier individuo puede ser creador de información, rompiendo con la visión vertical y centralista de la sociedad de información. En el caso de Facebook, y específicamente de las comunidades estudiadas, este intercambio de información, a través de los espacios destinados para esto (The Wall, comentarios, etc.), se convierte en uno de los principales atractivos para los miembros de la comunidad.

“Una de las cosas que le gusta a la mara es postear mensajes o subir fotos. Lo que pasa es que sentís que contribuís a algo... y es chivo porque te podés dar cuenta de lo que otros piensan” (Ricardo Castillo, administrador y creador de la comunidad Velvet Sessions).

La Cibercultura también convive con la cultura “tradicional”, no la anula. Sin embargo, ha generado una serie de desplazamientos que han construido una nueva forma de organización social y cultural. Algunos de esos desplazamientos son el paso de la palabra escrita al predominio de lo audiovisual; el cambio de la visión lineal a una circular o espiral del proceso de comunicación; el regreso al concepto de comunidad como forma de organización social, etc. Esto se ve en Facebook, cuando se utiliza la aplicación de **mensajes**, en la que los officers envían a sus miembros información sobre toques y conciertos, creando de esta manera una especie de mini-sitio en el que las personas pueden postear textos de respuesta sobre la invitación. A continuación unos ejemplos enviados por los officers del grupo Itsmo Music:

Istmo Night Presenta a Dj Miguel Migs feat. Lisa Shaw El Salvador
 Live Vocal Performance. 'Those Things Tour'

Información

Informacion Sobre El Evento
 Nombre: Istmo Night Presenta a Dj Miguel Migs feat. Lisa Shaw
 Lema: Live Vocal Performance. 'Those Things Tour'
 Anfitrión: Istmo Music
 Tipo: Fiesta - Fiesta de Club

Lugar y Hora
 Hora de Inicio: Viernes, 29 de Febrero de 2008 a las 20:00
 Terminado: Sábado, 01 de Marzo de 2008 a las 2:00
 Lugar: Zanzibar
 Calle: Zona Rosa
 Ciudad/Población: san salvador, El Salvador
[Ver Mapa](#)


Información de contacto
 Email: istmomusic@gmail.com

Description

Come and join us for a night of the sexiest and funkiest show from around the globe! DJ + Live Performance by the worlds most seductively respected deep house and electronic artists, Miguel Migs, featuring the amazing and beautiful voice of New York's finest, Lisa Shaw. Opening will be Francis Davila, with a specially crafted and exclusive set of the most soulful house music.

Affiliations: Salted Music, Om Records, Naked Music.

Place: Zanzibar
 Date: Friday feb 29 2008
 Limited Space Available
 To reserve tickets email names to: istmomusic@gmail.com
 For Sale @ Zanzibar and Shews -Basilea starting Friday Feb. 15



Ante esta invitación los miembros postearon las siguientes respuestas, aquí se presentan algunas: *“ofooo conseguime entrada jaja te voy a kerer mas! mi dj favorito ;)”* (Nicole Castillo, 27 de febrero de 2008); *“iremos”* (Alessandra Dubon, 21 de febrero de 2008).

Esta aplicación también permite a los officer determinar cuántos miembros asistirán al evento, a través de la herramienta “Tu reservación”. Esto gracias a una herramienta que les posibilita hacer una especie de sondeo, en el que los miembros que reciben la invitación pueden responder si asistirán, tal vez asistirán o no asistirán. Para el evento que se puso como ejemplo el officer, Ofo Núñez sabía que 358 “podrían asistir” y que 1,323 personas no asistirían. A continuación la imagen de esta herramienta:

Tu reservación

No irás.

Asistiré

Tal vez asistas

No asistiré

RSVP

Otra información

- Los invitados están autorizados a traer amigos a este evento.

De esta manera, se presenta una forma de retroalimentación propia de la Cibercultura, en la que no es necesario estar cara a cara para obtener una respuesta. La barrera espacio-tiempo está completamente superada gracias a herramientas como esta. Es necesario mencionar que esta retroalimentación, como ya se ha explicado antes, los miembros no se ven obligados a responder.

Pero lo más importante es que la interacción está en el centro de estos cambios, donde se reafirma la posición de Berger y Luckman (1968, p. 39) acerca de la construcción social de la realidad: “La realidad de la vida cotidiana se reafirma continuamente en la interacción del individuo con los otros”. A partir de esto, las comunidades de música electrónica en Facebook requieren que sus miembros atraviesen un proceso de objetivación en el que el grupo deja de ser un simple sitio en la Web y se convierte en una institución en tanto que regula y orienta los comportamientos de los individuos.

La socialización en este caso perfila la realidad de los individuos y a ayuda a su mantenimiento. Es decir, que todos los miembros están consientes que para generar sentido en la comunidad tienen que adoptar ciertas pautas de comportamiento, ya sea a la hora de postear mensajes, subir fotos, o participar en foros. *“Yo ya se el tipo de info que voy a encontrar en el sitio, y también lo que se tiene que subir... por eso el grupo es de música electrónica, por que solo se habla de eso”* (comentario de Edmundo Torres, miembro de Velvet Promotions e Istmo Music).

Todo este proceso antes explicado (externalización, objetivación e internalización) permite entender a la cultura electrónica como algo más que un género musical y considerarla como una institución. Como afirman Berger y Luckman todo producto humano se institucionaliza y si se entiende a la cultura electrónica también como un producto humano se puede afirmar que la cultura electrónica se institucionaliza a través de la interacción con sus miembros.

Una vez que la cultura electrónica es asimilada como una institución, los individuos pasan a experimentarla como una forma de interpretar el mundo, una manera de vida.

La cultura electrónica como forma de vida

Otro elemento importante que influye en la construcción de la identidad de las comunidades de música electrónica en Facebook es la asimilación de esta cultura musical como una forma de vida. Aquí entra la importancia de un vínculo que garantice un estilo de vida común. Como cualquier comunidad social, las comunidades virtuales también necesitan de vínculos que permitan la interacción y la conformación de una comunidad. En esta investigación el principal vínculo que se entabla entre los miembros de las comunidades analizadas es su gusto por la música electrónica.

Esta se convierte en el punto común y de encuentro que va a posibilitar la existencia de la comunidad. Para la mayoría de sus miembros este género musical va más allá de los sonidos o las fiestas y llega a ser una forma de vida, de convivencia, de hacer amigos y de interacción. *“Yo vivo de la música electrónica. Aunque en nuestro país no es el trabajo mejor pagado, yo vivo de esta música, porque es mi estilo de vida y actuó con la música”, “Las comunidades son las que permiten mantenerte al tanto de lo que ocurre en la escena, ya que a través de estas compartimos música, información, discos, noticias y eventos”* (Alejandro Martínez, dj nacional y creador de Beats & Drums en Facebook).

Otro vínculo importante, además del musical, es la fascinación que tienen sus miembros por la tecnología y lo relacionado al mundo digital.

Por ejemplo: *“Yo amo lo digital y análogo, mi primo es Dj y uff no saben como me divierto con su tornamesa pero como no tengo \$ pues no puedo costear una les mando a todos los Ravers...PLUR”* (Mensaje de José Daniel Caro, 22 de agosto de 2007, “Amantes de la música electrónica”). *“No es un entretenimiento (conectarse a la red), así como me*

alimento y me baño así tengo que estar conectar. Si no me conectó me desespero. Es como si estuviera afuera del mundo sin saber que es lo que está pasando. No podría vivir sin conectarme, sería muy difícil para mí. Yo creo que nadie puede vivir sin internet” (Alejandro Martínez, dj nacional y creador de Beats & Drums en Facebook).

Esta relación constante con la tecnología hace que Facebook se convierta en uno de los espacios predilectos para expandir la cultura electrónica. Pero también Facebook e Internet, en general, influyen de manera significativa en la construcción de la identidad.

