



**Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades**

ROCK AND BLOG: UN ESPACIO PARA LA CULTURA UNDERGROUND

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA
MOISÉS OLIVARES ENRÍQUEZ

DIRECTOR DE TESIS
DRA. SANDRA FLORES GUEVARA

A mis padres que hicieron que existiera

A mis hermanas

A la familia (no toda)

A Sandra y algunos profesores

A compañeros y amigos

A la música por ser un escape en la vida

A Internet por ser un espacio de ocio y entretenimiento

A todo lo anterior revuelto que han hecho que lleve una vida chida

Rock And Blog: Un espacio para la Cultura Underground

1.- Born to be Wild – Steppenwolf

- Prefacio
- Objetivos
- Preguntas
- Planteamiento del problema
- Estado del Arte

2.- Welcome to the Machine – Pink Floyd

- Comunicación historia y trascendencia
- Los papeles cambian
- Comunicación, el concepto, el proceso y los elementos
- Maneras de comunicarse en la era moderna
 - Forma escrita
 - Formas de comunicación a distancia
 - Medios visuales y audiovisuales

3.- Technologic – Daft Punk

- La nueva era
- Bases e inicios de Internet
- Diversión, entretenimiento y un nuevo mercado
- La ventana al ciber espacio se ha abierto
- ¿Cómo estudiar al mundo virtual?
- Mundo virtual
- ¿Hasta dónde quieres llegar hoy?

4.- Digital – Joy Division

- Historia y definición de una nueva palabra: *Blog*

- Blogosfera
- Tipos y estructuras de *Blogs*
- Pierre Levy y la cibercultura

5. - Watcher – Hawkwind

- Etnografía Virtual
- La búsqueda

6.- Freedom – Rage Against the Machine

- Mandala: filosofías underground
- Sitio
- Experiencia
- Objeto de estudio
- Entrevista

7.- Think for Yourself .-Beatles

- Definición e historia de la palabra “cultura”
- Contracultura y subcultura
- Contracultura
- Nueva categorización
- Ideología
- Definición de Ideología
- Aparatos Ideológicos
- Análisis de la ideología basada en la propuesta de Olivier Rebol

8.- The End – The Doors

Conclusiones

“Toda la información nos llegará por la superrealista televisión y otros aparatos electrónicos, cuando las cosas apenas están en su etapa de planteamiento, o siendo imaginadas. En cierto modo, esto permitirá al individuo desplazarse a cualquier lugar sin mover su cuerpo, aun hacia distintas regiones del espacio. Pero éste será un nuevo tipo de individuo, un sujeto provisto de un sistema nervioso externo colosal, volcándose más y más hacia afuera. Hasta el infinito. Y este sistema electrónico estará tan interconectado que todos los individuos ligados tenderán a compartir los mismos pensamientos, sentimientos y experiencias. Habrá, tal vez, tipos humanos especializados, así como hay células y órganos especializados en nuestros cuerpos. Regirá la tendencia de que todos los individuos se coaliguen en un único cuerpo bio-electrónico.”

Allan Watts (1972)

CAPÍTULO 1

Born To Be Wild - Steppenwolf

Prefacio

Vivimos en una sociedad en constante cambio, y por ende, en perpetuo movimiento; hechos históricos, innovaciones tecnológicas, movimientos sociales hacen que el planeta gire y cambie en cada segundo. Es por eso que el tema central de esta tesis son los *blogs*, sitios webs en donde el autor de dicha página *postea* cualquier cosa que se le ocurra. Aunque estos sitios *webs* parezcan de lo más indefensos y fáciles de manejar, son un paso gigantesco en la recepción de símbolos culturales de los individuos y en la revolución de algunos sectores de la sociedad.

Desde la llegada de los medios masivos, éstos se encargaron de tomar el papel de difusores culturales; la televisión, radio y prensa nos dicen qué música escuchar, qué películas y programas ver, qué autores analizar y qué libros leer. Más que difundir cultura, parece que nos limitan, ya que el mundo es demasiado grande para quedarnos con tan poco que nos dan.

Cansados de estar en esa camisa de fuerza, los jóvenes y el género musical (que en grandes rasgos llamaremos rock) tratan de salir de esa línea, de buscar en otros lugares símbolos culturales de su total agrado, ya no se conforman con escuchar canciones que sus papás les ponen en la tele, buscan nuevas tendencias, nuevas modas, conocer otras culturas, en grandes rasgos: Nuevas experiencias. Pero eso no lo encuentran en los medios masivos oficiales, sino que escarban con sus amigos lugares nuevos, nuevas fuentes de información. En la actualidad, con el uso de unas cuantas teclas y el *click* del *mouse*, puedes llegar a escuchar música sorprendente, que nunca transmitirían los medios masivos.

En la actualidad, la cultura que recibimos se podría dividir en dos: La cultura *mainstream* que es la que es difundida por los medios, y también por la familia de manera generacional. Por otro lado está la cultura *underground*, la cual inició como forma de rebeldía hacia los estándares establecidos, y no es difundida por

los medios tradicionales, sino que ha buscado nuevas maneras, nuevas vías de expresión como los *fanzines*, estaciones de radio piratas, folletos, pero con la llegada de Internet y la *web 2.0*, éste se convirtió en una nueva herramienta para la difusión de la cultura *underground*.

Esta tesis se centra en el uso que se le ha dado a Internet (en especial a los *blogs*) para la difusión de culturas alternativas, además de mostrar que hemos dado un paso gigantesco en cuanto a las formas de comunicación, pues estábamos acostumbrados a los medios masivos tradicionales.

Título “Rock and blog: Un espacio para la Cultura Underground

Objetivo General: Conocer cuáles son los medios alternativos en nuestro país que difunden música de culturas alternativas.

Objetivos específicos:

- Identificar qué medio comunicativo hoy en día está siendo reproductor y difusor de música de culturas alternativas.
- Mostrar qué contenidos se difunden en el medio electrónico a favor de las culturas alternativas.
- Analizar los contenidos que difunden.

Preguntas

¿Qué medios alternativos se utilizan para difundir música de culturas alternativas?

¿Qué contenidos tienen los blogs a favor de la difusión de la música de culturas alternativas?

¿Los *Blogs* han sido útiles para que la música tenga mayor difusión?

¿Los *blogs* ayudan a una mayor diversificación en la música?

Planteamiento del Problema

Algunos personas piensan que la contracultura y los movimientos *underground* y su música sólo fueron un movimiento que ocurrió en la década de los 60's y después desapareció, pero están totalmente equivocados, ya que los movimientos juveniles han ido cambiando con el paso de los años adaptándose a los contextos socioculturales que ocurren al momento.

Como la contracultura musical no está(ba) dentro de los estándares de la cultura dominante, la difusión de ésta no era tan fácil de reproducir, por lo tanto comenzaron a surgir medios alternativos hechos por los jóvenes para ellos mismos. Con el paso del tiempo el sector juvenil se convirtió en un nuevo *target* para el mercado capitalista, pero no tomaron la esencia que es la rebeldía de la contracultura, sino que suavizaron los movimientos, los convirtieron en modas, los adaptaron para ser vendidos, las publicaciones sobre contracultura musical tenían anuncios de grandes transnacionales, cayendo en una contradicción. Pero gracias al Internet existen personas que comparten su música por medio de *blogs*, no se comparte música "de moda", sino discos que difícilmente se podrían conseguir en una tienda, aprovechando la libertad que aún existe en Internet.

El problema a analizar, es cómo la difusión de contracultura aún puede existir gracias a medios alternativos y con ello una mayor diversificación en el gusto de las personas.

Estado de Arte

Dentro de las líneas de investigación que existen en el campo de comunicación, este trabajo no encaja en un solo campo, sino que toma factores de diferentes

líneas. Temas relacionados con cultura, con juventud y claro, Internet o tecnologías de información y comunicación.

Al pensar en trabajos relacionados con juventud y contracultura, saltan a la mente, el iniciador y creador de este concepto; Theodore Roszak, con su libro *The Making of a Counter Culture*. En México, nombres como José Agustín con su libro *La Contracultura en México* o Enrique Marroquín con su publicación *La contracultura como protesta* comenzaron a cuestionarse sobre la juventud en México y sus manifestaciones culturales.

En México, existen varios investigadores que se centran en el tema de juventud y comunicación, relacionándolos con: televisión, música, cine, nuevas tecnologías y los medios de comunicación masiva en general. En el caso de la relación jóvenes-música, la mayoría de trabajos se centra en las llamadas tribus urbanas, un ejemplo es el trabajo de Emma Ruiz Martín del Campo titulado *Música, Sujetos, Creatividad*, donde reflexiona sobre la música como un lenguaje que hace posible la expresión de la imaginación, de los deseos y de las emociones. Otra investigadora que se centra en estos temas es Rossana Reguillo, con trabajos como *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación. Las bandas entre el mito y el estereotipo* y *Emergencia de las Culturas Juveniles*. También existen trabajos como *El Rock también es cultura* de Adrián de Garay u *Otras lecturas del rock* de Carlos Chimal.

Un trabajo importante sobre juventud y el consumo de cultura fue hecho por Héctor Gómez Vargas con el título de *Estratos espaciales y de comunicación en los estudios sobre la juventud. Una revisión de los estudios de los consumos culturales juveniles en México*, en donde muestra los estudios tanto de los jóvenes como de los consumos culturales (el urbano, el mediático y el corporal). Uno de los puntos de arranque de esta exploración de corte bibliográfico y hemerográfico es que, ante los cambios que se han ido suscitando en la cultura y los medios de comunicación, no sólo es importante revisar lo que se ha estudiado sobre los jóvenes, sino la manera como se ha hecho.

Las nuevas tecnologías en la actualidad se han convertido en centro de atención de las nuevas investigaciones en comunicación, ya sea por su impacto, o por la constante aceptación de la sociedad ante los nuevos dispositivos de comunicación.

Algunos investigadores que se centran en el tema son: Carmen Gómez Montt, quien escribió *Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación en México* y Raúl Trejo con *Cibersociología, territorio de encuentro y en construcción*. Otro personaje que ha colaborado en esta línea de investigación es Octavio Islas con textos como *Internet en el imaginario de la actividad subversiva*

Otros trabajos de interés y que además van de la mano con el trabajo presente, son los relativos hacia las nuevas tecnologías. Algunos trabajos, hacen la relación juventud-TICs, ya que estas nuevas formas de comunicación, son parte de la vida diaria de miles de jóvenes. Un ejemplo claro lo da María Alejandra Rocha Silva, con su colaboración llamada *El lenguaje de los jóvenes en el chat*, también existen otros trabajos como *Las exigencias del video y lo nuevo en Internet* de Ernesto Azamar. Otra persona que también sigue dicha línea, es Sandra Flores Guevara, quien se centra en todo lo relacionado con los blogs.

CAPÍTULO 2

Welcome To Machine – Pink Floyd

Comunicación, historia y trascendencia

El primer dispositivo de comunicación que existió en la tierra apareció hace 5 millones de años, no tenía conciencia propia, ni era demasiado hábil para poder comunicarse o para dejar rastro de su existencia. Este dispositivo se fue actualizando con el tiempo, se fue adaptando a las necesidades de su contexto y no dejó de evolucionar.

Con el tiempo bajó de los árboles, comenzó a expandirse, empezó a crear utensilios y descubrió el fuego, su comunicación se basaba en gritos y expresiones guturales, aún no tenía la capacidad de crear un código, pero si la capacidad de socializar, buscar ayuda, no estar solo contra el mundo y por su puesto, su único objetivo: Sobrevivir. Con el paso del tiempo su columna se volvió recta, desapareció su cola y su cerebro comenzó a tener modificaciones, descubrió la agricultura y el uso de algunos animales de los cuales podría obtener provecho, su cuerpo se modificó para poder hablar, crear códigos y aprender un lenguaje. Había logrado el objetivo de poder comunicarse, pero faltaba algo para poder guardar esas palabras, para recordarlas tal cual son, ya que aunque tenían técnicas como la poesía, el uso de ritmos y rimas para poder recordar muchas palabras, no era suficiente.

Hace 75 mil años el primer dispositivo de comunicación creó los primeros símbolos, y con ellos la cultura y la historia. Tuvieron que pasar 30,000 años más para que los grafismos estuvieran cargados con un significado simbólico y solamente hace 5000 años el ser humano logró crear la escritura. Con la invención de la escritura, el primer dispositivo de comunicación del planeta –el ser humano– logró guardar información, mantener sus costumbres y sus conocimientos y no solo eso, sino que el lenguaje se volvió móvil. Como dice Marshall McLuhan los medios son extensiones de nuestro cuerpo, por lo tanto la escritura se convirtió en una “segunda memoria” como lo argumentaba Ronald Barthes (1965), porque la escritura sirve como una versión alterna de nuestro cerebro, en donde podemos

guardar información, memorias, anécdotas y recuerdos. Otro punto a favor es que la escritura es mas “confiable” ya que literalmente se “toma al pie de la letra”.

El paso de la comunicación oral a la comunicación escrita fue un gran avance para la evolución, por lo antes mencionado, además de que la “Teoría de la gran línea divisoria” explica cómo las sociedades orales definen una mentalidad diferente e inferior a las sociedades en las que la escritura es la principal forma de comunicación. De esta manera se cree que con la invención de la escritura, la humanidad ha dado un gran salto cualitativo muy importante, al dotarnos de procedimientos que son capaces de aumentar nuestras capacidades cognitivas. Con la escritura nuestro pensamiento se vuelve más reflexivo, más abstracto, más complejo y estructurado, y por ello la escritura crea una sociedad superior.

Con la creación de la escritura el ser humano dio un gran paso en la evolución, pero la difusión de toda la información no podía ser transmitida a todos de esta manera, porque muy pocos sabían escribir y los libros tardaban meses o hasta años en ser transcritos.

La tecnología desde este momento se convirtió en la mano derecha de los medios de comunicación, y con esto se crea una relación que hasta nuestros días todavía perdura. El ser humano comenzó a inventar formas para que la difusión de su información, costumbres, datos, tradiciones fuera más rápida y más precisa, ya no sólo se transmitía oralmente, la escritura brindó otra manera de compartir conocimiento.

Los inicios de la imprenta se encuentran, desde que los romanos comenzaron creando sellos que imprimían inscripciones en objetos de arcilla. En el siglo X, Bi Sheng en China creó la primera imprenta con dispositivos móviles hecha de porcelana en donde tallaba los caracteres chinos. Tuvieron que pasar 400 años, para que en Alemania – y en el lado occidental- se inventara la primera imprenta, gracias a Johannes Gutenberg. La invención de esta herramienta fue un gran avance para la humanidad, como dijo Steinberg (1961) “La historia de la imprenta es parte integral de la historia general de la civilización”.

Ni los acontecimientos políticos o constitucionales, ni los filosóficos, pueden ser captados de una manera subjetiva, ya que quien plasma la historia de la humanidad lo hace con una ideología, con un pensamiento y perspectiva diferente, Por lo tanto también surge uno de los primeros medios de dominación creados para y por la sociedad burguesa. La educación siempre ha beneficiado a la clase dominante, anteriormente los únicos que sabían leer y escribir eran los burgueses y las personas relacionadas con el clero, así que los primeros libros escritos fueron escritos con ideas burguesas. Marx argumentaba que la historia de la humanidad se basa en la lucha de clases, y la clase dominante se ha apoyado en los medios de comunicación para imponer su modo de vida y para crear una ideología que unifique los objetivos de la sociedad. Antes de la época del capitalismo, la religión era el medio de dominación, así que no es de sorprenderse saber cuál fue el primer libro q impreso por la imprenta de Gutenberg: La Biblia.

Los papeles cambian

Desde esa época los aparatos ideológicos fueron usados por pocas personas para influir en el resto, los avances tecnológicos se presentan como avances democráticos, como desarrollos de la sociedad en general, pero sólo se benefician unos cuantos. Los productores y transmisores de cultura son pocos y limitados para una sociedad tan heterogénea y con ganas de aprender cosas nuevas, por lo tanto siempre surgen maneras alternativas de comunicar e informar sobre nuevas cosas; quedarse sólo con una fuente de información manipulada por las élites de poder es demasiado mediocre para el ser humano. Éste siempre ha querido aprender sobre lo prohibido, sobre lo lejano, sobre lo inentendible, es por eso que una vía para el conocimiento es muy poco para la gran capacidad de curiosidad que tiene, el deseo de ampliar su conocimiento es innato.

Desde épocas pasadas dentro de las sociedades prevalecen grupos no conformes con el pensamiento principal, y por ende, tratan de buscar maneras de propagar otros puntos de vista; esto ha sido difícil ya que no tienen el capital ni el equipo

para poder enviar su mensaje de manera masiva; fanzines, conciertos, radios piratas, periódicos independientes, revistas underground han sido el escape para esas mentes que no siguen las líneas dominantes.

Ese tipo de medios alternativos aún persisten en la actualidad, pero la tecnología ha creado un medio alternativo por excelencia y con el cual, poco a poco, más gente está teniendo contacto: Internet.

Desde la llegada de Internet, los procesos comunicativos han cambiado radicalmente, desde el hecho de crear lazos sociales por medio de una computadora hasta ser creadores de conocimiento dentro de la web. Ya no es necesario un modelo lineal de comunicación en Internet, sino que se convierte en un ciclo que nunca parará de dar vueltas.

Hasta aquí se puede resumir la historia de cómo el ser humano ha evolucionado, tanto él, como las formas de comunicarse, de una manera no primitiva, pero si básica en comparación con las múltiples formas en las que hoy podemos comunicarnos con nuestros semejantes, y que se explicarán en un apartado más adelante. Por lo pronto es necesario un concepto de comunicación, tema central del siguiente subtema.

Comunicación, el concepto, el proceso, los elementos

Comunicación, del vocablo latino “*communis*” que significa “común”. Por lo tanto comunicar es transmitir ideas, información y pensamientos para ponerlos en común con otra persona. Uno de los conceptos mas conocidos de comunicación es: el proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje hacia un receptor, esperando una respuesta.

Otro concepto es: El acto inherente al hombre, que lo ayuda a expresarse y a conocer más de sí mismo, de los demás y del medio que lo rodea. Varias personas han dado su propia definición de comunicación, por ejemplo, Enrique José Verona menciona en *Texto básico de Comunicación profesional* que

comunicación es un proceso de transmisión de información de un emisor (A) a un receptor (B) a través de un medio (C). En la transmisión y la recepción de esa información se utiliza un código específico que debe ser “codificado”, por el emisor y “decodificado” por el receptor”. Z. M. Zorín en *“Psicología de la personalidad”* define comunicación “como todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano”. Existe una gran variedad de conceptos creados por varios autores, la mayoría de ellos tienen en común, que la comunicación es utilizada para la interacción social y que está basada en símbolos establecidos socialmente, además de la influencia del emisor en el receptor y la espera de una respuesta para crear un ciclo comunicativo.

Entendiendo el concepto de comunicación, asimismo es necesario saber qué elementos intervienen en el proceso comunicativo. Shannon y Weaver (1948) crean un modelo básico de los elementos que intervienen, entre ellos se encuentran:

- Emisor: Es quien transmite el mensaje.
- Receptor: Es quien recibe el mensaje.
- Mensaje: Es lo que se desea transmitir.
- Canal: Es el medio por el cual se transmite el mensaje
- Código: Es la forma que toma la información –palabras, dibujos, sonidos, etc- que intercambia el emisor y receptor
- Contexto: Es el conjunto de circunstancia que rodea al proceso comunicativo y lo condiciona.

David K. Berlo (1977) interpreta un proceso de codificación y decodificación en el espacio que se da entre el emisor y el receptor. Berlo describe los elementos que participan en este proceso:

- Emisor: Es el que toma las ideas de una fuente y las elabora y ordena en un código determinado, bajo las formas de un mensaje.
- Código: Consiste en un mensaje escrito en determinado idioma o clave, en imágenes, gestos o palabras y en un determinado canal que puede o no requerir ser decodificado por el receptor.
- Mensaje: Es la unidad, idea o concepto, que lleva en sí mismo dosis de información útil como enlace o unión entre el emisor y receptor.
- Código: Es el modo, forma en que se estructuran los símbolos o mensajes, quedando traducidos o convertidos en un lenguaje comprensible para el receptor.
- Contenido: Es todo material que sea de utilidad para poder expresar un propósito o un mensaje.
- Tratamiento: Es el modo en que el mensaje se presenta, la frecuencia con que se emite, el énfasis que se le da y su intención.
- Receptor: Es quien decodifica el mensaje; sus actitudes y su nivel académico y social influirán en la interpretación que dé de éstos.

Los elementos en el proceso comunicativo persisten en diferentes modelos y paradigmas, pero un elemento importante que cabe mencionar es el *feedback* o retroalimentación, el cual actúa como motor, realiza la función fática para que el modelo comunicativo no se quede estático, y deje de ser lineal para convertirse en un modelo cíclico. En algunos tipos de comunicación el *feedback* es inmediato, pero si nos remitimos a los medios masivos el *feedback* no afecta o influye en los medios, sino que afecta solamente al receptor, aunque existen teorías que afirman lo contrario. Con Internet el *feedback* se da de manera inmediata hacia una persona no cercana al espacio real, sino dentro de una conexión virtual. El autor está un paso más cerca del lector o receptor del mensaje, acelerando el proceso comunicativo.

Debido a que la comunicación puede variar de contexto, de emisor, de receptor, de canal, es posible definir varios tipos de comunicación, entre ellas están:

Comunicación Intrapersonal: Es cuando el emisor es al mismo tiempo, canal y receptor del mensaje, con otras palabras, es la comunicación que se mantiene con uno mismo, un diálogo interno.

Comunicación interpersonal: Es aquella en la que interactúan 2 o más personas de manera directa, además implica un feedback instantáneo. Es la forma de comunicación más primaria, y no sólo funciona a través de la palabra, sino que puede utilizar gestos, movimientos y ademanes.

Comunicación Masiva. Cuando existe un solo emisor y un gran número de receptores. Para que pueda ser comunicación masiva, los receptores o la audiencia debe de; ser amplia, heterogénea y anónima. Puede existir un feedback o una reacción en cada uno de los receptores, pero la retroalimentación difícilmente llega al emisor.

Con el surgimiento de nuevas tecnologías, el uso del Internet, y paginas web creadas para compartir información, se ha creado un nuevo tipo de comunicación: *La Comunicación Digital*. Este nuevo tipo, no sólo sirve para comunicar de manera escrita, sino que abre una gama de posibilidades para transmitir y difundir ideas, ya que puedes compartir dibujos, videos, animaciones, fotografía, hipervínculos, todo esto en una sola página.

Otra característica es que implica colaboración e interacción entre todos los usuarios, puedes ser emisor y receptor de manera casi inmediata, además de que tus ideas pueden ser difundidas por todo el mundo. Un punto a favor, es que como receptor puedes elegir qué información recibir, leer, y procesar, mientras que la otra cara de la moneda es que exista una sobresaturación de datos, los cuales no puedes procesar. Desde una perspectiva rebelde, se podría hablar de una democratización de los medios, ya que estos siempre han sido manejados por empresarios o como mencionaba Marx; la clase dominante, pero el problema es que aún no está al alcance de todos, por esa razón no se considera medio de comunicación masiva. Otra diferencia con los mass media, es la interacción que

se da entre emisor y receptor de manera directa, ya sea por un comentario en el *blog* o una respuesta por *e-mail*.

Maneras de comunicarse en la era moderna

El ser humano también se ha caracterizado por ser un explorador innato, llegar a donde ha querido para conocer qué existe en ese lugar. Además de ser explorador, también es un curioso por naturaleza, pregunta, cuestiona no sólo intrapersonalmente, también a sus semejantes, y más si éstos tienen conocimientos que él no tiene. El ser humano se empezó a preocupar por cosas, situaciones, personas, elementos, que no estaban al alcance de su vista, pero que por pláticas él trataba de concebir en su mente. Todo esto pasaba en la época donde Europa era el centro del mundo, un ejemplo claro de la exploración y curiosidad del ser humano queda marcada el 12 de octubre de 1492, cuando Cristóbal Colón llegó al continente americano.

Las primeras formas de estar enterados de sucesos que no pasaban en nuestro contexto más cercano eran por medio de los medios de transporte; aunque su principal finalidad era llevar cargamentos hacia otras partes del mundo, el hábito inherente del hombre a socializar hizo que el transportista se convirtiera en una especie de narrador.

El ser humano buscaba maneras de moverse, ya sea mediante el uso de animales o con el simple hecho de caminar, pero esto duró poco, ya que empieza a jugar con lo que ve, ya no toma el producto como la naturaleza lo muestra, sino que el ser humano es capaz de manipular esa materia prima para crear nuevas cosas con el objetivo de facilitar la vida de las personas.

Así que, después de crear la rueda, las carretas y métodos primitivos sin ningún mecanismo, el primer dispositivo de comunicación inventa dos medios de transporte que revolucionarán el mundo: El ferrocarril y los barcos.

Estos dos medios de transporte revolucionaron gracias a las máquinas de vapor, anteriormente los barcos existían, pero no eran tan rápidos ni tan seguros, ya que dependían mucho del clima. En 1803 Fulton hace posible mover una nave con la energía del vapor.

Mientras en el mar se comenzaban a mover, en la tierra el ferrocarril crecía y se mantenía como uno de los inventos que hizo revolucionar al mundo. En 1809 Trevithick inventa la primera máquina de vapor que se puede mover por medio de rieles, posteriormente los ferrocarriles se convirtieron en símbolo de la sociedad industrial-

Formas escritas

Otra forma de comunicarse, por manera escrita fue el correo. Los ferrocarriles y los barcos no sólo iban llenos de mercancías y personas, sino también de cartas, que esperaban ser leídas por personas de diferentes espacios geográficos, comunicación a larga distancia. El acelerado crecimiento del correo, hizo que en 1840 Gran Bretaña introdujera el primer sello postal del mundo con el rostro de la reina Victoria. En Estados Unidos se imprimió el primer sello en 1853. El correo llegó a tener un gran impacto en la sociedad. Por ejemplo Rowland Hill (1840) calificó a la oficina de Correos como “un poderoso motor de civilización”.

Podemos decir que el correo es un medio de comunicación interpersonal, ya que la carta es mandada a una sola persona. Por lo tanto la prensa se convierte en un medio de comunicación masiva porque cumple con los requisitos de que el mensaje es recibido por un receptor; grande, heterogéneo y anónimo.

Los inicios de la creación de mensajes para una sociedad grande empezó con los oradores, después con panfletos hechos por el gobierno en turno, incluso en la República romana en el año 59 a.C. se hacía circular una lista de eventos llamada “Acta Diurna” (eventos del día). Los antecedentes de la prensa se encuentran en

unas gacetillas que se encontraron en Alemania que datan de 1609. De igual manera y en París se empezó a publicar La Gazette.

Tuvo que pasar más de un siglo para que en 1780 se empezara a publicar el primer periódico dominical británico. El primer diario con éxito fue fundado por Benjamin Day en 1833, con el nombre de “The Sun” en New York.