Y es que en la Web el “yo” se convierte en un “yo” descentralizado, múltiple y fluido, tal y como lo explica Turckle (1997). Se puede estar en diferentes sitios de la Web y en cada uno expresar un “yo” distinto. Con esto, no nos referimos a que el individuo tiene problemas de personalidad, sino más bien que tiene la posibilidad de ejecutar diferentes “roles” a la misma vez. En el caso de Facebook, la persona tiene la ventaja de unirse a diferentes comunidades con las que tenga en común distintos gustos o formas de ser. Por ejemplo, un individuo puede ser miembro de una comunidad de música electrónica y la vez miembro de una comunidad que muestre gusto por algún deporte u otra actividad.

De acá el éxito de este espacio en la Web. La cantidad de redes virtuales y sociales que un individuo puede entablar son innumerables. Y en cada una de estos vínculos que se generan se deja ver un rasgo de identidad, que le ayuda al miembro de la comunidad a crear ese sentido de pertenencia, que aunque se den en un espacio virtual no dejan de ser sentimientos reales y profundos. *“Sí siento que formo parte de una red en el mundo y que con ellos (los miembros de la comunidad virtual) estoy conectado en base a mis ideas”* (Alejandro Martínez, dj nacional y creador de Beats & Drums en Facebook).

La identidad entonces en Facebook está condicionada por el tipo de grupos o comunidades a las que el individuo pertenece. Ahora bien, como se explicó anteriormente el sitio personal será un factor de referencia, que permite crearnos, lo que se conoce en las relaciones cara a cara como “primera impresión” sobre una persona.

Estamos ante una nueva forma de hacer sociedad, de concebir al actor social y por supuesto, ante una nueva era de construcción de identidad en la que las limitaciones temporales y espaciales han dejado de existir.

Además de expresar este vínculo, en Facebook la experimentación de la cultura de la electrónica se evidencia en que cada miembro tiene ciertas preferencias que determinan



su estilo acá se resaltan los grupos de música electrónica a los cuales están suscritos. Por ejemplo, en el sitio de Cristina Campos, miembro del grupo Istmo Music se encuentra una serie de grupos a los que ella se ha unido y que tienen que ver con la música electrónica. Entre estos se mencionan los siguientes: ADream Music, Daft Punk, The Progressive, Progressive House Mixes Central, Electro, Progressive House Lovers, etc. A continuación la imagen en la que se observa el resto de grupos.



“Me uno a estos grupos porque me interesa la música que ahí encuentro. Además como esta lista aparece en mi perfil, las demás personas se dan cuenta qué tipo de música escucho (...) con estos grupos me siento más identificada con la gente que le gusta la cultura electrónica” (comentario de Cristina Campos, miembro del grupo Istmo Music).

Otra forma de experimentar la cultura electrónica desde Facebook es a través de las herramientas que permiten colocar videos de conciertos o videos musicales de Dj’s.

También gracias a los links que otros miembros postean para descargar música o visitar otros sitios siempre relacionados a la cultura. Por ejemplo, los siguientes links fueron posteados en el sitio de Istmo Music:

Paul Davies (Bristol) escribió

A las 9:57 del 23 de octubre de 2007

http://www.composurerecords.co.uk/Paul_Composure_October07_mix_192.mp3

• • •

Fernando Kriete escribió

A las 19:17 del 26 de octubre de 2007

<http://www.youtube.com/watch?v=PjTU67fP8zE>

La cultura electrónica y la figura del Dj

El último elemento en la construcción de la identidad en Facebook (para las comunidades de música electrónica) es la figura del Dj. Se observó que el Dj es una figura dominante y trascendental para el funcionamiento, no solo de los grupos en Facebook, sino de la cultura electrónica virtual. A continuación se analizará las diversas facetas del Dj dentro de las comunidades en Facebook.

Dj como administrador

Para entender la función del “administrador” es importante primero explicar cómo, en Facebook, se establecen los roles y la jerarquía dentro de los grupos.

Cuando un individuo o un grupo de personas con intereses afines deciden formar su propia comunidad virtual en Facebook debe primero crear su sitio personal y luego entrar a la opción “*create a new group*” (crear un nuevo grupo). La persona que da este paso de formar el grupo se convierte, de acuerdo a los términos establecidos por Facebook, en el “*officers*” (creador) o, bien, puede optar por el cargo de “*administrador*”.

El officer es el creador del sitio, la persona que tomó la iniciativa de formar una comunidad en Facebook; mientras que el administrador es aquel que no necesariamente creó el sitio, pero que se encarga de mantenerlo actualizado y en constante renovación de información, videos, fotografías, noticias, etc. Existen comunidades, en las que el creador hace también las veces de administrador. Un creador puede autorizar a cuantas personas quiera para se conviertan en administradores. Son fáciles de ubicar en el sitio porque la estructura en Facebook le otorga un espacio físico ubicado en la parte superior derecha del sitio.

Officers

Fernando Kriete (El Salvador)
Administrator

Ofo Nunez (El Salvador)
President

Related Groups

STANZA

Entertainment & Arts - Nightlife

Por cada persona que se meta voy a donar \$1 a la TELETON!

Organizations - Philanthropic Organizations

El Salvador After Hours

Entertainment & Arts - Nightlife

NO A LA DESTRUCCION DEL ARRECIFE DE EL SALVADOR

Organizations - Volunteer Organizations

EL SALVADOR....IMPRESIONANTE...
.....VIVELO !!!

Geography - Countries

Group Type

This is an open group. Anyone can join and invite others to join.

Admins

■ Ofo Nunez (El Salvador)

“Ser un administrador no significa que tengas el control total de lo que aparece en el sitio, pero quiérase o no sos el responsable de que hayan actualizaciones y de que la mara intercambie información” (Ricardo Castillo, administrador y creador de la comunidad Velvet Sesions). Aquí cabe destacar que tres de las cuatro comunidades analizadas han sido creadas y son actualmente administradas por Dj’s, por lo que, se observa el protagonismo del Dj en impulsar estas comunidades virtuales. Además este hecho hace que los grupos se conviertan en medios para publicitar sus productos. Pero este punto se explicara más adelante.

Ahora bien, quiénes hacen que toda la comunidad funcione y se desarrolle en la Web son los miembros que la conforman. Estos son importantes porque son quiénes comentan en los foros, “postean” sus mensajes y quienes dan sus opiniones en el grupo. Sin ellos, no se daría en la comunidad, el intercambio de símbolos ni de significados.

En Facebook, cualquiera que tenga su sitio personal puede optar por incorporarse al grupo o comunidad que desea. Para esto Facebook habilita la opción de “*search*” (búsqueda) en la que una persona escribe las palabras claves para encontrar algún grupo en específico. Otra forma de encontrar la comunidad que se desea es a través de los otros contactos o amigos. Por ejemplo, si alguien observa en el sitio de un contacto un grupo al cual le interesaría unirse simplemente entra al sitio de la comunidad y luego ingresa en la opción “*join group*” (unirse a grupo) y pasa a ser oficialmente miembro del grupo.

Esto significa que cualquiera puede incorporarse al grupo que desea y los creadores y administradores no pueden intervenir en este proceso. Es decir, no pueden seleccionar quienes forman parte de la comunidad y quiénes no. A pesar de esta limitante los Dj’s sí son los dueños del contenido que se publica en los sitios.

Dj como líder

En este apartado se aborda la faceta de líder que tienen los Dj’s dentro de las comunidades en Facebook. Como ya se analizó en los grupos existe una jerarquía “básica” (creador o administrador y miembros en general) pero también existe otra distinción relacionada al conocimiento de la música electrónica. Por un lado, podemos identificar aquellos miembros que se incorporarán a un grupo porque comparten significados, formas de pensar e ideologías. A estos, los officers les han denominado “miembros activos”, que son los que participan en los foros, posteando comentarios, suben fotos y videos, etc; mientras que hay otros miembros que se unen a la comunidad, pero no participan ni se involucran en la misma, a estos se les han denominado “miembros pasivos”.