James Gordon Bennett fundó el periódico The Herald, quien decía (1835) “Mi ambición es hacer de la prensa el gran órgano y eje del Gobierno, la sociedad, el comercio, las finanzas, la religión y toda la civilización humana”.

La historia de la prensa sigue su curso y llega a más lugares de mano de los avances tecnológicos, actualmente la prensa ya no sólo se lee de manera material después de comprar en el puesto de revistas, sino que desde el hogar se puede acceder a su página web y leer de manera gratuita o poder revisar el número del día, después de una suscripción, con la ventaja de ir actualizándose la información de manera casi inmediata.

Formas de comunicación a distancia

La comunicación es un acto inherente al ser humano, es un proceso cotidiano, sencillo y básico, pero con el paso del tiempo –como se ha ido describiendo- la forma de comunicarse ha cambiado. La comunicación interpersonal a distancia por medio de cartas era demasiado lenta, pero con la electricidad llegó un gran cambio.

En 1837 William Fothergill Cooke y Charles Wheatstone fueron los primeros en patentar el telégrafo con la siguiente descripción: “Progresos en la producción de señales y alarmas sonoras en lugares lejanos por medio de corrientes eléctricas que se transmiten a través de circuitos metálicos”. Mientras Cooke y Wheatstone trabajaban en el telégrafo en Gran Bretaña, en Estados Unidos de América, Samuel Morse diseñó un código de puntos y rayas que podía leerse a cuarenta

palabras por minuto. El código que Morse formuló, tuvo gran aceptabilidad y termino usándose universalmente para la transmisión telegráfica.

Algunos beneficios que trajo el telégrafo fueron: unión de mercados nacionales e internacionales, aceleró la transmisión de información pública, local, nacional privada y los mensajes a distancia podían prevenir desastres naturales.

El próximo invento que dio un paso más en el modo de comunicarnos fue el teléfono, no sólo acortó distancia, sino que ya no se necesitaba un código específico para poder comunicarse, con el simple hecho de hablar, el receptor podía escuchar a grandes distancias sin tener que gritar. En 1876 Alexander Graham Bell fue quien inventó el teléfono, ya que él y su artefacto sí pudieron transmitir habla inteligible y lo mostró en la Gran Exposición del Centenario que se realizó en el año 1876 en la ciudad de Filadelfia, haciendo la primer llamada a su socio Thomas Watson con la frase “Señor Watson, venga, lo necesito”.

The Times en 1902 decía que era “una comodidad para ricos y un aparato comercial para quienes se pueden dar el lujo de pagarlo” pero gracias a la expiración de la patente de Bell, muchas empresas independientes hicieron su lucha y la perspectiva cambio un poco, ya que el teléfono podía facilitar la descentralización y transformaba los métodos de compraventa, la política y el periodismo.

En el teléfono se pueden encontrar las raíces de la radio, en 1877 el Springfield Republican hacia una gran predicción, mencionando que gracias al teléfono “Toda música de una *prima donna* podría distribuirse en el país al mismo tiempo que canta y de esta manera popularizar a la buena música en un grado desconocido hasta ahora”.

Los inicios del radio como un elemento separado del teléfono se basan en las teorías del científico alemán Heinrich Hertz, quien corroboró experimentalmente lo que Maxwell había formulado sobre las teorías relativas al campo electromagnético. Fue Guglielmo Marconi quien en 1896 llegó a Gran Bretaña

para exhibir lo que el llamaba: “Progreso en la transmisión de impulsos y señales eléctricas”.

El gran impacto a escala radiofónica se logró cuando la radio entró en la mayoría de los hogares, principalmente en Estados Unidos y luego en Gran Bretaña y Holanda. También existían grupos de radioaficionados llamados *hams* que ya habían forjado enlaces nacionales e incluso internacionales, éstos entraron en conflicto cuando en 1912 entró en vigor la primera Ley de Radio que restringía a los radioaficionados a limitarse a bandas de 200 metros de longitud.

El norteamericano Sarnoff pensaba sobre una transmisión radiofónica, al inicio la idea de comercializar productos por medio de la radio, pero pensaba que era una mala estrategia de ventas, ya que era como un tiro de suerte, por fortuna los resultados se dieron a favor. El visionario británico Arthur Burrows tenía la misma idea de publicidad, dándole un espacio a alguna agencia de publicitaria para utilizar los intervalos de tiempo entre las canciones.

Hasta aquí podemos hablar del nacimiento de la radio y la forma en cómo se fue convirtiendo en un medio de comunicación masiva; comenzando con experimentos telefónicos para transmitir a más de una persona, pasando por grupos de radioaficionados que se convirtieron en la primera lucha por la democratización de los medios electrónicos, hasta llegar a las programaciones estructuradas por secciones además de la publicidad. Pero el ser humano no sólo se conforma con escuchar lo que pasa, no está satisfecho cuando escucha las narraciones de una persona o una canción, aunque su imaginación trate de visualizar las palabras que escucha no es posible crear una imagen real y objetiva de lo que está sucediendo, para ello se necesita un nuevo medio de comunicación, en donde la vista sea el sentido que más se pueda explotar, estamos hablando de tres medios que van ligados; la fotografía, el cine y la televisión.

Medios visuales y audiovisuales

Dice un dicho popular que “el hombre aprende viendo” y hasta ahora los medios de comunicación no habían explotado el sentido de la vista del ser humano. Como se mencionó al inicio de este apartado, el ser humano como dispositivo de comunicación tiene la necesidad de transmitir información, por lo tanto en un inicio, incluso antes de la escritura, el ser humano trató de dejar su huella en el tiempo por medio del dibujo. Las pinturas rupestres son un claro ejemplo de esa necesidad, que sin los artefactos, ni las habilidades necesarias para dibujar plasmaron lo que pasaba en su alrededor. Con el paso del tiempo las técnicas de dibujo se fueron perfeccionando, llegando a un grado de realismo en las pinturas.

Fotografía

Pero si el ser humano ya había usado la tecnología para modificar el modo para comunicarse verbalmente, ya sea por medio de radio o el teléfono, por qué no utilizar la tecnología para modificar la forma en que el ser humano transmite documentos visuales como el dibujo. El inicio de esta travesía inicia en el siglo XVI con el uso de la cámara oscura por algunos artistas para plasmar sus bocetos. Esta cámara era un caja con un pequeño orificio en donde la luz entraba, y gracias a un efecto óptico la imagen del exterior era proyectada en una pared en el interior de la caja.

En 1826 Joseph Nicéphore Niépce logra tomar la primera “fotografía tomada de la vida” desde su ventana en Le Gras, posteriormente Louis Daguerre mejoró la técnica y en 1839 desarrolló lo que él llamó “Daguerrotipos”. En el mismo año William Henry Fox trabaja con el mismo objetivo que Daguerre, pero con un proceso totalmente diferente, que se denominó calotipo. Henry Fox utilizaba nitrato de plata y lograba reproducir “negativos”. Un avance, para poder darle color a las imágenes plasmadas fue logrado gracias a James Clerk, quien tomó la primera fotografía a tres colores en 1961, aunque los colores sólo podían verse a través de un proyector.

Dos sucesos lograron que las cámaras fotográficas pudieran llegar a más personas, el primero fue la producción de gelatina seca de manera industrial en Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia, todo esto en la década de 1870. El otro suceso que marcó un hito en la historia de la fotografía fue el lanzamiento de la cámara Kodak, gracias a George Eastman. El lanzamiento fue en 1888 con el eslogan: “Usted aprieta el botón: nosotros hacemos lo demás”.

Cine

Con estos avances, el ser humano ya podía capturar una imagen de la realidad en un pedazo de papel, pero como hemos mencionado, somos una especie que siempre trata de ir hacia donde su imaginación se lo permita, así que el próximo pasó a lograr en la historia de un medio visual, era; darle movimiento.

Los inicios del cine fueron mecánicos y manuales. Artefactos como el Zootropo y el Phenakistiscope generaban una sensación de movimiento gracias a dibujos. Fue Edward Muggeridge quien fue el primero en utilizar una secuencia de cámara para producir la sensación de movimiento. La serie de fotografías fueron tomadas en 1872 y éstas eran sobre un caballo trotando. Para el año de 1894 en el laboratorio de Thomas Alva Edison se patentó y creó una maquina en donde era posible ver imágenes en movimiento por medio de un ocular; el kinetoscopio. Al año siguiente los hermanos Lumiere (Louis y Auguste) presentaron su invento en Francia con el nombre de “cinematógrafo”. La presentación del artefacto creado por los Hermanos Lumiere se hizo en el Gran Café de Paris a un público de 35 personas.

Para el año de 1927 ocurrió un gran hito en la temprana historia del cine, de ahora en adelante las películas no sólo iban a ser vistas, sino que también iban a poder ser escuchadas. Aunque anteriormente, las películas eran amenizadas por pianistas, la música, las voces y los ruidos que se producían en el filme, no podían ser transmitidos al público en la sala, y este avance le dio más realismo a las historias que se proyectaban en las pantallas. El nacimiento del primer medio

audiovisual había llegado para quedarse. Este logro se dio gracias a una compañía que aún no tenía un gran renombre- la Warner Brothers- hasta que estrenó la primer película del cine sonoro: *El Cantor de Jazz*.

Es posible seguir escribiendo sobre cómo algunas películas cambiaron la percepción de cómo hacer cine (El ciudadano Kane), cómo algunas películas influyeron en la sociedad, cómo se fueron creando las grandes productoras cinematográficas, el nacimiento de los efectos especiales y sus avances, la influencia de las películas en los imaginarios colectivos de las personas, pero no es el objetivo de este escrito, así que daremos otro paso.

Televisión

El ser humano logró captar la imagen, logró darle movimiento a las imágenes, fue capaz de manipular esas imágenes para crear grandes historias y hacer lo imposible en el mundo real, logró darle sonido a esas imágenes. Pero faltaban algunas cosas; poder transmitir en vivo imágenes y tener una sala de cine en casa. Lo anterior fue logrado por otro invento, el cual ha sido amado por muchos, pero al mismo tiempo también odiado; *la televisión*.

En 1876 Shelford Bidwell mostró en la *Physical Society de Londres* la “Telegrafía en imagen”, que sería un avance para el invento que en un futuro llevaría el nombre de Fax, ya que las imágenes que trasmitía no eran continuas, sino instantáneas y fugitivas. No obstante se convirtió en un avance para la creación de la televisión, o al menos se descubrió que las imágenes también se podían transmitir por medio de un artefacto.

Quien logró patentar un sistema de televisión por primera vez fue Vladimir Zworykin en 1923. Ya a finales de la década de los 20's los televisores se comenzaron a poner en venta. El inicio de una televisión experimental se dio el 30 de septiembre de 1929, cuando Baird obtuvo el permiso de la BBC para poder llevar acabo ese proyecto.

Hubo batallas entre grandes compañías, lo cual hizo que el avance fuera más rápido, como siempre el conflicto siempre ha sido el motor para el adelanto tecnológico. Ya para el año de 1936 se pudieron transmitir por televisión las Olimpiadas de Berlín.

Ya el ser humano podía transmitir imágenes en movimiento, pero faltaba darle color a la imagen y transmitirla, hacerla más viva, en 1940, el mexicano Guillermo González Camarena consigue inventar la primera televisión a color, basada en los colores: rojo, verde y azul. En México la primera estación se instaló en septiembre de 1946 con las siglas XHGC, empezando con un alcance muy corto, al año siguiente las televisiones se encontraban en locales, en donde podían ser vistos, como una especie de sala de cine.

Hasta se pudiera decir que el ser humano había llegado a la cima, que no existía algo más que inventar o hacer. Imágenes en movimiento a color y con sonido transmitidas en vivo desde un lugar lejano del receptor, parecía ser un enunciado que podría alcanzar la perfección, pero estaban equivocados. Nuevos avances tecnológicos han surgido últimamente cambiando las percepciones de vida de muchas personas, causando efectos sociales, económicos, culturales, ideológicos y políticos. La llegada de Internet como una nueva herramienta de comunicación crea e innova nuevos rumbos en los procesos comunicativos, para algunos es la herramienta que el presente esperaba para tener un futuro prometedor y más democrático, para otros, otro dispositivo de enajenación para la sociedad.

En capítulos posteriores nos adentraremos más en el tema de Internet.

CAPÍTULO 3

Technologic – Daft Punk

La nueva era

El ser humano nunca se cansa de explorar, cuando la televisión fue inventada la tierra ya había sido explorada por todas partes, no existía lugares que el ser humano no hubiera pisado. Pero la curiosidad del ser humano busco nuevos campos para explorar: el espacio exterior. Se obsesionó por crear artefactos cada vez más diminutos, como transistores, chips y microchips. Y creó una nueva “realidad” para explorar dentro de este mundo: Internet.

Bases e inicios de internet

Una historia breve, nos es dada por Steven G. Jones, en Cibersociedad 2.0. Menciona que Internet fue formándose en la década de los 60's e inicios de los 70's cuando se creo DARPA (Agencia para el Programa de Investigación Avanzada de Defensa) por varias universidades y el Departamento de Defensa de EUA. El producto de esta unión fue: Arpanet, la cual fue usada principalmente para investigación, pero le encontraron otro uso, igual o más importante: La Comunicación. Arpanet comenzó a utilizarse como un medio, en donde los investigadores podían adquirir informaciones por medio de mensajes. En esos días Internet no era un lugar lleno de información, simplemente era una nueva forma de servicio postal. Al mandar información se dieron cuenta de que algunos datos podrían servir a más de una persona conectada a dicha red, por lo tanto crearon las listas de correo, las personas que se encontraban en las listas eran capaces de ver la información recibida y desempaquetarla para su propio uso. Esto sólo fue el inicio.

Para poder hablar sobre Internet, softwares y procesadores, es necesario remontarnos, a la época en donde se crearon los primeros circuitos integrados o

chips. En 1946 fue presentada al público la ENIAC “Electronic Numerical Integrator And Computer” (Computador e Integrador Numérico Electrónico) la primera computadora. Era una máquina gigantesca utilizada para fines militares que dependía de miles de válvulas o tubos al vacío.

En 1954 Gordon Teal inventó lo que conocemos como *chip*, el cual tenía el tamaño de la uña de un dedo. Otro avance fue la creación de los circuitos integrados y quien solicitó la patente de esta nueva invención fue Jack Kilby (1959) con la siguiente descripción “Un cuerpo de material semiconductor [...] en el que todos los componentes del circuito electrónico están completamente integrados”. Con este avance tecnológico, un chip de silicio de un sexto por un octavo de pulgada tenía la misma capacidad que la ENIAC, ya que contaba con 2,250 transistores integrados en el interior.

En 1971, Marcian Hoff ideó el microprocesador, el cual lo describía como el corazón del ordenador, experimentándolo con un reloj, para que sonara como un piano. Posteriormente Intel se encargó de su comercialización y su producción para que tuvieran más poder y se descentralizara su uso. Anteriormente la IBM, en 1961, tenía 6 diferentes líneas de ordenadores, pero ninguna se acercaba a las tareas que realizaban los ordenadores personales.

Diversión, entretenimiento y un nuevo mercado

Una consecuencia de los avances de los microprocesadores, fueron los *softwares*, porque representaban el lado creativo del *hardware*, la verdadera herramienta para darle uso al ordenador, como dijo Hundt “sin programadores de software los ordenadores serían, criaturas inertes, en espera de que el Creador les infundiera vida”.

Aun con grandes adelantos, el ordenador todavía no se veía como un gran avance dentro de la sociedad en general. Una colección de ensayos titulado *From television to home Computer* publicado en 1979, catalogaba al computador, en

una categoría más baja que los videocasetes, en nuestros días, casi obsoletos. Muchas personas no se aventuraban a adquirir un ordenador, ya que necesitaban un nuevo lenguaje, además pensaban que como era un artefacto complejo tecnológicamente, era necesario tener mucho conocimiento para poder usarlos.

Uno de los primeros ordenadores llevó el nombre de “La Mascota”, el cual era sencillo de manejar y con un equipo de fidelidad igual de manejable. Los ordenadores se convirtieron en un gran negocio que tenía que ser explotado, por ejemplo, en 1963 cuando Olsen llevó al mercado el PDP8, la empresa Digital Equipment Corporation, aumentó sus ventas 9 veces. En Julio de 1975 se instaló la primera tienda de ordenadores en Los Ángeles, y un mes después salió a la venta, el primer número de la primera revista sobre informática: *Byte*. El mercado había encontrado un nuevo target, un nuevo sector de consumidores que estaban ansiosos de saber qué pasaba alrededor de un nuevo mundo.

El uso de ordenadores, no sólo se usó para la investigación y la creación de una nueva era de información, sino que también se utilizó para el entretenimiento. Nicholas Bushnell en 1974 comenzó a vender el videojuego llamado *Pong*, con un microprocesador que se podía adaptar a cualquier televisión. Para 1980, su compañía Atari, ya había vendido más de 100 millones de dólares en videojuegos y procesadores para el hogar.

En 1986 salió a la venta el primer ordenador de éxito comercial: Apple. Tuvo éxito entre los clubes locales, el mismo año salió Apple II. Después de 4 años Apple Macintosh ya era una empresa pública evaluada en 1,200 millones de dólares. Al año siguiente IBM logró vender 35,000 unidades de su primer ordenador personal y el 40 por ciento de los ordenadores ya utilizaban programas de Microsoft. En 1984, ya casi se llegaba al millón de ordenadores en todo el mundo, pero también dentro de poco muchos ordenadores quedarían obsoletos, así que el *software* constituía la clave para aumentar el uso de todos los ordenadores, aquí es donde Microsoft se volvió una gran empresa, ya que su sistema operativo Windows, llegó a todo el mundo.

En 1993 Marc Andreessen ya había desarrollado el sistema de navegación “Mosaic” y en 1995 Microsoft introdujo un servidor de información de Internet: el Internet Explorer. Un nuevo mundo se estaba acercando.

La ventana hacia el ciberespacio

Después de revisar la historia y la evolución de los ordenadores, es momento de una introducción en el proceso de cómo se fue formando lo que hoy conocemos como Internet. La década de los 90's fue la época en que se tuvieron los grandes avances dentro de esta rama. En 1991 el libro titulado *Technology 2001: The future of computing and Communications* editado por la MIT, no mencionaba nada sobre Internet, pero a finales de los 90's E. M. Noam director del Institute of Tele-Information de la Universidad de Columbia mencionaba “Cuando se escriba la historia de los medios del siglo XX, se considerará a Internet como su mayor contribución”.

ARPANET era vista desde dos puntos, mientras que la Defensa Nacional buscaba guardar la información dentro de ARPANET para que sobreviviera si existiera algún ataque nuclear o de cualquier tipo, las universidades esperaban que ofreciera libre acceso a los usuarios académicos e investigadores. Como los ordenadores eran muy diferentes entre sí, se necesitaba un microprocesador que sirviera de interfaz para poder desfragmentar la información.

El primer IMP (procesador de mensaje interfaz) llegó a la Universidad de California en enero de 1969 y en dos años, ARPANET estuvo en pleno funcionamiento, ya en 1975 con el nuevo nombre de DARPA tenía 2000 usuarios que se comunicaban por medio de correos electrónicos, los cuales no tenían que ver con temas relacionados de defensa nacional.

El primer proveedor de Internet fue CompuServe en 1979, posteriormente se unieron American On-Line y Prodigy, para 1993, estas 3 compañías tenían una base de 3,5 millones de suscriptores.

En 1989 el inglés Tim Berners-Lee que trabajaba en CERN ideó lo que bautizó como “telaraña global”, como él mismo dijo: Supóngase que pudiera programar mi ordenador para crear un espacio en el que cualquier cosa pudiera conectarse con cualquier cosa. También comentó “Supóngase que toda la información almacenada en los ordenadores de cualquier sitio estuviera conectada”, pero éstos no eran los objetivos que buscaban las empresas. Bernes-Lee sólo buscaba dar más oportunidades a las personas que tuvieran un ordenador, mantener la red abierta, sin propietario y gratuita.

Times calificó el logro de Bernes-Lee como *casi gutenberguiano*, porque había tomado una poderosa herramienta de comunicaciones de una élite, para ser usada como un medio de masas”. Después de todo Internet se convirtió en un punto de conexión principal para otras redes, se volvió una espina dorsal, donde todos se apoyan. Es una red descentralizada y global, por lo tanto necesita ser estudiada, darle una definición, buscar cómo abordar este nuevo fenómeno para estudiarlo socialmente.

Internet está llegando a más lugares, por lo tanto son más los receptores que pueden ser influidos por este nuevo medio y consecuentemente tener un cambio social o cultural. Las maneras de ver la realidad están cambiando, nuevas palabras se han hecho parte de nuestro lenguaje, los medios masivos tradicionales –TV, radio, prensa- se apoyan en Internet para tener un público más amplio, cualquier persona puede usar Internet para expresarse como les dé la gana, se pueden esconder detrás del anonimato para tener contacto con otros anónimos, que están distanciados físicamente, pero conectados o mediados por ideas y tecnología. Se está llegando a una comunidad global, desapareciendo las cuestiones de espacio y tiempo, pero ¿estamos preparados?, ¿qué pasara? ¿Es bueno o malo?

¿Cómo estudiar el mundo virtual?

Steven G. Jones (1998) en su publicación *CiberSociedad 2.0* menciona que la analogía de Internet con una autopista es anticuada, pero que aún sirve para hacer dicha comparación, incluso Microsoft usó esa analogía en sus anuncios con el slogan *¿Dónde quieres ir hoy?* Pero también es necesario mencionar que Internet no es sólo mera tecnología, sino que es un proyecto, al igual que las autopistas; ambos proyectos iniciaron igual, ideados para un uso militar y bélico, pero en periodos de calma el uso cambió más hacia lo comercial, aquí queda claro que la mayoría de avances tecnológicos son ideados para el poder, para ganar una guerra o simplemente para mantener el orden, quizás el ser humano, gracias a su curiosidad innata, busca un uso mas amigable y con más provecho, a lo mejor algunas personas piensen que las autopistas o Internet han creado grandes monstruos, dividen a la sociedad, invaden la intimidad de todos los ciudadanos, pero no todos piensan lo mismo.

Internet tiene consecuencias, ya que le otorgamos lo que somos, quienes somos, quienes somos entre los otros y quien queremos ser, generando un problema de identidad. Pero hay una diferencia entre las autopistas e Internet, este ultimo en vez de atomizarnos, nos conecta utilizando un vehículo (ordenador) sin desligarnos del mundo.

Una pregunta que surge es ¿Cómo deben de ser las comunidades electrónicas? ¿Cómo adaptar el término *comunidad* en un contexto no físico? Howard Rheingold (1993) lo pronosticó como una suerte de florecimiento final, un lugar donde los individuos moldean su propia comunidad al escoger a qué otras comunidades pertenecer. También las relaciones dentro de la red son mas fáciles de llevar a cabo, no es necesario crear un lugar, sino simplemente escogerlo en el menú y ser parte de él, donde podemos salir y entrar sin ningún compromiso predeterminado.

Usando palabras de Stephen Farina (1996), las comunidades se circunscriben particularmente en un lugar donde se incluyen complejas necesidades sociales y

ambientales, no es tan fácil como entrar en un blog y comentar. Las relaciones sociales tienen que ser vividas, aceptar normas y reglas para ser aceptado, mientras que en el mundo virtual, el usuario no se presenta cara a cara, sino con una máscara y con información básica, estos datos son más que suficientes para ser aceptado en casi cualquier parte del mundo virtual.

La construcción social de la realidad que existe en Internet, no está constituida por las redes, sino que está constituida en las redes. Las redes unen, los usuarios se mueven en ellas, pero no físicamente, lo cual sería más fácil de entender. La comunidad no es unida por un espacio físico, sino por símbolos que surgen de la interacción entre usuarios.

Una comparación que hacen Nguyen y Alexandres (1996), es que los medios de comunicación masiva son medios unificadores, todo por medio de un teatro a tiempo real, mientras que en el ciberespacio no hay ningún escenario central, es un lugar que a pesar de ser inmenso, es en la misma medida descentralizador.

P. Virilo hace (1995) una comparación entre el teatro y el cine, destacando que en el teatro todo espectador tiene un punto de vista diferente, mientras que en el cine, todos ven lo mismo, no importando el ángulo en donde se encuentren. Con la llegada de la comunicación mediada por ordenador, cualquier miembro de la audiencia puede ver un punto diferente de cualquier suceso histórico. Todos se vuelven partícipes, no se cuenta sólo una historia, el monopolio de la información queda obsoleto. En el ciberespacio puedes leer opiniones de diferentes polos ideológicos, la audiencia participa con artículos, videos, fotografías. Nos queda claro en este aspecto, que la verdad es completamente relativa.

Un aspecto que es debatido es ¿La comunicación mediada por ordenador nos llevará a una comunidad global-local? Douglas Schuler (1996) responde: La tecnología informática puede jugar un papel positivo al reconstruir la comunidad fortaleciendo valores nucleares. Pero aquí entran dos factores, el orden y el caos. El caos producido por el exceso de información y la necesidad de crear un “orden” dentro de un lugar anárquico. En sí, este proceso es desconcertante para los

usuarios, crear normas de mundos virtuales. Por eso nos encontramos en una etapa de aprendizaje, que puede ser colaborativo y armonioso, pero igual frustrante y desesperanzador. Pero existen esperanzas, en primer lugar necesitamos nuevas comunidades y en segundo, las podemos crear tecnológicamente. Nos da una oportunidad de empezar de nuevo, instaurar una identidad que gracias a la maleabilidad puede ser creada y negociada.

Chesebro y Bonsall (1989) tienen otra duda ¿Toda comunicación tiene como fin último el contacto social? El ciberespacio nos da la oportunidad de una comunicación de forma eficiente ya que engloba la eficiencia y el contacto social de una vez, además de permitir personalizar nuestros contactos sociales a partir de comunidades fragmentadas. El contacto social puede ser más provechoso refiriéndose a lo que uno quiere recibir como información y con qué grupo tener contacto. Una conclusión es, mientras en el mundo virtual creas contacto social, en el mundo real haces contacto laboral, al final de cuentas siempre buscamos ser parte de una comunidad a través de cualquier medio que sea de nuestra utilidad, en conclusión, somos seres sociales.

Aquí también entra en cuestión que buscamos comunidades en espacios que no habitamos físicamente. Schuler (1996) hace un llamamiento por la reconstrucción de comunidades. La comunicación mediada por ordenador, no sólo estructura las relaciones sociales, sino que se convierte en el espacio en el cual ocurren y también es la llave para entrar en el espacio. Pero, ¿qué es ese *espacio*? Benedikt (1991) lo define “El espacio, para tantos de nosotros planea entre la existencia ordinaria, física y alguna otra cosa” Edward Soja (1989) nos da otro planteamiento sobre el mismo concepto “El espacio producido socialmente, donde la especialidad puedes ser [...] el espacio físico de la naturaleza material o el espacio mental de la cognición y representación”.