Los creadores están conscientes de esta situación. *“No me parece mucho la mara que se mete nada más porque lo ve como una moda o como que es otro grupo más.... No entienden de lo que uno habla o de lo que significan ciertas cosas para nosotros”* (Alejandro Martínez, dj nacional y creador de Beats & Drums en Facebook); *“para nosotros es evidente cuando alguien es pasivo...sobre todo cuando comienzan hablar de Dj’s muy comerciales osea de los más populares o corrientes (...) hasta cierto punto sí molesta un poco que estén en el grupo porque en el fondo pues... no entienden la cultura electrónica”* (Ricardo Castillo, administrador y creador de la comunidad Velvet Sessions).

En espacios como Facebook, intercambiar información es importante, y las en las comunidades analizadas, el conocimiento sobre el tema se convierte en un medidor que

permite diferenciar quienes están más involucrados y quiénes no. Para comprender esta importancia del dominio de información se retoma nuevamente las ideas de Berger y Luckman (1968) “Dado que dicho conocimiento se objetiva socialmente como tal, o sea, como un cuerpo de verdades válidas en general acerca de la realidad, cualquier desviación radical que se aparte del orden institucional aparece como una desviación de la realidad, y puede llamársela depravación moral, enfermedad mental, o ignorancia a secas” (p. 89).

“Cuando platicas con ellos y les preguntas por algo que no salga en algún medio de masas y que no sea de la radio o de la tele no saben nada. No saben diferenciar los géneros ni conocen más allá de lo que aparece en los medios” (comentario de Edmundo Torres, miembro de Velvet Promotions e Istmo Music).

Esto se vincula con lo planteado por Berger y Luckman (1968), cuando afirman que el conocimiento se construye y reconstruye con el “otro”, ya que entre más información tenga un individuo, más reafirma su identidad y más participa de la comunidad, comparado con la escasa información que tienen los “otros” que se involucran pasivamente. Entonces el conocimiento se convertirá en un elemento que permite hacer otra jerarquización interna entre “los que saben” y “los que no saben”.

En Facebook, esto se observa en los foros de las comunidades de música electrónica, en donde se discuten temas “especializados”, en los que participan únicamente los que “conocen” del tema, dejando en evidencia a aquellos “miembros pasivos” que confirman la identidad de los individuos “activos”. Aquí se puede mencionar lo que sucedió en sitio “Amantes de la música electrónica” cuando el 31 de agosto de 2008, el officer del grupo posteo en el foro la siguiente pregunta *“House, Techno, Trance o Dance u otro... ¿con cuál se quedan?”*. Evidentemente, esa pregunta no puede ser contestada por aquellos que desconozcan los géneros sobre los cuáles se está interrogando, se tiene que tener al menos una idea sobre las diferencias entre estos. No puede participar cualquiera.

Esto se observó en las respuestas que se obtuvieron en el foro. Hasta el momento se han obtenido 13 respuestas. Si se considera el número total de miembros que es de 288 se puede determinar que han sido muy pocas respuestas. Aunque es difícil comprobar que esta poca participación esté relacionada con desconocimiento del tema tampoco se puede negar que esa falta de información haya influenciado, en cierta medida, en la cantidad de respuestas. A continuación se presentan algunos de los comentarios posteados para

responder a la interrogante. Ahí se observa también que quienes participan lo hacen porque tienen dominio del tema:

“Yo me quedo con el house, aunque siempre estoy abierto para otras tendencias...” (Juan David Sarmiento, 31 de agosto de 2007); *“Yo opto por el Trance, es lo mejor!! Me fascina el Chillout Trance, Vocal Trance y más que todo el Trance en general...”* (Javier Morales, 3 de septiembre de 2007); *“bueno está difícil sería el trance mas que todo pero si se mete dance obviamente y house minimal tech”* (Rodrigo Valdés, 6 de septiembre de 2007); *“TRANCE toda la vida, pero tmb me encula el Progressive House y el chill out”* (José Cajas Rivera, 22 de octubre de 2007); *“A mí me van bien todas las tendencias, pero el electro house está bien de pu...”* (Rodrigo Acuña, 11 de noviembre de 2007); *“Me quedo con el Techno, sin duda! Eso si, como a todo el mundo me gusta todo lo bueno, asi que no descarto irme a una fiesta de trance, house, prog-house, polka.....jajajaj!!”* (Rafel Camacho, 17 de febrero de 2008).

En esta misma línea, quienes más conocimiento poseen tienen el poder de influir en la dinámica de las comunidades. Aquí es donde el Dj resalta como figura de líder. Los Dj's son los que más dominan información, y esto les da un lugar especial dentro de los grupos. Y es que un Dj para un fanático de la música electrónica, dependiendo del género que más le gusta, es una figura de respeto y de autoridad dado por los conocimientos que tienen sobre la música electrónica. El rol del Dj tiene tanta importancia e influencia en la Web como en el mundo real. De hecho muchos llegan a ser admirados por los seguidores de esta música.

Por ejemplo: *“Hey ofo, gracias por agregarme como amigo. Me gusta mucho la música que tocas. Saludos”* (Mensaje escrito por José García Castillo, el 21 de diciembre de 2007, en el sitio personal en Facebook de Ofo Núñez, dj salvadoreño). Aquí se observa la importancia del rol del Dj, a tal grado que el usuario le agradece que lo agregara como amigo.

En las comunidades de música electrónica de Facebook, quien tiene el conocimiento se convierte en un líder; el Dj tiene que tener el conocimiento necesario que le permita crear música, sitios y dar sus opiniones. A partir de esto, puede afirmar que el Dj es un líder. Este liderazgo, como se ejemplifica en el párrafo anterior, hace que muchos

miembros admiren a los Dj, dándoles de esta manera otro estatus dentro del sitio y en el mundo real.

A partir de este análisis resulta importante destacar que ese “saber más” genera dentro de los grupos una especie de “jerarquía”, que permite detectar una clara distinción y clasificación social. Como explica, el estudio *El estructuralismo genético y los estilos de vida: consumo, distinción y capital simbólico en la obra de Pierre Bourdieu* de Luis Enrique Alonso, para Bourdieu existe una “percepción crítica de la estratificación social y de las prácticas estéticas y de consumo que es ya fundamental (...) y que revela la cosificación de la distinción social y de la estructura de clase, enmarcándola en un mapa organizado de estilos de vida con valores de clasificación y reproducción diferenciados” (p. 35).

Este “tener más información” o “saber más” entonces influiría en las prácticas de consumo que hagan los diversos miembros de las comunidades electrónicas en Facebook. Y por lo tanto, tiene relevancia a la hora de reproducir la cultura de música electrónica y por supuesto la manera en que se accede a esta. Es decir, por ejemplo, son los Dj’s quienes poseen los recursos necesarios para asimilar la música electrónica de manera diferente. Se requieren diversos recursos para adquirir una “mixer” (máquina para mezclar y componer música), organizar conciertos que implica tener contactos para el patrocinio, etc. Desde aquí se visualiza, mediante la figura del Dj, una clara diferenciación de clase que va más allá de la pantalla de la computadora para trasladarse al mundo real y económico.

La lucha de clase en la comunidad virtual radica no sólo en quién tiene más capacidad para obtener información y por ende, conocer más, sino más bien en las condiciones que tiene cada miembro de la comunidad para acceder a la información (capacidad tecnológica, digital, educativa, etc.). Tal como lo explicó Alonso “para Bourdieu las clases dominadas perpetúan una lucha competitiva que eterniza no unas condiciones diferentes, sino la diferencia de las condiciones” (p. 15). Afectando de esta manera la forma en la que cada miembro de la comunidad consume el producto que es la música electrónica. Los Djs viajan, tienen contactos con internacionales, se dedican a producir música electrónica, mientras que los miembros comunes no. Por lo tanto, los Djs consumen este género musical de otro manera, en otro nivel. Al verse obstaculizado este tipo de consumo más “directo”, es cuando resalta la figura del Dj como expresión misma

de la música electrónica convirtiéndose así, para los miembros, en “celebridad consumible”.

Dj como “celebridad consumible”

Para comprender esta construcción de “celebridad consumible” se retomara la idea del “*self*”, propuesta en la teoría del Interaccionismo Simbólico. Si se parte de la premisa de que el self “requiere ser miembro de una comunidad y conducirse según las actitudes comunes a la comunidad” (George Ritzer, 1993), podemos asegurar que en una comunidad virtual, como las estudiadas en esta investigación, existe una serie de *selves* que buscan ser parte de un cuerpo social significativo.

En este caso las comunidades virtuales de música electrónica están conformadas por miembros que buscan actuar de una manera común a los demás individuos que constituyen el grupo. Por esto, no resulta extraño encontrar en el sitio mensajes de los miembros en los que éstos se refieren a ellos mismos como “nosotros”, indicando así una clara contraposición con “otros” (alter). Por ejemplo: “*expandamos el virus de la música electrónica*” (5 de noviembre, Istmo Music); “*cinco años y seguimos adelante, gracias al apoyo del público que nos visita y los miembros del foro, también se agradece a la confianza de los distintos bares y el de la promotoras*” (26 de octubre, Velvet Promotions).

Esta idea sobre los “otros” es lo que Goffman (1959) denomina “audiencia”. Y es que el análisis que realiza Goffman sobre el self se aplica, perfectamente, para entender como los jóvenes construyen o su identidad en la Web, o que al menos realizan procesos de identidad importantes, se ven a ellos mismo como actores en una escena, en este caso, “virtual”.

Para Goffman (1959) el self “es un efecto dramático que surge difusamente en la escena representada”. La escena es el espacio virtual, Facebook. Los actores son los miembros de las comunidades de música electrónica, que buscan convencer a la audiencia de que realmente conocen lo relacionado a la música electrónica y de esta manera reafirmar su sentido de pertenencia que los lleva a concebir la realidad. En este sentido, el papel los Dj’s influye nuevamente en la construcción de la identidad porque serán estos quienes dan la pauta sobre como es un “self electrónico” y sus sitios son el espejo que a través del cual

se vive y se muestra dicho self. Para explicar esto se utilizará como ejemplo el sitio de Ofo Núñez, Dj salvadoreño.

Sin lugar a dudas los Dj's realizan en su espacio virtual una "actuación" con la que pretenden dejar claro, a través de símbolos, lenguajes, fotografías, etc., quiénes son. Facebook se convierte, siguiendo las ideas de Goffman (1959), en un "escenario" inmenso, ilimitado y atemporal. Ahí los "actores" no necesitan hacer gestos como en el mundo "real", sino que también tienen que crear toda una "escenografía" que nos haga creer que ese self es realmente quién dice ser.

Uno de los elementos de la escenografía en Facebook son los **mensajes** que postean los contactos o amigos en los sitios de los Dj's. Así se encuentran textos como: "*muy buenas ofo que tal me cuenta mi primo que tenés una agencia de dj o algo así te oí en armin y mis felicitaciones tocas bn chivo*" (Rodrigo Lobo, 20 de abril de 2007); "*que dice el mero dj, felicidades por el éxito bro y keep going. peacee, lil abe*" (Abraham Saca, 4 de mayo de 2007); "*ofu ayer sí que te pelasteee!! tocaste chiviiiiimoooo, te felicitooo :)!!*" (Diana Martínez, 14 de mayo de 2007); "*ofu sos lo máximo!!!! tronaste con todo ayer. . . siga adelante! :)*" (Deborah Archer, 13 de mayo de 2007). En el sitio personal de Ofo Núñez se pueden identificar 150 mensajes en su wall y más del 80% están relacionados con la música electrónica y muestran la admiración que sienten los seguidores de este género por la música que Ofo Núñez produce.

Los mensajes contribuyen en la construcción del self y su riqueza radica en que son opiniones de otros miembros de la comunidad. Es decir, son percepciones que la gente tiene, en este caso, de Ofo Núñez y que dan un aporte significativo a la escena que este Dj construye en su sitio.

Otro de los elementos que influye en la construcción del self está relacionado con una aplicación que la red Facebook posibilita y es la "**Nicknames**". Esta aparece en la parte principal del sitio personal y ahí los contactos escriben "apodos" o sobrenombres que quiérase o no dan una idea sobre el individuo dueño del sitio. En la página personal de Ofo Núñez se ubicaron los siguientes nicknames: "Dj", "el dj", "Mi dj personal", etc. A continuación un la imagen de cómo se presentan los nicknames en Facebook:

▼ Nicknames agregar

22 Nicknames

ofo by
dj by Enrique Mena
Dj by Jessica Henriquez
ofo by
Ofin by Rebecca Fernandez Taylor
Don Ofó by Massimo Ceresole
Núñez by Alicia Flores
Ofizzz by Maria Venus Criado
ofo by Alejandro Letran
fosforo núñez by Rafael Mejia W
Mi dj personal by Fernando Cuenca
GO HOME! by Diane Marcella Martínez
Ofo by Aaron Hernandez
ofo by Deborah Archer
secret weapon by Roberto Moreno
Ofo Morgan! by Fernando Kriete
el Dj by Juan C. Paredes -PATITAS-
el Dj by Juan C. Paredes -PATITAS-
el Dj by Juan C. Paredes -PATITAS-
ofation by Salvador Rodriguez
ofation by Salvador Rodriguez
ofation by Salvador Rodriguez

Nickname | Friends | Style

El tercer elemento de la escenografía está relacionado con lo visual. Aquí entran *las imágenes* que el individuo postea de sí mismo. En el caso de Ofo Núñez se encuentra una imagen animada personal elaborada por él mismo. Se presenta vestido de negro, con lentes oscuros y con un cigarro en la boca. El dibujo se presenta a continuación:



Es importante resaltar que de todos los accesorios el más utilizado por los Dj son los lentes oscuros. “Lo que pasa es que con los lentes de volada te sentís imponente... y pues es una forma de sentirte en la onda, pienso que te da carácter sobre todo en la escena electrónica” (Alejandro Martínez, dj nacional y creador de Beats & Drums en Facebook).

La siguiente es una fotografía de Alejandro tomada para elaborar uno de sus flyers promocionales:



Los lentes serán entonces un símbolo importante en el género de música electrónica y en Facebook; fotografías como estas es común encontrarlas en los sitios personales de los Dj's.

Es importante señalar que las herramientas en el sitio ayudan a mostrar el “ego” de los djs, y se evidencia esa necesidad de darse a conocer, por medio de los comentarios que postean y a la forma en que se refieren a ellos mismos. Por ejemplo, Ofo Núñez posteo, en diciembre de 2007, la siguiente frase: *“Anyone can beat-match... Only a Few will be Dj's”* (cualquiera puede mezclar beats... solo unos cuantos serán Dj's). Con ella se muestra que él considera que no todas las personas pueden llegar a “un nivel de Dj”, y si se parte de la idea que él mismo se considera un Dj, entonces se podría asegurar que, de acuerdo a su percepción, él se encuentra en un nivel “superior”.

Otro aspecto en el que se observa este “ego” es en cuanto a la música que componen. Por ejemplo, cuando se habló con Ricardo Castillo (administrador y creador de la comunidad Velvet Sessions) y se le preguntó sobre la posibilidad de grabar un disco y firmar con alguna productora este contestó: *“hasta q no saque full calidad en todas las rolas q hago no voy a firmar”*. Dejando ver que no ha firmado aún con una productora porque todavía no ha alcanzado “la calidad” que desea.

Ahora bien, las comunidades en Facebook no solo sirven el self o la pantalla del Dj, sino que también esta es considerada como herramienta para que estos músicos den a

conocer sus canciones y promocionen sus toques. Por ejemplo, los mensajes que se presentan a continuación:

“Alejandro Martínez parte a Sur América

A miembros de Beats n Drums

El dj y productor salvadoreño Alejandro Martínez parte de nuevo hacia Sur América para realizar su segunda gira de presentaciones en esta región.