Otro factor importante dentro del espacio, es la movilidad, la cual tiene dos sentidos, el primero que es un desplazamiento de un lugar sin haber viajado físicamente; el otro es una movilidad de estatus, clase, rol social y carácter, como dice Marshall Berman (1982) “Los ciudadanos del ciberespacio vienen aquí para

ver y ser vistos así como para comunicar sus visiones a algún otro, no por ningún propósito ulterior, sin codicia ni competitividad, sino como un fin en sí mismo”.

En este “lugar” existen muchas contradicciones, por un lado la comunicación mediada por ordenador parece fomentar la comunidad o al menos un sentido, pero del otro lado encarna una comunicación impersonal del ordenador y del mundo escrito, como Joli Jensen (1990) comentó “la vida tradicional estaba marcada por el cara a cara, relaciones íntimas entre amigos, mientras que la vida moderna está caracterizada por el contacto distante, impersonal entre extraños”. Otra definición del espacio virtual hecha por Sandy Stone (1991) “Son espacios sociales incontrovertibles en los que la gente todavía se encuentra cara a cara, pero bajo nuevas definiciones tanto de ‘encuentro’ como de ‘cara’”.

Las comunidades virtuales son el punto de paso para conjuntos de creencias y prácticas comunes que unieron a la gente que estaba físicamente separada. El elemento más importante para las relaciones sociales en el espacio virtual, es el hecho de que la información es compartida, la unión es mediante ideas, no por espacio físico. Luego de evaluar la historia de estudios comunitarios se comprende que el espacio era entendido menos como un producto social, y más como aquello que producía las relaciones sociales. Stacey identificó tres características de las comunidades: Territorio, sistema social y sentido de pertenencia. Entonces ¿se puede hablar de una comunidad sin territorio? Licklider y Taylor (1968) dicen que son comunidades sin una localización común sino con un interés en común y según ellos, la vida será más feliz para los individuos de la red, ya que interactúan con personas más afines a sus intereses y metas, para escapar de las construcciones sociales que la ubicación territorial nos ha impuesto.

Bender (1978) nos puede dar una conclusión, al mencionar que las comunidades no son definidas por lugares, sino como redes sociales, esta definición es útil para los espacios virtuales, porque se centra en las interacciones y se aleja del lugar, como característica de una comunidad. Pero, ¿las comunidades son buenas o malas?, el simple hecho de utilizar la palabra comunidad hace pensar en algo

“bueno”, pero se olvida que un montón de comunidades en el mundo han iniciado guerras y ataques, así que es necesario hacer un análisis. Quizás muchas comunidades dentro del mundo virtual no tienen nada de malo, pero también pueden llegar a ser racistas o discriminatorias. Los gustos en común siempre tienen su contraparte y como usuarios de la red, se debe tomar en cuenta que en el ciberespacio se puede encontrar de todo, por lo tanto, de la misma manera se debe ser tolerante con gustos que no son del propio agrado.

Después de hablar de abstracciones sobre el espacio y la comunidad por medio de la comunicación mediada por el ordenador, es tiempo de cuestionar ¿qué nos va a dejar? Algunos supuestos son dados por Steven Jones (1998) y son: 1) Crear oportunidades para la educación y el aprendizaje. 2) Crear nuevas oportunidades para la democracia participativa. 3) Establecer contraculturas en una escala sin precedentes (este punto, es el más importante para este trabajo). 4) Enmarañar materias legales ya difíciles por lo que respecta a la privacidad, los derechos de autor y la ética. 5) Reestructurar la relación hombre-máquina. Quizás el punto no es crear nuevas relaciones sociales, sino reorganizarlas armoniosamente junto al nacimiento y evolución de las nuevas tecnologías.

Así como definir espacio o comunidad es importante dentro de la realidad virtual, el concepto de *identidad* es igual de importante. Como dice Rheingold (1993), se reducen y se codifican las identidades en la pantalla, al mismo tiempo que se empaquetan y decodifican. La manera de utilizar esas palabras para describirnos determina nuestras identidades en el ciberespacio y la agregación de personajes interactuando unos con otros, determina la naturaleza de la cultura colectiva.

También coexiste la comunicación mediada por ordenador con las relaciones sociales ya formadas, en nuestros días es más común pedir el Facebook de alguien, que su número de celular, y en última instancia el teléfono de su casa. Las relaciones sociales pueden ser traspasadas de lo real a lo virtual, así como de lo virtual a lo real. Aun sabiendo eso, existen disonancias entre los dos “espacios”, personas que son serias en los espacios sociales, pueden ser centro de atención dentro del mundo virtual, de esta manera la identidad ya no es fácil de inventar, al

menos que cuentes con una cuenta alterna, en donde juegues y te muevas en el anonimato a través de la red.

Dos aspectos importantes en la comunicación mediada por ordenador e importantes para este trabajo son: 1) Los ordenadores atraviesan o derrumban los límites y 2) Los ordenadores destruyen jerarquías.

El primero es de gran importancia, ya que la música ha roto los límites geográficos, se puede saltar de música latina a música árabe con un solo *click* de distancia, lo que anteriormente era casi imposible, a menos que se tengan amigos que apoyen en buscar esas rarezas musicales de importación. También atraviesa la barrera y expande el catálogo musical que una persona pudiera tener, antes las estaciones de radio eran limitadas ante los géneros musicales (aún pasa en menor grado), ahora se pueden escuchar todo tipo de géneros, además de nuevas hibridaciones musicales.

El otro punto es sobre la destrucción de jerarquías. En nuestros días muchas personas ya no escuchan la música de moda, impuesta por los medios masivos, esa jerarquía está por desaparecer, quizás sea un proceso lento, pero el catálogo de gustos musicales crecerá en algunos años gracias a las oportunidades que brinda la red.

En sí, Internet es un medio alternativo, underground y contracultural por nacimiento a falta de reglas y normas, lo cual permite explotar la creatividad de los usuarios, que son quienes hacen crecer al mismo Internet. Otro punto importante es que democratiza la información, otorga muchos puntos de vista acerca de una noticia, mientras que los medios masivos tradicionales tienen el poder de imponer una verdad, Internet da la oportunidad de rodearla, analizarla, contextualizarla y procesarla sin un líder de opinión que te diga la noticia (en Internet quizás no hay líderes, aunque sí algunos con mayor peso que otros).

Otra cuestión es ¿si la radio y televisión crearon una sociedad distinta, las redes informáticas harán lo mismo? Quizás ésta sea la oportunidad para evitar los

errores que se cometieron con los medios masivos clásicos, brinda la posibilidad de utilizar el comando “Ctrl+Z” en nuestra sociedad.

Mundo Virtual

Cuando escuchamos la palabra *virtual* inmediatamente la relacionamos con los avances tecnológicos, con las computadoras y con Internet. Pero muchas veces algunas palabras tienen raíces demasiado profundas, con significados anteriores no tan diferentes de la concepción que ahora se le da. Por ejemplo, la palabra “pantalla” usada diariamente, viene de la palabra francesa *écran* que se refiere a protección o a una barrera, Platón argumentaba que en cada sentido del ser humano existe una pantalla, que nos separa del mundo de las ideas y nos deja en el mundo sensible, algo parecido sucede en la actualidad. La pantalla de la computadora ya no es una barrera, sino una ventana, una puerta hacia otras “realidades”, a otros “espacios” con diferentes reglas del mundo que se concibe con nuestros sentidos.

Regresando, la palabra “virtual” tiene su raíz en el latín *virtus* que significa fuerza, energía e impulso inicial. Por lo tanto *virtus* no es ilusión o irrealdad, más bien es real y activa, se manifiesta precisamente en la acción, en la actualidad. Lo virtual es la fuerza inicial de la causa, pero también se presenta en el efecto, “Así como la causa está virtualmente presente en el efecto, el efecto está virtualmente presente en la causa” (Philippe Quéau, 1995). Para poder entenderlo, lo virtual se encuentra presente dentro de la materia, por ejemplo, un árbol está virtualmente dentro de una semilla. Lo potencial es un concepto diferente, porque éste se manifiesta sólo cuando se convierte en actual, mientras lo virtual está escondido, esperando manifestarse en el momento preciso o pedido por algún agente externo. Lo mundos virtuales deben de ser realizados, hay que lograr con trabajo encontrar lo que virtualmente está escondido, traerlo a la actualidad y descubrir que lo anima.

Ahora, ¿qué es un mundo virtual? Philippe Quéau (1995) lo define como “una base de datos gráficos interactivos, explorable y visualizable en tiempo real en forma de imágenes tridimensionales de síntesis capaces de provocar una sensación de inmersión en la imagen” Quizás el concepto, al usar la palabra “tridimensional” esté muy relacionado con la virtualidad de adentrarse a un nuevo mundo como lo hacían creer las películas de ciencia ficción, con cascos que provocan visiones en píxeles y todo un traje para visitar mundos alternos, y no como en realidad está ocurriendo en la actualidad. Aunque la segunda parte del concepto “provocar una sensación de inmersión en la imagen” es parte de lo que ocurre día a día entre los internautas. La parte sensible, nuestro sentido de la vista se adentra en la pantalla para traducir la información y hacerla inteligible en el mundo real. La palabra “inmersión” es definida como: introducción de algo en un líquido. Y sí, el mundo virtual es más moldeable en comparación con la realidad. Las reglas dentro del la virtualidad pueden ser moldeables si se saben manejar las herramientas y las bases de ese espacio.

Ahora, qué hacer ante nuevas ventanas, nuevas aperturas, nuevas oportunidades del mundo. ¿qué posición debemos de tener? Philippe Quéau (1995) menciona dos puntos de vista: Asustarnos ante los peligros añadidos ante la pérdida de realidad o entusiasmarnos ante las posibilidades de simulación de un nuevo mundo. Desde el punto de vista del autor, nos inclinamos a la segunda, ya que nos creamos nuevas posibilidades de contacto, nuevas formas de compartir gustos, nuevas formas de adquirir objetos simbólicos en una sociedad limitada, creamos nuevos grupos sociales, además el impacto producido por los mundos virtuales no se queda en ellos, sino que se traslada al plano real y se comprueba que algo puede cambiar, y ¿por qué tenerle miedo a la pérdida de realidad? Si desde épocas ancestrales se ha tratado de evadir, ya sea mediante religiones, sus ritos, o consumo de estupefacientes, sólo con ese propósito.

La llegada de los mundos virtuales ha sustentado y tirado varias teorías de filósofos que quizás nunca pensaron en lo que ahora vivimos. Un ejemplo claro es el de Pitágoras, quien argumentaba que el arjé del mundo estaba basado en los

números, y pues la estructura del mundo virtual es el código binario, que es representado en su mayoría por el cero y el número uno. Así que Pitágoras siempre sí tuvo la razón, al menos en un nuevo mundo. Quien posiblemente se esté revolcando en su tumba es Kant, quien mencionaba que la inexistencia del espacio era inconcebible, argumentando que el espacio es necesario para el uso de nuestra sensibilidad y el desarrollo de fenómenos. Cosa contraria sucede con el mundo virtual, no es necesario un espacio físico para poder percibir, sino que el espacio en sí es un objeto que interactúa con otros objetos de la misma especie, ya que el espacio virtual no es un espacio en sí, sino una imagen como todo lo habitable en ese "lugar". También varios filósofos manejaron el concepto de dualidades, como Descartes con espíritu y materia, Platón con el mundo sensible y el mundo de las ideas, algo parecido acontece en el mundo virtual, la dualidad entre lo sensible y lo inteligible. Las imágenes representan la percepción de lo sensible, mientras que los símbolos lógico-matemáticos que crean a los modelos son parte de lo inteligible. Así que ambas partes de un todo se alimentan constantemente en un proceso dialéctico en donde ninguna parte pierde.

Pero entonces, si no podemos meternos a la computadora como lo hacen en las películas, ¿qué tiene de interesante el mundo virtual? Lo interesante de los espacios virtuales es que están cargados de datos, de información que se busca por cuenta propia, como si fuera una biblioteca gigante, y no sólo eso, sino que un espacio virtual probablemente haga referencia a otro con diferentes datos, pero con la misma raíz sobre el tema. Es como un gran laberinto en donde se debe aprender a mover y saber buscar la información precisa, y no sólo datos. Mientras viajas en los espacios virtuales, además de información encuentras a los creadores de esa información, a las verdaderas fuentes de conocimiento y sus ganas de compartirlo.

¿Hasta dónde quieres llegar hoy?