Martínez viaja al cono sur, específicamente a Chile y Argentina, donde hará cinco presentaciones del 23 de noviembre al 1ro de diciembre. Cuatro fechas se llevarán a cabo en discotecas reconocidas de estos dos países donde el dj y productor podrá mostrar nuevamente su sonido “funky - techy eclectic house”, en discotecas de mucho prestigio de la escena electrónica de la región.

Una de las fechas más importantes en la agenda de Alejandro será el 30 de noviembre, ya que este día se llevará a cabo el primer Festival Latinoamericano de Música Electrónica, denominado “Urban Fest D.L.A.”, en el cual se presentarán de forma exclusiva los mejores exponentes del continente.

Este festival, apoyado por el portal de cultura electrónica líder en la región, DLA-Dancelatinoamerica.com, es una propuesta que ofrecerá el talento de artistas seleccionados provenientes de Brasil, Argentina, Uruguay, El Salvador, Chile y Suiza únicamente.

Agenda Gira 2008 Ale”

Este mensaje fue enviado el 17 de noviembre de 2007 y fue dirigido a todos los miembros de Beats n Drums.

Otro ejemplo, enviado desde mismo sitio:

“A dos semanas de haber regresado al país, Alejandro Martínez de gira hacia México

A miembros de Beats n Drums

Alejandro Martínez no pierde los últimos días del año para mantener vigente el movimiento electrónico nacional y parte hacia México para realizar presentaciones en diferentes clubs de esta república”.

En esta misma línea de promoción se retoma el tema de los flyers que se explicó anteriormente. Estos son utilizados por los Dj para promocionar sus fiestas y la mayoría son



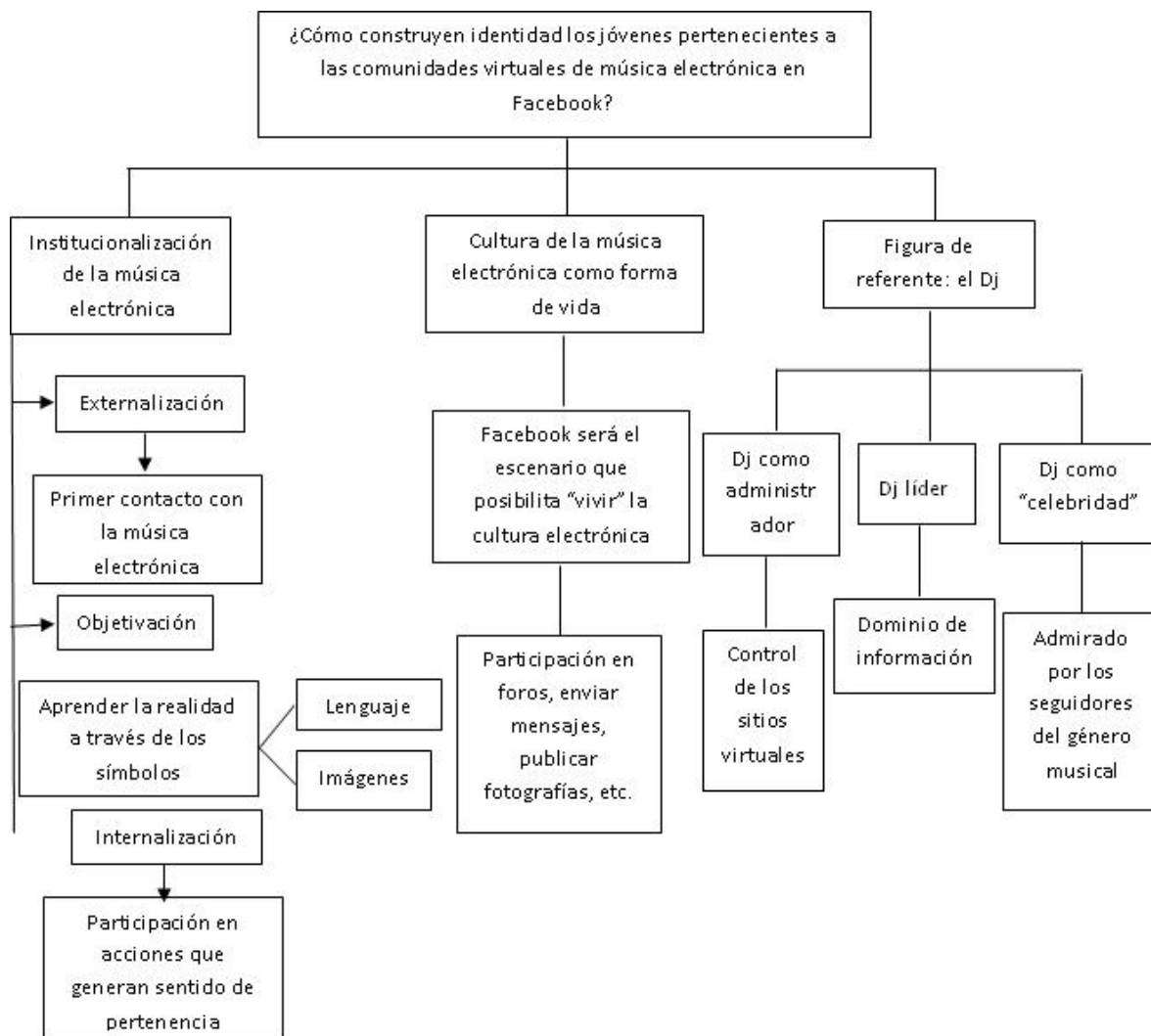
posteados en la sección de fotografías del sitio, o bien se envían a través de la aplicación de “mensajes” a todos los miembros del grupo. De igual manera se promocionan en la aplicación de “crear eventos” donde los miembros confirman su asistencia a la actividad. Aquí se presenta un ejemplo de estos flyers:



A partir de la investigación realizada, se considera que en Facebook el self debe esforzarse más por expresar quién es, ya que las primeras impresiones se crean a partir del sitio personal o individual y para que la audiencia se crea, completamente, la “actuación” del self este sitio debe ser, en cierta medida, coherente con el grupo o comunidad a la que pertenece. En el caso de las comunidades de música de electrónica los selves que se construyen a partir de la pantalla del Dj son esenciales para crear estas primeras impresiones tan importantes en la creación de identidad virtual.

Como se ha explicado, el proceso para construir identidad en la Web pasa por diversas etapas. En el caso de las comunidades virtuales analizadas el conocimiento o el dominio de la información sobre la música electrónica será el punto clave para institucionalizar la cultura y asumirla como forma de vida, lo que permitirá crear jerarquías y líderes que hagan funcionar a la comunidad.

Esquema resumen:



Conclusiones

Estamos ante una nueva etapa de la era digital que ha facilitado, a través del surgimiento de espacios en la Web, las formas de interacción entre los cibernautas. Ahora el Internet ya no solo sirve para buscar y obtener información, sino que se ha convertido en una plataforma que impulsa todo tipo de relaciones sociales.

Esta nueva fase es conocida como “Web 2.0” y se caracteriza por ser, más que tecnología, una actitud. En esta transición de Internet la prioridad es la interacción con los usuarios, a diferencia de la versión tradicional de esta que era más estática y que únicamente cumplía con la función de otorgar y comunicar información.

Un ejemplo de estos nuevos espacios es el sistema de comunidades en red Facebook. En este espacio, uno de los elementos más importantes es la posibilidad que tienen los usuarios para crear grupos y perfiles propios que se distinguen de los demás.

Para entender cómo funcionan las comunidades en Facebook, se investigaron cuatro grupos creados a partir de un elemento común: la música electrónica.

Se eligieron éstas comunidades como muestra para comprender la pregunta principal de este estudio: ¿Cómo construyen su identidad los jóvenes en el espacio virtual Facebook? En la investigación se encontraron ciertos elementos que podrían explicar lo anterior.

El primero de ellos es la transformación de la cultura de música electrónica en institución. Esto a través de un proceso caracterizado por tres fases: la externalización, la objetivación y la internalización. La clave en esta institucionalización son los símbolos y el intercambio de estos para la generación de sentido. Serán importantes entonces para la identidad en las comunidades virtuales las fotografías, el léxico, colores, etc.

En la segunda parte se profundizó en aquellos elementos que llevan a los individuos a vivir la cultura de la música electrónica desde Facebook y las herramientas que posibilitan experimentar esa cultura desde la red. Aquí se retoma la variedad de grupos de esta cultura, los videos y links posteados por los miembros. La participación en esta cultura, el poner en práctica valores y hacer que realmente los símbolos que se generan en la Web también adquieran significación en el mundo real. En el caso de esta investigación será Facebook el instrumento no solo a través del cual se vive la música electrónica en la Web (como ya se



mencionó mediante videos, enviar mensajes, etc.), sino que posibilita la práctica de esta cultura en la vida cotidiana de los miembros. Por ejemplo, invitaciones para los conciertos. Estas son vistas en los sitios de la comunidad, son comentadas por los miembros utilizando herramientas como mensajes o comentarios. Pero la acción concreta de vivir el concierto se da en el mundo real, para luego ser nuevamente compartido en el sitio Web posteando en el sitio de la comunidad fotos u opiniones sobre el evento.

Toda comunidad requiere de una figura guía. Las comunidades virtuales no son la excepción y en el caso de los grupos analizados será la figura del Dj la que se asume ese rol. Gracias al análisis se detectó una serie de facetas que este personaje asume como: administrador, es decir aquel encargado de controlar el sitio Web; como líder, cuyo dominio radica en el conocimiento que posee de la cultura electrónica. Creando acá una jerarquización muy peculiar que deja ver cómo a pesar de tratarse de comunidades virtuales, el mundo real también influye dejando revelando la clara ventaja que tiene aquellos miembros con más recursos económicos y tecnológicos sobre aquellos los tiene menos o limitados. Por esto, los Djs, al tener ese acceso libre a la información y conocimiento se convierte ante los ojos de los miembros “comunes”, “celebridades consumibles”. Para entender esta faceta se tomó como base las ideas del self propuestas por el Interaccionismo Simbólico y Goffman.

La idea de la existencia de un “self” ayuda a comprender que los individuos de los grupos requieren de actitudes comunes para definirse a sí mismos. De acá que en sus sitios se refleje concepción diferenciada con los “otros” que no pertenecen a esas comunidades.

Aquí resulta importante destacar que Facebook, en general, también permite que un usuario puede presentar las diversas facetas de su personalidad a través de su integración a diversos grupos y el tipo de aplicaciones que cada agrega a su sitio; presentando de esta manera diversos “selves” y por lo tanto, la existencia de procesos de construcción identidad similares a los de la vida “offline”.

Es importante mencionar que en la mayoría de grupos debe existir, entre los miembros, un vínculo que los una; en el caso de ese análisis, el lazo común es la música

electrónica, por esto se considera que sin la presencia de este elemento común sería casi imposible la existencia de una comunidad virtual.

Bibliografía

ALONSO, L. “*El estructuralismo genético y los estilos de vida: consumo, distinción y capital simbólico en la obra de Pierre Bourdieu*”, Navarra, España.

http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c_lecciones/LM-Alonso-consumo.PDF

BERGER, P. & LUCKMAN, T. (1968). “*La Construcción Social de la Realidad*”, Amarrourtu Editores, Buenos Aires.

BROUGHTON, F & BREWSTER B. (2003). “*Manual del Dj. El arte y la ciencia de pinchar discos*”.

BRUCKMAN, A. (2006). “Identity Workshop: Emergent Social and Psychological Phenomena in text based virtual reality”.

BUCKINGHAM, D. (2000). “*After the Death of Childhood*”. Cambridge: Polity Press.

CASTELLS, M (1996). “*El surgimiento de la sociedad de redes*”. Consultado en octubre 2007. <http://www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/Castellscap6.html>

CHARON, M (1992). “Symbolic Interactionism: An introduction, an integration”. Nueva Jersey. Estados Unidos.

CUBILLOS, M, (2006). “Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en biblioteconomía y documentación”. Chile.

Editorial Océano, (1988). “*El mundo de la Computación*”, Volumen 1 Impreso Columbia

GALINDO, J. (2004) “Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada”, México.



GAMERO, M. (2007). "Cibersociabilidades juveniles: hacia la construcción de nuevos mundos compartidos". Chile.

GEERTZ, C. (1994). "Conocimiento local: ensayos sobre la interpretación de las culturas". Ediciones Paidós Ibérica.

GIBSON, W. (1984). "Neuromancer". New York: Ace Books.

GIBSON, W. (1987). "Count Zero". New York: Ace Books.

GIDDENS, A. (1991). "Modernity and self identity: self and society in the late modern age". Londres, Inglaterra.

GLASER G. & STRAUSS L. (1967) "Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research"

GOFFMAN, E. (1959). "The presentation of self in every day life". Nueva York. Estados Unidos.

GROS, B. (2003). "De la cibernética clásica a la Cibercultura: herramientas conceptuales desde donde mirar el mundo cambiante", en Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, revista electrónica de la Universidad de Salamanca, Volumen 2, 2003. Consultado en octubre de 2007. http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_02/n2_art_gros.htm

GUTHRIE, W.K.C. (1953). "Los filósofos griegos: de Tales a Aristóteles". México

HABERMAS, J. (1988). "Pensamiento postmetafísico". Madrid, España.

HAMMERSLEY, M. & ATKINSON, P. (1994). "Etnografía". Barcelona: Paidós.

• • •

HERRERA RUIZ, P. (1997). “La cibernética y la construcción de una visión alternativa del mundo”.

Retrieved from ""

HINE, C. (2004). “*Etnografía Virtual*”. Editorial UOC. Barcelona

HUNTAMO, E. (1999). “De la cibernación a la interacción: aportación a una arqueología de la interactividad”, Epifanía. Madrid.

LASSWELL, H. (1985). “*Sociología de la comunicación de masas*”, tomo II, Gustavo Gilli, Barcelona.

MEAD, G. (1934). “*Mind, Self and Society*”. Chicago. Estados Unidos.

MUELA, M. & ZAPOPAN, M. (2004). “*Una introducción a las metodologías de investigación cualitativa aplicadas a la bibliotecología*”. United Kingdom

O'REILLEY, T. (2005). “*What Is Web 2.0*”. Consultado en octubre de 2007. <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

RAAD, A (2004). “Comunidad virtual, comunidad emocional: Estudio sobre las relaciones mediadas por la Internet”, en Revista Mad, No. 10. Chile.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2001) “*Diccionario de la Real Academia Española*”, Vigésima Segunda Edición en línea. www.rae.es

REVILLA, J. (2003). “*Los anclajes de la identidad personal*”. Universidad Complutense de Madrid, España.

RIBES, X. (2007). “*Web 2.0: El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva*”, artículo "Telos. Revista de Comunicación, Tecnología y Sociedad".



RITZER, G. (1993). “*Teoría sociológica contemporánea*”. Madrid. España.

RODRÍGUEZ REVOLLA, R. (2004) “*Periodismo en Internet: La Página web de frecuencia latina*”, Lima. Consultado en noviembre de 2007.
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/rodriguez_rr/rodriguez_rr.pdf

ROSARIO, J. (2005) “*La Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC). Su uso como Herramienta para el Fortalecimiento y el Desarrollo de la Educación Virtual*”, en Revista Cibersociedad.Net, España. Consultado en agosto de 2007.
<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=218>

SHANNON, C. & WEAVER, W. (1964). “*The Mathematical Theory of Communication*”, The University of Illinois Press.

SMITH, A, (1997). “*Comunicación y cultura*”, Volumen 2. Buenos Aires, Nueva Visión.

SPRADLEY, J. P. & MCCURDY, W. D. (1972). “*The cultural experience: Ethnography in complex society*”. Chicago: Science Research Associates.

SPRADLEY, J. & MCURDY, D. (1989). “*Anthropology: The Cultural Perspective. Prospect Heights*”. Waveland Press. (First published in 1980)

TAYLOR, E.B. (1871). “*La ciencia de la cultura. En: El concepto de cultura*”. Textos fundamentales. Editorial Anagrama.