Internet llegó a nuestras vidas para quedarse, el slogan de Microsoft se ha convertido en realidad “¿Hasta dónde quiere llegar hoy?” es la incógnita que el espacio virtual nos da respuesta cada día. Entrar al ciberespacio siempre es una nueva experiencia, es como si cada vez que se entra en una biblioteca la mayoría de libros fueran actualizados por las personas que acuden a leer. Anteriormente internet era igual que una biblioteca normal, el receptor sólo era un ente pasivo que se dedicaba a leer, observar y analizar, sin poder dar un *feedback* o hacer un comentario al autor de algún libro, pero con la llegada de la *web 2.0*, todo cambió, es un avance democrático para los internautas porque pone a su alcance herramientas para participar en el ciberespacio, llenarlo de información del mundo real y generar una comunidad. *La Web 2.0* llegó con nuevas herramientas que hicieron más dinámico el ciberespacio, tales como: *wikis*, sitios denominados “redes sociales”, páginas donde se pueden almacenar datos para ser visualizados y compartidos. Pero lo que importa a este trabajo es que una de las herramientas que tuvieron más auge en esta revolución cibernética, fueron los *Blogs*, de los que se hablará más a fondo en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 4

Digital – Joy Division

Como se ha mencionado repetidamente en este trabajo, el ser humano tiene la necesidad de expresarse, de manifestarse, de compartir sus gustos y puntos de vista. El ser humano se mantiene activo en el proceso comunicativo para no quedar aislado, utiliza la función fática del modelo de Jakobson para establecer y prolongar su comunicación. También como se vio en el capítulo 2 “Welcome to the machine”, los medios masivos de comunicación siempre han estado en las manos de las personas que tienen poder, de la clase dominante, llegando al grado de utilizar a los medios como Aparatos Ideológicos para disimular las relaciones de explotación que existen dentro de las sociedades. Los medios masivos siempre han sido manejados por pocas personas, de la misma manera que siempre han estado al servicio del Estado en curso, o en casos más extremos y actuales, el gobierno está en manos de los medios masivos de comunicación. Medios alternativos, como; fanzines, periódicos independientes, estaciones de radio piratas, siempre han querido demostrar lo que los medios masivos ocultan, pero pocas personas tienen conocimientos, técnicas y artefactos para que sus mensajes tengan un alcance masivo.

Historia y definición de una nueva palabra: Blog

Todo lo anterior, es un punto pesimista de los medios de comunicación, pensar que todo lo que difunden son mentiras, que nos inyectan una realidad diferente, - como se pensaba en la teoría de la Aguja Hipodérmica de Laswell- mantenernos atados frente al televisor o la radio, recordar que los medios masivos no son democráticos, sino que hasta son empresas privadas, que su objetivo es vender y no informar. Pero ¿qué pasaría si todos tuviéramos el poder de manejar un medio de comunicación con nuestro punto de vista? Un ejemplo claro se muestra en el capítulo “Fraudcast News” (“Noticias engañosas” en Hispanoamérica) de la

conocida serie de “The Simpsons”, donde Lisa crea un periódico, cuya primera edición lleva el nombre de “Vestido Rojo” y tiene una buena recepción en Springfield. El Señor Burns –una representación de la clase dominante- trata de comprar todas las emisoras de radio, los periódicos y productoras de televisión para crear una “buena” imagen de él mismo. Todos los medios masivos ceden ante el Señor Burns, pero todavía existe un medio independiente y en oposición: “El vestido rojo” de Lisa. La trama de la historia se centra en los métodos que usa el Señor Burns para tratar de comprar el periódico de Lisa. Después de varios intentos, Lisa cede y publica su última edición con el encabezado “Me rindo”. Pero las publicaciones de Lisa habían impactado tanto a la población, que desde ese momento todos quieren ser escuchados, por lo tanto varios habitantes de Springfield comienzan a publicar sus propios periódicos, empezando por Homero Simpson que titula su publicación como “El times de Homero”. El Señor Burns, se da cuenta de que aunque tenga los medios masivos en su poder, siempre habrá una línea alternativa que no podrá comprar, y mucho menos callar.

Ahora traslademos el capítulo de *Los Simpsons* al plano real, o no completamente real, sino virtual. El Internet, en especial los llamados *weblogs* y más recientemente *blogs*, dan esa oportunidad de expresar nuestras opiniones, compartir nuestros gustos y mostrar nuestros puntos de vista sin necesidad de ser dueños de una casa editorial, una emisora de radio o una casa productora de cine, sino simplemente con una computadora, tiempo, algo que decir y una conexión a Internet, lo anterior es posible.

Pero, ¿qué es o con qué se come un *Weblog* o *Blog*? Como es una palabra relativamente nueva, al menos en su uso, existen infinidad de conceptos, por ejemplo según el glosario de *La Blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital* el *Weblog* o *blog* “Es un sitio *Web* periódicamente actualizado, que recopila cronológicamente textos y/o artículos de uno o varios autores, donde el más reciente aparece primero, con un uso o temática en particular, siempre conservando el autor la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente”. En la misma publicación, Adolfo Estalella (2006) en la introducción de su artículo *La*

construcción de la blogosfera: yo soy mi blog (y sus conexiones) apunta un concepto de blog:

Son espacios personales de comunicación en los cuales se desarrollan nuevas formas de sociabilidad que no están basadas únicamente en la comunicación textual, sino en mecanismos y prácticas conectivos, que no portan información, pero que consiguen crear entre sus participantes la sensación de que existe un espacio compartido para comunicarse.

Un concepto más concreto es el que publica *Blog Herald*

Un blog es una jerarquía de texto, imágenes, objetos multimedia y datos, ordenados cronológicamente, soportados por un sistema de distribución de contenidos capaz de proporcionar (al autor) la funcionalidad necesaria para distribuir esos contenidos con cierta frecuencia, exigiéndole capacidades técnicas mínimas, y que pueden facilitar la construcción de conexiones sociales significativas o comunidades virtuales alrededor de cualquier tema de interés.

El primer *blog* que empezó a circular en Internet, a inicios de 1994 fue *Justin's home page*, de Justin Hall, aunque en ese momento no existía un concepto que definiera la actividad que comenzó Hall. Fue hasta el año de 1997, cuando se utilizó por primera vez una palabra para definir dicha práctica; Weblog, que fue acuñada por Jorn Barger quien fusionó las palabras *web* –Red de Internet- y *log* –Bitácora en español-. En 1999 la palabra tuvo otro cambio gracias a Peter Merholz, ya que dividió la palabra “Weblog” en dos, quedando “We Blog” la cual publicó en su página Peterme.com. La frase tuvo una gran aceptación, y *blog*, rápido se convirtió en verbo, y por lo tanto también ocurrieron mutaciones para describir la actividad de *postear* y para nombrar a quien hacía dicha actividad. *Bloguear* o *blogging* se convirtió en la actividad, un verbo, y *Blogger* o *bloguero* en quien hace dicha actividad, o el sustantivo.

La actividad del blogging fue bien recibida por los internautas, y con la llegada de las primeras paginas webs que permitían alojar weblogs o blogs de manera fácil y sin tantos conocimientos técnicos fue mayor su aceptación. *OpenDiary* fue lanzado en la red en octubre de 1998 con una nueva modalidad que abriría más comunicación entre la comunidad de bloggers; Los comentarios. Y en 1999 llega a la red, *Blogger.com*; una de las páginas de blogs más famosas alrededor del mundo, que en 2003 fue comprada por *Google*.

La Blogosfera

Con el gran tránsito de información dentro de Internet gracias al *blogging* y los puntos de vista y gustos compartidos, se empiezan a crear grupos y el concepto de blogosfera –traducción del término en inglés *blogosphere*- toma gran relevancia. El concepto de *blogosfera* puede referirse tanto a todo el conjunto de *blogs* que existen, o para referir a grupos de *blogs* con temáticas compartidas. En sí, como dice el concepto mencionado en el glosario de *La Blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*, “la blogosfera es el resultado de la interconexión de blogs a través de mecanismos como los hiperenlaces, los comentarios, etc.”

Los *hiperenlaces*, los comentarios, los *hipertextos* son una manera de interconectividad entre los blogs, porque los blogs al parecer son más de uso comunicativo que informativo. La mayoría de *bloggers* busca ser leídos, las muestras de retroalimentación son comentarios que dejan en las entradas, incluso con las estadísticas que te dan ciertas páginas dedicadas al servicio de *blogs*, se sabe si se fue leído, pero que quizás no se animaron a comentar. La *blogosfera* se basa en la conectividad entre *blogs*, en retroalimentación, en saber que a alguien le interesa tu opinión, tu punto de vista, tus gustos musicales. Si sólo se navega por los blogs sin comentar, eres denominado un *luker*, un ser que no aporta nada, y dentro de la comunidad de *Blogger*, es una acción reprobable, porque como mencionamos antes, la blogosfera se basa en la conectividad y retroalimentación de la misma comunidad.

Otro factor importante es la facilidad con que se puede postear dentro del mundo de los *blogs*, ya no se necesitan conocimientos de informática para subir información a la red. La facilidad hizo que fuera un suceso democrático, ahora ya todos podrían tener su página *web* sin ayuda de nadie, y por lo tanto subir lo que se quiere sin problemas. Aunque la mayoría de *blogs* tienen un buen inicio, terminan olvidados por el *Blogger*; para otros tantos postear constantemente se ha convertido en parte de sus vidas, además de elevar del emisor y formarse como líderes de opinión dentro de un pequeño grupo, les sirve como escape ante la situación que estén viviendo.

Por lo tanto, si cada uno puede convertirse en un emisor, en un dueño de un espacio en blanco, todos podemos dar nuestra opinión de lo que está pasando dentro de nuestra sociedad, se pueden abarcar más espacios que los medios de comunicación tradicionales, si la televisión no muestra interés en bandas *underground* de algún estado del país, un *Blogger* puede aceptar esa responsabilidad y comenzar a escribir sobre ese tema. Si en la radio no programan canciones de bandas de rock australianas, seguramente en la *blogosfera* se encontrará un *blog* dedicado a ese tema.

Todos los movimientos, grupos y aspectos sociales pueden ser tomados en cuenta dentro de la red, sólo es cuestión de que alguien publique al respecto.

Tipos y estructuras del blog

Aunque exista una infinidad de *blog*, no son homogéneos, sino que existen diferentes líneas a seguir según la temática del *Blogger*. En una encuesta llevada a cabo por Gemma Ferrers – TintaChina, desde el observatorio de la Cibersociedad, se preguntó sobre las temáticas de lectura y escritura de los *bloggers* hispanos, de la cual se dividieron en 14 grupos según el contenido del *blog*: 1) autobiográficos. 2) Medios y periodismo. 3) Tecnología. 4) Humor. 5) Diseño y usabilidad. 6) Educación, ciencia e investigación. 7) Política. 8) Ficción.

9) Documentación. 10) Metablogs. 11) Economía y negocios. 12) Viajes. 13) Marketing. 14) Gastronomía.

El *blog*, como una herramienta de comunicación virtual también tiene sus características o estructuras. Empezando por el *post* o *artículo*, que en el glosario que hemos estado mencionando, es definido como “cada una de las ‘entradas’ que realiza el *bloguero* en su *blog*, ésta puede ser solamente texto, pero también puede incluir imágenes, audio o videos, hiperenlaces que vinculen a otro *blog*, a una fuente de información o incluso a un sitio de descargas”. Otra característica de los blogs son los enlaces, los cuales permiten que el internauta con un solo *click* llegue a otro *blog* –no necesariamente- para ampliar su información respecto al tema de la entrada del blog. También existe un apartado donde se encuentran los archivos del *blog*, por si quieres leer o visitar entradas anteriores. Otra característica importante que dan algunos servicios de *blog*, son los *permalinks* o enlace fijo, consiste en una dirección única para cada una de las entradas, esto hace que cada entrada del *blog* sea única en el universo de la red y pueda ser vinculado desde otros espacios. La herramienta del *blogroll* que se encuentra en los *blogs*, ha sido de gran ayuda para poder crear la *blogosfera*, ya que como lo apunta el glosario de *La blogosfera Hispana*, el *blogroll* es “una colección de enlaces que publican los autores en su *blog* [...] está compuesto generalmente por blogs que el autor lee con asiduidad, que considera de especial interés o relevancia o que son de amigos o personas cercanas”. Así que poco a poco dentro del mundo virtual, los enlaces se convirtieron en carreteras para poder conectar los *blogs* y crear la *blogosfera*. También existen características externas como la periodicidad de publicación de las entradas, ya que algunas personas no tienen el tiempo de publicar diario, o tienen secciones específicas que publican un día. Otro factor externo es que un *blog* no es manejado sólo por una persona, sino que puede estar detrás un colectivo que se turne para publicar.

Los *blog* también pueden ser modificados a modo de multimedia, dentro del texto inscrutan imágenes con referencia al texto, quizás al final del post se encuentre

un video que amplíe la información del receptor o *links* que dirigen hacia nuevas fuentes de información. Incluso se puede colocar música de fondo, para que el lector contextualice el texto con el audio que está escuchando. Ya no únicamente se trata de leer, sino de experimentar con todos los sentidos, oyendo, viendo y analizando desde otras perspectivas, un simple texto (en este caso *hipertexto*).

Pierre Levy y la Cibercultura

Universalidad sin totalidad

Los avances tecnológicos son producidos a una velocidad impresionante, en comparación con otras épocas; las herramientas, artefactos o dispositivos mientras más crecen, optan por hacerse universales, los programadores tratan que su trabajo sea el mejor, y por ende ser el estándar universalmente. La cibercultura es así, universal y sistemática.

Los medios de comunicación han revolucionado el mundo, por ejemplo, en las sociedades orales, los mensajes eran enviados, recibidos, procesados en un mismo contexto. El universo simbólico era casi el mismo, los mensajes no se podían malinterpretar, además que la comunicación regularmente se daba cara a cara, en el mismo tiempo y espacio. Con la llegada de la escritura se experimentaron nuevas acciones en los procesos comunicativos, por ejemplo, se hizo posible conocer mensajes de personas que no pertenecían al mismo contexto, ni al mismo tiempo. Para el emisor era fácil dar su mensaje, el problema ocurría con el receptor, ya que no se encontraba en el mismo contexto, e inclusive podían tener diferentes idiomas. Es por eso que nace el arte de la interpretación, el esfuerzo de tratar de descifrar tal mensaje con base en tecnologías lingüísticas de esos tiempos. Aquí comienza la idea de la universalización, un mensaje podría leerse en diferentes contextos y ser recibido de la misma manera, no exactamente igual, por que el contexto influye demasiado, pero la idea central se volvía

universal al momento de ser plasmada en un escrito. La filosofía, la ciencia, la religión, la cultura y otros aspectos de las sociedades que ayudaron a comunicarse de manera escrita tendieron a la universalización, con los medios masivos, que se convirtieron en difusores de la cultura de cada región se logró universalizar la información de diferentes campos. Aunque los medios masivos usen la universalidad para reunir a un grupo, descomponen los microcontextos y perspectivas y conocimientos empíricos de cada una de las personas. No nada más la cultura se universaliza, sino que llega a un grado de totalización, a un cierre semántico. Desde que comenzamos a ser sociedades basadas en la escritura, lo universal siempre ha ido de la mano con la totalización, pero con las nuevas tecnologías y las nuevas maneras de comunicación esa unión se puede romper, en palabras de Pierre Levy (1997): [En Internet] lo universal no se articula ya sobre el cierre semántico exigido por la descontextualización, sino al contrario. Este universal ya no totaliza a través del sentido, sino que reenlaza por el contacto, por la interacción.

Internet da una nueva forma de universal, un universal sin totalidad. El receptor dentro de Internet no es completamente pasivo, él busca información que le agrada, basada en su contexto, en sus costumbres y tradiciones, en sus gustos, en sus posibilidades, por lo tanto no puede existir un mensaje fuera de contexto, porque él mismo lo busca. La información dentro de la red es universal, pero no totaliza a los receptores, sino que ellos mismos saben de dónde obtener la información que es de su gusto.

Aquí es donde Pierre Levy descubre una paradoja dentro del ciberespacio: cuanto más universal, menos totalizador. En primera porque el internauta, quien utiliza Internet no sólo puede ser receptor, sino que puede añadir información, entre más información más heterogéneo se vuelve el espacio. Además que se vuelve más amplio, con mas conexiones, la red de información se vuelve inmensa, universal, pero no totalizadora.

El ciberespacio se vuelve un espacio donde se encuentra demasiada información, toda compartida para ser vista mediante conexiones, para ser criticada y

analizada, pero también como internauta se puede participar agregando más información. El sujeto se convierte en emisor-receptor al mismo tiempo y también, en un participante de una especie de inteligencia colectiva.

Interconexión, comunidades virtuales e inteligencia colectiva

La mayoría de inventos inician con una sola función, pero con el tiempo se van adaptando a nuevas eras, incluso se les pueden agregar nuevas funciones. La radio, por ejemplo fue inventada gracias a los mecanismos del teléfono, un ejemplo más claro y actual es el teléfono celular, cuya única función era hacer y recibir llamadas telefónicas, con el paso del tiempo se logró enviar mensajes de celular a celular, y ahora, los llamados smartphones tienen cámara de video y fotográfica, alarma, reloj, cronómetro y claro, acceso a Internet. Pierre Levy (1997) menciona en su libro *Cibercultura* que los aparatos tecnológicos avanzan gracias al deseo de las personas, pero este deseo no sólo se manifiesta comprando el aparato, sino cuando el receptor se interesa por el aparato, lee acerca del producto, trata de comprar el mejor equipado, el más actual, se informa de los nuevos avances. La tecnología pone, y el ser humano dispone.

La computación e informática y toda su parafernalia, anteriormente eran muy caras, pocas personas podían adquirirlas y eran usadas para proyectos de investigación en algunas universidades, no se hablaba para nada acerca de la comunicación mediada por computadores. Ninguna institución de gobierno o alguna multinacional fue causante del crecimiento de personas interesadas por la informática. Entonces ¿cómo creció tanto el ciberespacio? Pierre Levy señala que quienes lograron este crecimiento fueron los jóvenes metropolitanos de finales de los ochentas, donde encontraron un lugar en común para compartir conocimiento de todo tipo, mediante listas de correos o foros de discusión sin importar las fronteras que trazan los mapas geográficos.

Ahora que sabemos quiénes consiguieron el crecimiento del ciberespacio, Pierre Levy identifica tres principios que hicieron posible tal crecimiento.

Interconexión

Ser parte del ciberespacio y no participar de forma activa dentro de ella es mal visto por los internautas, y no sólo por ser apáticos, sino que Internet se basa en la interconexión misma, lo menciona Christian Huitema (1996) “El horizonte técnico de la cibercultura es la comunicación universal”. Si todo artefacto llegara a estar conectado a Internet, la comunicación no se basaría en canales, o redes, sino que pasaríamos a una sensación de espacio englobante, en otras palabras, el espacio se convertiría en un canal interactivo.

Comunidades Virtuales

¿Cómo se construye una comunidad virtual? Pierre Levy argumenta: “se construyen sobre afinidades de intereses, conocimientos, proyectos, en un proceso de cooperación o intercambio, y esto independientemente de las proximidades geográficas y de las pertenencias institucionales”.

Cabe aclarar que las relaciones en línea no son frías, ya que pueden existir fuertes lazos de amistad entre personas muy lejanas. Pero tampoco se puede decir que las relaciones en línea sustituyan a las relaciones físicas, sino que, pueden llegar a ser un complemento en la vida real.

Una comunidad virtual no es irreal, imaginaria o ilusoria, es simplemente un colectivo más o menos permanente organizado por medio de la nueva red mundial. Las personas que tienen intereses o gustos sobre un tema, esparcidos por todo el mundo, ahora pueden compartir sus experiencias en un lugar común, ahora la distancia no importa. Además quienes estén dentro de este tipo de comunidad, estarán más actualizados en el tema en cuestión. La comunicación se vuelve horizontal, libre y desterritorializada. Las comunidades virtuales se han convertido en los motores, actores del universal por contacto, donde se ha logrado reunir todo tipo de conocimientos compartidos, en una: inteligencia colectiva.

Inteligencia Colectiva

Si la interconexión y las comunidades virtuales fueran vistas como pasos para la liberación espiritual, el fin de este viaje sería llegar a la Inteligencia Colectiva. Un lugar democrático, en donde toda persona (con acceso a una red) pudiera visitar y alimentarse de todo el conocimiento que existe en la red. Aunque es difícil deparar el futuro de este tipo de comunidades virtuales y cómo se organicen dentro de unos años, es un paso para la democracia. Lo importante es que el receptor deja su pasividad y se adentra en lo que quiera. Ya no hay totalización, y el conocimiento recabado en la red es universal, aquí el problema es quitar esa costumbre de pasividad y atreverse a hacer lo que uno quiere, la libertad está puesta, la cuestión está en saber aprovecharla.

El ciberespacio se basa en la comunicación interactiva, por lo tanto en las interconexiones existentes. Es imposible llegar a tener comunidades virtuales sin conectividad, y mucho menos hablar de una inteligencia colectiva si los participantes no se desenvuelven. Incluso el proceso del ciberespacio está conectado uno tras otro.

Internet se ha convertido en una herramienta para todas las comunidades virtuales que habitan ahí, pero no sólo eso, sino que ha servido de enlace entre las mismas comunidades virtuales para hacer una comunidad aún más grande.

El espacio es infinito, y nuevamente: La tecnología pone, el ser humano dispone.

CAPÍTULO 5

Watcher –Hawkwind

Estudiar el ciberespacio, la cibercultura, Internet o los blogs es una tarea reciente dentro de los campos de estudio de las ciencias sociales, ya que cuando se oye hablar de computadoras o Internet se le relaciona principalmente con informática o ingenierías, pero el uso de las computadoras como medios de comunicación e informativos ha crecido considerablemente en los últimos años y por ende también ha causado curiosidad y muchas cuestiones, como en su tiempo la televisión y la radio. Pero Internet no es un medio de comunicación común, sino que ha cambiado los paradigmas dentro del proceso comunicativo en los medios, causando una revolución de la cual todavía no se sabe sus resultados.

Por lo tanto, estudiar el ciberespacio es una tarea difícil, en primera porque no existen las herramientas o métodos para poder ser analizado. El segundo punto es el constante avance en la tecnología, ya que los métodos para poder estudiar Internet no avanzan en la misma velocidad. Por lo tanto en este trabajo se ha tratado de trasladar dos métodos para poder adquirir información de los blogs: La etnografía y la entrevista.

Etnografía Virtual

Etimológicamente el término etnografía proviene del griego *ethnos* (tribu, pueblo) y de *grapho* (yo escribo) y se utiliza para referirse a la “descripción del modo de vida de un grupo de individuos” (Woods, 1987). Por lo tanto estamos hablando de un método, cuyo fin es describir todo lo relacionado con un grupo social, observándolo, y adentrándose en la acción junto con él. La etnografía fue desarrollada principalmente por antropólogos y sociólogos, Anthony Giddens, la define como: el estudio directo de personas o grupos durante un cierto período, utilizando la observación participante o las entrevistas para conocer su comportamiento social.

El origen de este método se remonta a finales del siglo XIX y a principios del siglo XX, y sus bases se pueden encontrar en la antropología cultural y la escuela de Chicago. Malinowsky fue el primero en crear un trabajo etnográfico, esto ocurrió después de vivir con los nativos de Nueva Guinea, pero no como un simple investigador, sino que formó parte de la comunidad, de sus costumbres, tradiciones y modos de vida.

La etnografía comienza a tomarse como un método de investigación serio, ya que la información se toma de primera mano, sin intermediarios, incluso el investigador (con un punto de vista subjetivo, lo cual es una deficiencia) trata de interpretar todo lo que sucede en el grupo social.

Ahora que sabemos qué es la etnografía y cómo funciona para poder analizar y recabar datos de un grupo social ¿Es posible transportarla al mundo virtual? El término “virtual” puede causar ruido cuando aparece junto a la palabra etnografía. En primera, porque la etnografía como se mencionó antes es un método participante, cara a cara, en el mismo tiempo y espacio donde se reúne el grupo a ser estudiado. Para algunos teóricos lo virtual es ficticio, irreal, atañe a un espacio no perteneciente a esta realidad, por lo tanto no puede existir un cara a cara para poder ser estudiado. Por otro lado encontramos a quienes defienden la postura de una etnografía virtual Miller y Slater (2000), mencionan que la vida *online* no es necesariamente diferente a la *offline*, sino que ambas influyen en el sujeto por ende, participan en la construcción social de la realidad. Pierre Levy comparte la misma postura, mencionando que la vida *online* puede ser una extensión de la vida cotidiana, por lo tanto se puede vivir en ambas. Así como la vida *offline* influye en la online, la vida *online* influye en la vida *offline*. Ahora el ser humano puede saltar de realidades, sin perder la noción de quién es.

Christine Hine (2004) en su libro *Etnografía Virtual*, argumenta que el método que lleva el mismo nombre que su libro se utiliza para entender los significados culturales que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o que se conforman gracias a ella. También menciona que el investigador se sumerge en el

mundo que estudia con el objetivo de interpretar y comprender las significaciones, actividades y relaciones que se crean en las comunidades virtuales.

La búsqueda

Como persona, gasto muchas horas frente a la computadora haciendo varias actividades; desde estudiar, trabajar con programas específicos y buscar información para trabajos escolares, hasta ver películas, escuchar un gran catalogo de música y estar en contacto con mis amistades. Pero lo que más me llama la atención es toda la música existente en el ciberespacio, lugar donde puedes encontrar música del pasado, del presente y quiénes se están atreviendo a forjar los cimientos del futuro. Como lo hemos mencionado, Internet da la oportunidad de buscar lo que quieras, lo que sea más de tu agrado y yo, aproveché esa situación al máximo. Pero ¿dónde encontrar música de mi agrado? El lugar indicado fueron: Los *blogs*.

Después de visitar *blogs* de varios países llegué a la conclusión de centrarme sólo en tres:

- 1) <http://www.larutadelmal.blogspot.com>
- 2) <http://www.musicapacheca.com/>
- 3) <http://www.elpatas.net/>

Algunas constantes para escoger estos tres *blogs* como objetos de estudio fueron su persistente actividad. Un factor importante para que un *blog* tenga éxito o al menos acumule un gran número de vistas es su constante actualización, además de que hace notar que los administradores tienen un compromiso con el *blog* y con las personas que llegan a visitar el sitio. Otro factor que hace visible el compromiso es el diseño del sitio, crean plantillas, la cabecera del *blog* es hecha por ellos mismos y no es de las predeterminadas, utilizan herramientas para tener mayor difusión y tratan de mantener todo en su lugar, e incluso algunos tienen

secciones. Y el factor más importante para escoger el *blog*, es el material que comparten, no sólo *postean* noticias, reseñas y críticas de discos, sino que algunos escriben ensayos o relatos breves, comparten e incluso crean eventos culturales como: exposiciones, tocadas de rock y pequeñas reuniones para convivir. También la ideología que llevan va de la mano con la cultura underground, donde el compartir nuevos símbolos culturales para nuevas percepciones es siempre agradecida.

Además, para poder ser parte de la cibercultura y tener un trabajo etnográfico, se creó una revista digital que se publica de manera quincenal, esto, con el objetivo de poder ingresar en el mundo virtual y vivir en carne propia los lazos que existen dentro de la comunidad virtual, tanto como en la real, también con el objetivo de conocer cómo es la recepción de los lectores y si en realidad existe un impacto en el mundo real. Además se entrevistó a algunos administradores de los *blogs* que se tienen como objetos de estudio, dichas entrevistas fueron realizadas por medio de Internet, utilizando la mensajería instantánea, para no salirse del contexto virtual.