TRICAS, F. (2004). “*Uso práctico de Internet*”. Zaragoza, España.

TURKLE, S. (1995). *“La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de la Internet”*. Estados Unidos. Consultado en septiembre de 2007. http://recursostic.javeriana.edu.co/wiki/index.php/Nuevas_tecnologias/vida_en_la_pantalla

UNESCO, (1982). *“Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales”*, México. Consultado en octubre de 2007. http://www.unesco.org/culture/pluralism/diversity/html_sp/index_sp.shtml

URSUA, N. (2006). *“Las identidades en el ciberespacio. Una reflexión sobre la construcción de las identidades en la red”*, en Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación, No. 7. Consultado en octubre de 2007 <http://oei.es/revistactsi/numero7/articulo03.htm>

VERDÚ, V. (1996). *“El planeta Americano”*. Barcelona, Editorial Anagrama.

WELLMAN, B (1999). “Comunidades virtuales como comunidades”.

WIENER, N. (1961). *“Cibernética, o el control y comunicación en animales y máquinas”*. Barcelona, Tusquets Editores.

WOOD, A. F. / SMITH, M. J. (2001). *“Online Communication, Linking Technology, Identity, and Culture”*. Nueva Jersey. Estados Unidos.

Anexos

Anexo 1

Pantalla de Facebook

The screenshot shows a Facebook profile page for Luis Andino. The top navigation bar includes 'facebook', 'Profile edit', 'Friends', 'Networks', 'Inbox (13)', and links for 'home', 'account', 'privacy', and 'logout'. On the left, there is a search bar and a list of applications: Photos, Groups, Events, Marketplace, Top Friends, Sticky Notes, and Finetune. The main profile area features a profile picture of Luis Andino, his name, and personal information: Networks (None), Sex (Male), Interested In (Women), Relationship Status (Single), and Hometown (Sivar, El Salvador, Spain). Below this is a 'Mini-Feed' section displaying 10 stories. The stories include: 'Luis added the Bumper Sticker application' (8:45am), 'Luis and Nathalie Garzon are now friends' (8:44am), 'Luis and René Velasco are now friends' (10:32am), 'Luis and René Velasco are now friends' (10:32am), 'Luis edited Hometown in his profile' (5:35pm), and 'Luis received a new gift' (5:56pm) shown twice with a beer mug icon and a link to see the gift. A list of interactive actions is provided on the left side of the profile, such as 'View Photos of Luis (13)', 'Send Luis a Gift', 'View Luis's Quizzes', 'SuperPoke them', 'Give Luis a Superlative', 'See Luis's FunWall', 'Send me a Sticky Note', 'See my Cat Quote', 'Dedicate a Song to Me', 'Send Luis a Free Gift', 'Who calls you a Top Friend', 'Recruit to Scrubs Fans', 'Get drunk', 'Draw Graffiti on Luis's wall', 'Compare Movie Taste', 'Get more Super Wall posts', 'Instant Message', 'View Luis's Karma', 'See My Stripper Name', 'Send Luis an Angel', and 'Nickname Luis'.

Anexo 2

Glosario de música electrónica

Glosario básico de música electrónica, Urban Sound (2004), “Diccionario del Dj”:

A

After-Hours: Es una discoteca cuyas sesiones comienzan en la madrugada y finalizan por la tarde.

Ambient: Música climática y relajada, que crea atmósferas profundas similar a los grandes espacios abiertos. Brian Eno fue el inventor del término en 1978.

Amplificador: Aparato que recibe la señal sonora y la transmite aumentada a los altavoces para ser escuchada.

B

Back Sping: Efecto que se consigue mezclando dos discos que giran en direcciones opuestas.

Beat: Golpe que delimita en tiempo rítmico de la música.

Beat Counter: Aparato electrónico que mide el tiempo rítmico o los beats (golpes) por minuto.

B.P.M.: Beats (Golpes) Por Minuto. El tiempo rítmico de un disco se mide en BMP.

Break: Corte o ruptura de ritmo en un tema. El DJ utiliza este momento para mezclar los temas y aplicar efectos de sonido y luz.

C

Chill Out: Zona de relajamiento en un club, rave o festival. El origen viene de los años ochenta con la introducción de Ambient en los clubes.

Club: Local nocturno que está en la base de la dance music.

Club Culture: Cultura ligada a los clubes y que ha originado tendencias de moda y revistas.

Clubber: Persona adicta a los clubes.



Core: Sufijo que se utiliza para definir los ritmos más rápidos.(Hardcore, Trancecore, Darkcore)

Cyberdelia: Fusión de Techno y Psicodelia que profundiza en las atmósferas más ensoñadoras e hipnóticas de la música electrónica. También se denomina Technodelia.

Cyberpunk: En su origen, es la literatura de ciencia ficción inspirada en la informatización de la sociedad actual. Este término se utiliza para todos aquellos que utilizan la informática como medio de encuentro.

D

Dance: Baile. Música de baile.

Dancefloor: Pista de baile.

Darkside: Vertiente de Jungle de sonoridades oscuras, propiciadas por un bajo obsesivo y samples de filmes de terror.

Deep House: Es el House más profundo, cálido y próximo al Soul.

Disco: Estilo de música que es la madre de todo el panorama Dance actual. Estilo hedonista y bailable que surgió en Munich a mediados de los años setenta como una evolución sintética del Soul.

Discoteca: Lugar destinado al almacenaje de disco. Local donde se puede escuchar y bailar música a la vez que se consumen bebidas.

DJ (Discjockey, Deejay, Pinchadiscos): Persona encargada de poner discos y animar al público de las discotecas o bien a las personas que le escuchan a través la radio.

E

Easy Listening: Música de fácil escucha, ideal para colocar de fondo musical en las fiestas. Su origen se encuentra en las películas de los años cincuenta, y su derivación contemporánea ha dado lugar al Future Listening (Jimi Tenor, Towa Tei).

Electro: Estilo musical surgido en Nueva York y en Detroit a comienzos de los años 80. Es la unión del Groove afroamericano fusionado con el funk y sonidos robóticos.

F

Flyer: Prospecto o folleto que sirve para anunciar una actuación, sesión o rave.



Fractal: Ecuaciones matemáticas descubiertas por Mandelbrot en los años setenta, cuya visualización ha originado alucinantes motivos psicodélicos, reproducibles hasta el infinito, y muy utilizados por la estética cyberdética.

G

Garage: Denominación que se da en Nueva York al Deep House. Es el House que más está unido al Soul y a la Disco Music. Se caracteriza por un ritmo vibrante y unas voces desgarradas y profundas.

Goa Trance: Techno psicodélico y exótico, que tiene su origen en los raves playeros celebrados en Goa (India). Tiene un ritmo hipnótico y repetitivo.

Go-Go: Bailarina o bailarín que animan al público a bailar en los clubes o discotecas. Go-Go también es el nombre de un estilo surgido en Washington en los años ochenta, que mezclaba Hip Hop con ritmos Funk.

Groove: Es el impulso que lleva mover el cuerpo al ritmo de la música generalmente de raíz negra. Funk, Hip Hop, Drum'n'Bass o Reggae son ritmos groovies.

H

Hardcore: Estilo musical derivado del Techno con un ritmo duro.

Hardhouse: Evolución de la música House hacia ritmos más contundentes y minimalistas.

Hardtrance: Es la versión más dura del Trance combinada con el Hardcore.

House: Estilo musical que surge a mediados de los años ochenta en la ciudad de Chicago y que recoge influencias de la Música Disco, el Funk y el Techno-Pop europeo. Debe su nombre al club Warehouse, en Chicago, donde pinchaba el pionero de este ritmo; Frankie Knuckles.

I

Intelligent Techno: Término sectorial que engloba a algunos de los artistas más interesantes y exploradores de la escena Techno.

Instrumental Version: Versión especial de un disco que se consigue anulando la voz solista y los coros de una canción. En algunas ocasiones, se utiliza algún instrumento para suplir la voz.

L

Label: Sello discográfico. Empresa encargada de "lanzar" un disco al mercado.

Latín House: Estilo musical creado por los hispanos como derivación del House con sus propias señas de identidad.

Live Act: Artista que actúa en directo, para diferenciarlo de la sesión de un DJ.

Loop: Serie de notas musicales o sonidos que se repiten en forma de bucle y que es la base de la creación de la música de baile.

M

Megamix: Disco recopilatorio de temas enlazados entre sí utilizando diferentes estilos de mezcla y muchos efectos y samples.

Mezclador: Es el dispositivo a los que van conectadas todas las fuentes de sonido (platos giradiscos, reproductores de CD, etc.). Cada una de ellas entra por un canal distinto con su respectivo control de volumen y ecualización.

Midi: Interfaz Digital de Instrumentos Musicales. Es el lenguaje que utilizan los aparatos musicales electrónicos para conectarse entre sí.

Minimal: Es un sonido totalmente melódico, y se basa principalmente en las percusiones, cambios sutiles en los ritmos y sonidos experimentales. (Plastikman, Ricardo Villalobos)

Mix: Mezcla. Para diferenciarlo de un Megamix, es un disco recopilatorio de temas enlazados entre sí utilizando diferentes tipos de mezclas pero utilizando pocos samples y efectos.

P

Party: Fiesta, velada (House Party, Techno Party).

Patinador: Es un cartón o plástico con forma de disco que se coloca entre el plato giradiscos y el disco para permitir que gire éste sin que el plato deje de girar.



Playlist: Lista de los discos más pinchados por un discjockey.

Progressive House: Es un estilo de música derivado del house, pero con sonidos psicodélicos e hipnóticos, que fue patentado a comienzos de los años noventa.

R

Recopilación: Disco que contiene los mejores temas actuales o del recuerdo, suelen ser dobles o triples.

Resident: Discjockey residente. Es el que pincha de forma habitual en un club o discoteca.

R.P.M.: Revoluciones por minuto. Es la unidad de medida de la velocidad de giro de un plato giradisco.

S

Session: Actuación de un discjockey.

Set: Sesión de un DJ

Single: Disco que incluye solo una canción por cada cara. También es conocido como disco sencillo o 7 pulgadas debido a su tamaño.

T

Technics: Marca del plato giradiscos Technics SL1200, muy utilizado y prestigiado por todos los discjockeys.

Techno: Estilo musical que tuvo sus orígenes en la música de Kraftwerk y los grupos tecno-pop de principios de los años ochenta.

Trainspotter: Es la persona que disfruta observando al dj manejando los platos.

Trance: Estilo musical variante del Techno aparecida en Alemania a principios de los años noventa y que combina ritmos hipnóticos con largas evoluciones sintéticas y efectos ácidos.

Tribal: Adjetivo que se utiliza para definir al House y al Techno que utilizan percusiones tribales y atmósferas selváticas para incrementar su efecto hipnótico.

U



Underground: Estilo musical surgido en el "subsuelo" de alguno de los mejores clubs de Nueva York, y que constituye una evolución del Deep House hacia ritmos repetitivos y fracturados, el Jazz y la experimentación. Es un estilo altamente creativo y trepidante.

V

Vibes: Vibraciones que crean un ambiente.

Vinilo: Material con el que están contruidos los discos.

VJ (VÍdeo-Jockey): Equivalente al discjockey en la música, pero en el mundo de la imagen y los videoclips.

W

Warm-Up: Discjockey o artista telonero antes de la llegada del dj principal.

Z

Zippy: Techno-hippy. Internauta activo y apasionado de la cibercultura que suele conectar con los sonidos de la Cyberdelia.

Anexo 3

Protocolo de preguntas

¿Cuánto tiempo llevas involucrado en la comunidad de música electrónica?

¿Cómo iniciaste en esto?

¿Qué es lo que más te atrae de esta cultura?

¿Lo consideras una forma de vida?

¿Qué tan importante es para vos esta comunidad?

¿Te preocupas por mantener vínculos con otros miembros?

¿A través de qué medios mantienen estos vínculos?

¿Tenis Internet en tu casa?

¿Cuánto tiempo te conectas a la red? (al día)

¿Qué opinas de los sitios como Hi5, MySpace o Facebook?

• • •

¿Cuál sitio de esto crees q es el más completo?
¿Qué tanto actualizas tu sitio personal en la Web?
¿Es importante mantenerlos actualizados? ¿Por qué?
¿Has hecho amigos a través de Internet?
¿Qué opinas de la comunicación a través de la Internet?
¿Consideras que se pueden entablar relaciones afectivas con las personas a través de Internet?

En Facebook... ¿a cuántos grupos perteneces?

¿Por qué te unís a esos grupos?

¿Sentís que formas parte de algo? ¿Desde cuándo formas parte grupos o comunidades de música electrónica?

¿Qué te llama más la atención de estos? ¿Has hecho amigos a través de estas comunidades?

¿Qué ventajas te da el hecho de pertenecer a una comunidad virtual?

¿Qué desventajas?

¿Qué es lo que normalmente intercambias con tus amigos en la Web? (música, imágenes, etc.).

¿Consideras que esta manera de comunicación te aporta a tu identidad?

con esta forma de comunicarte (comunidades web) crees que ayuda a definir tu identidad?

Anexo 4

A continuación, se presenta la ventana principal del grupo de música electrónica Itsmo Music, donde se puede observar su distribución y aplicaciones.



La ventana de inicio de los grupos incluye los siguientes elementos:

Information: En esta parte se ubica la información general de cada grupo, como el nombre, el tipo, la descripción y la forma de contacto con cada grupo.

Photos y Videos: Los administradores de la página pueden agregar fotos o videos de las fiestas. Los miembros de los grupos también pueden agregar sus fotos.

Logo: se ubica el logo del grupo o alguna fotografía representativa.

Officers: son los administradores y creadores del grupo.



Related Groups: Aparecen los links a las comunidades relacionadas a el tipo de grupo y el slogan de cada una de ellas.

Posted Items: En esta parte, los administradores colocan fotos, videos o links con la explicación o invitación necesaria.

Discussion Board: Se postean los temas o tópicos para que los miembros del grupo tengan la oportunidad de enviar su opinión respecto al tema.

Members: Aparece la foto de cada uno de los miembros que pertenecen al grupo y un link a su perfil

Información general sobre los grupos:

GRUPO	LOGO	TIPO	DESCRIPCIÓN	INFORMACIÓN DE CONTACTO	MIEMBROS
VELVET PROMOTIONS		Music - Electronic	“Velvet Promotions es una nueva promotora creada en enero del 2007, con el fin de apoyar tanto a los talentos nacionales como a los nuevos talentos que van surgiendo dentro de la escena de música electrónica nacional. Con el tiempo dicha promotora ha ido tomado fuerza y se ha concentrado en hacer fiestas con talentos tanto nacionales como internacionales	velvet_prom@hotmail.com , velvet.promotions@gmail.com	276
ITSMO MUSIC		Entertainment & Arts - Nighlife	“cualquier persona interesada en estar al tanto de todos los eventos, música, artistas y otras cositas de entretenimiento musical”	istmomusic@gmail.com www.istmomusic.com	1,153
BEATS & DRUMS		Music - Electronic	“Groove. Music. Soul”.	beats.drums@gmail.com www.beats-drums.blogspot.com	187

GRUPO	LOGO	TIPO	DESCRIPCIÓN	INFORMACIÓN DE CONTACTO	MIEMBROS
AMANTES DE LA MÚSICA ELECTRÓNICA	No tiene logo	Music - Electronic	“Este grupo esta hecho para todas aquellas personas que disfrutan de la música electrónica, no de esas personas que solo les gusta oírla...y que no se desesperen de oír esta música...que sepan bastante de este género de música ya que es DEMASIADO INCREIBLE!!!”	javierunda123@hotmail.com	226