CAPÍTULO 6

Freedom-Rage Against The Machine

Revista Digital: Mandala Filosofías Underground

La idea de hacer una revista digital, aparte de ser utilizada para este proyecto de investigación, surge para crear un espacio para varios compañeros de escuela que tienen las ganas y capacidad de colaborar de diferentes maneras como: escribir un ensayo, una recomendación, notas periodísticas, versos, pequeños relatos y algunas críticas. Pero la revista no sólo se centra en lo escrito, sino que también se da espacio para algunos trabajos visuales, en su mayoría de compañeros que gustan de tomar fotografías, pero también existe espacio para personas que dibujan cartones o caricaturas, además con los avances de la tecnología también se da espacio para las ilustraciones digitales de algunos colaboradores.

La idea inicial era crear un *blog* en donde se alojaran todos los artículos y material visual de los colaboradores, pero se optó por crear una revista digital, para tener un poco más de libertad en la estética y en el diseño editorial de la revista, con la idea de algún día dar el paso de lo virtual a lo real. Tener números impresos de la revista.

Sitio

El sitio web elegido para alojar la revista fue <http://issuu.com/home> que tiene como lema *You publish* (tu publicas). Este sitio web es una sencilla librería online comunitaria donde a los usuarios se les ~~permite subir archivos~~ en formato: *PDF*, documentos de Word, Power Point, imágenes en *jpg*, *png* y una gran variedad de formatos. Una vez que el archivo es posteado, el sitio procesa sus contenidos para mostrarlos más tarde, en formato flash, con toda fidelidad y calidad del documento original, pero con la característica de poder navegar por sus páginas como si

estuviésemos leyendo una revista física, así que se pueden ver dos páginas al mismo tiempo, como un libro abierto. Además tiene la opción de realizar *zoom* y pasar páginas de una manera sencilla. Incluso, existe una opción de pantalla completa, en donde la pantalla se convierte en la revista. Se puede convertir en una revista interactiva, al momento de subir el documento se encuentra disponible la opción de poner alguna canción para amenizar a las personas que visitan la revista o cuando se encuentran leyéndola. Igualmente dentro de los textos se pueden colocar *links* de cualquier tipo de página para ser vinculada. Por ejemplo si en un texto hablan sobre una canción emblemática de un banda importante, es posible poner el *link* de un video para que el lector la pueda escuchar, o si se escribe una reseña de alguna película se puede poner un vinculo para visitar otra página con más detalles sobre la película.

Otra característica interesante del sitio (si estás registrado) es, poder descargar la publicación de tu agrado. Si no tienes el tiempo suficiente de leerla en la computadora, te da la opción de descargarla para poder ser visualizada en otro dispositivo (tablets o smartphones) que soporte el formato *PDF*.

Entre sus deficiencias se encuentra: el límite a la hora de subir un documento, este son 100 megas o 500 paginas, lo cual en realidad es mucho; otro aspecto que no ayuda demasiado es que el *feedback* se da de forma general, por lo tanto no puedes escribir un comentario de forma precisa acerca de un artículo o una fotografía, y también sólo pueden comentar las personas que están registradas en el sitio *web*. En caso contrario, si se está afiliado el sitio además de permitir descargar algunas publicaciones, facilita la opción de “marcador” el cual tiene la finalidad de un separador, avisa dónde y cuándo se dejó la lectura para poder retomarla.

Experiencia

Las primeras publicaciones de la revista fueron hechas con colaboraciones, en su mayoría, de personas que conozco personalmente, muchos de ellos compañeros de escuela con los cuales tengo temas de interés en común. El número publicado el 28 de mayo de 2012 contaba con apenas 18 páginas digitales (<http://issuu.com/mandalafu/docs/mandala1>) El diseño de la revista no tenía ni pies ni cabeza, con los pocos conocimientos adquiridos se trató de hacer lo mejor y aunque no era visualmente estética logró ser vista más de 600 veces, esto se dio gracias a que las personas de hoy pasan más tiempo en la computadora, además el primer número fue hecho por al menos 10 colaboradores, los cuales, dentro del mismo ciberespacio, se dieron a la tarea de compartir el *link* de la revista en sus propias plataformas virtuales como: Facebook o Twitter.

Como estamos en la era de las “nuevas redes sociales” se optó por crear una cuenta de Facebook y twitter para servir de puente entre los lectores –que en su mayoría cuentan con algún tipo de estas plataformas- y el sitio *web* donde se aloja al revista.

La mayoría del contenido de la revista se basa en ensayos, ideas, versos y pequeños relatos, aunque también se ha alimentado de líneas periodísticas como columnas, reseñas y notas acerca de eventos culturales, como exposiciones de algunos pintores o algún festival cultural que se lleve a cabo.

La primera impresión importante de la revista, ocurrió cuando un seguidor en twitter comenzó a preguntar sobre quién editaba la revista, cada cuándo se publicaba, y por último, si podría participar mandando algún texto. Este momento es importante, porque no sólo la revista es leída, sino que los mismos lectores buscan un espacio para poder expresarse. La idea de compartir información o conocimiento por medio de la revista se estaba cumpliendo, personas con las que nunca hemos tenido contacto cara a cara se unen al proyecto para poder expresarse. Internet funciona como Red, por lo tanto existe una comunicación

horizontal dentro de su organización, no de manera vertical como en los medios masivos tradicionales.

La revista no sólo tuvo impacto dentro del mundo virtual, sino que se logró trasladar al mundo real. Varias personas llegaron a preguntarme si yo era quien subía la revista de "Mandala" y si podían colaborar dentro de ésta. Pero no sólo personas con ganas de colaborar escribiendo y apoyando con material para la publicación se acercaron, sino personas con proyectos diferentes. Por ejemplo: Una persona con quien tuve primeramente contacto solamente virtual, tiene un sitio de Internet que cuenta con radio por Internet o *Streaming*, ofreció espacios para que algunos de nuestros colaboradores hicieran su programa de radio. La persona que nos ofreció el espacio, también se convirtió en colaborador de la revista, mandando regularmente fotos para ser publicadas. Otra persona ofreció espacio dentro de su pagina *web* para que la revista fuera publicada. Incluso se llegó a tener contacto vía Internet con una persona que tiene un proyecto parecido, con el cual compartimos puntos de opinión, además de tratar de compartir nuestro conocimiento con respecto al tema.

Un factor importante, es el impacto de las plataformas de redes sociales en nuestra era, por lo tanto la mayoría de colaboradores tiene una cuenta, ya sea en Facebook o Twitter. Así que para la organización de cada numero, se optó por crear un grupo en Facebook, en donde se avisa qué día serán recibidos los trabajos, también se utiliza para debatir sobre el tópico eje del próximo número y para compartir ideas. Toda la comunicación se da por medio de Internet, los trabajos se reciben por este medio, ya sea vía inbox por el chat de Facebook o al correo que fue creado para la revista.

Como los colaboradores no tienen ningún beneficio además de publicar sus ideas, algunos no se comprometen demasiado, y no colaboran en cada numero. Aunque cabe aclarar que algunos son demasiado constantes, e incluso aportan ideas nuevas para que el proyecto tome nuevas vías.

Con el paso del tiempo, se fueron anexando nuevos colaboradores, conocidos personalmente, y personas con las cuales sólo tengo contacto por medio de Internet, Como se ha visto que el proyecto ha crecido considerablemente, se ha tratado de profesionalizar, por lo que se buscó ayuda con algunas personas que estudian Diseño Gráfico. Se contactó con dos personas, una se encargó de diseño editorial en 3 números de la revista, la otra persona apoyó creando una tipografía con el título de la revista para que se diferenciara de las demás, y cada quincena se encarga de crear la portada.

El proyecto ha ido creciendo poco a poco en todos los aspectos, desde el número de colaboradores, el número de páginas y lo más importante, el número de personas a quienes les llega la publicación. Por lo tanto, se han tratado de buscar medios para hacer posible que los números puedan ser impresos. Pero, como se ha tenido buena respuesta dentro del mundo virtual, también se piensa crear un sitio con dominio exclusivo para la revista, la cual se actualizaría diariamente con notas informativas, ensayos, fotografías y datos curiosos que a muchos internautas les gusta leer.

Todo lo anterior es una descripción, de todo lo que ha pasado desde el mes de mayo del año 2012 cuando comenzó a surgir la idea de crear un espacio virtual y utilizarlo para saber cómo se dan las relaciones humanas dentro de este lugar.

Objetos de Estudio

Como se mencionó en la justificación al inicio del trabajo, el objeto de estudio está influenciado por tres campos que son estudiados en los trabajos de comunicación: las nuevas tecnologías, la juventud, la música, y la cultura. Así que el *blog* es una herramienta de comunicación de las nuevas tecnologías, que es usada por muchos jóvenes que tienen el poder adquisitivo para obtener una computadora y tener una conexión a Internet, donde se difunde música que no necesariamente sigue la línea mainstream que siguen los medios, sino música que quizás nunca se escucharía si el Internet no existiera, todo esto para generar una nueva cultura underground. En parte fragmentada porque pocas personas –en dimensión a todos los internautas- son las que llegan a esos blogs, y también globalizada porque la información está en las manos de quien pueda llegar al *blog*.

Para este análisis, me centraré en tres *blogs* que regularmente visito y que son de mi agrado. Los *blogs* entran dentro de la categoría de medios y periodismo, ya que hablan, postean, difunden información, noticias y datos de grupos musicales que son del gusto de los internautas que llegan a visitar el *blog*. No sé si pueda existir una clasificación en especial para los blogs que se dedican –en general- a subir información musical, además de subir discos para poder ser descargados

1.- larutadelmal.blogspot.com



La cabecera del *blog* consiste en letras rojas todas mayúsculas, excepto por la L, de la palabra “Mal” que hace alusión al contorno de una “diablita” de color blanco que proyecta una forma de cruz del mismo color, así se resalta la “maldad”. Las entradas del *blog* consisten, la mayoría, en discos y una breve reseña del mismo, utilizando un lenguaje muy juvenil y vulgar, además incluyen un *link* para poder descargar el disco. Algunas veces la entrada igual va acompañada con algunos videos del disco en cuestión y la portada y contraportada del mismo. Como se muestra en la siguiente imagen.

A screenshot of a blog post. At the top, the title 'LARUTADELMAL vs Naylons vs Silverio vs Más música que no le gusta a nadie' is displayed in white on a black background. Below the title, there is a video player showing a scene from a music video titled 'Silverio - Bombeando en Masaryk'. The video shows a crowd of people at a concert. Below the video, there is a paragraph of text in Spanish, followed by a yellow banner with the text 'ORGULLO AZUL Y ORO' and 'Silverio - Naylons (2013)'. At the bottom, there is a photo of a crowd at a concert, with the text 'Naylons' and 'SU MAJESTAD IMPERIAL SILVERIO ESTRENA NUEVO ALBUM "NAYLONS" UNA ODA AL DEBUT DE SILVERIO, 6 PIEZAS QUE TE HARÁN BOMBARDAR DE LÍRICO A FIN'.

En algunas ocasiones se publica propaganda de algunos eventos para difundirlos, y últimamente también han *posteado* temas relacionados con la política. También en la entrada ponen videos o algún *gif* para hacerlo más “llamativo” o como una probadita del disco que están reseñando. Cada entrada termina con una imagen distintiva de cada uno de los administradores.

El *blog* es manejado por varias personas como: Dr MLIGNO, Gil., Manu, elblopa, Maritza Licona, nose, reptilio, Milliett Alcántar, mr c4rf4x, Jacinto Del Mal, The Hate Box, Ximena, elAle y vaniasix. Además, cuando se clickea sobre cada nombre el sitio lleva a su página de perfil, donde se pueden ver y leer algunos datos. La siguiente imagen, es una captura del blog, donde muestra lo anterior



Los colores que predominan en el blog son el negro, el rojo y naranja. El fondo es de color negro, mientras que las letras pueden ser blancas, azules y rojas. El color naranja es utilizado como fondo en la barra de títulos de cada entrada. Aquí algunos ejemplos



El lenguaje juvenil no sólo se procura en las entradas, sino que las secciones que Blogger.com te permite utilizar, son adaptadas a su estilo, por ejemplo: el buscador tiene el título de “búscales aquí chinga!!!”; la lista de los colaboradores del blog la nombran “malditos de día, malditos de noche” (como se ve en la imagen anterior); a los seguidores del blog les agregan la palabra “mal” al final, quedando *seguidores del mal*; además de que tienen una mini sección de *chat* con el nombre de “Pregúntale al ‘maestro’”. En las siguientes imágenes se muestran los mismos colores (naranja y negro) que predominan, además del toque personal que le dan a estos apartados los mismos administradores



También existe la sección de “malditos *posts* más visitados”, donde además de mostrar las entradas más populares, tienen una aplicación para ver a los visitantes del *blog*. En la parte inferior del *blog* se encuentra una lista de etiquetas “malditas” que son utilizadas en cada entrada, las etiquetas son utilizadas ya sea para

agrupar *posts* parecidos o simplemente para hacer mas fácil la búsqueda de entradas. De igual manera algunos administradores usan sus pseudónimos como etiquetas, para saber cuántas entradas han aportado al *blog*.

En la sección de *blogroll* los administradores pusieron el nombre de “Malditos *Blog*” y cuenta con una lista bastante amplia de blogs que ellos recomiendan, lo cual muestra la actividad y el apoyo que se da al interior de la *blogosfera*. La siguiente imagen muestra algunos *blogs* recomendados.



También cuentan con secciones como “maldito archivo” donde se pueden ver las entradas hechas de manera cronológica en una manera más compacta. Respecto de la periodicidad, como es un *blog* manejado por varias personas, las entradas son actualizadas constantemente, en ocasiones diario o en espacios de 3 a 4 días, pero por lo regular se puede decir que siempre está “fresco”. El numero de entradas es demasiado alto, en algunos años (El *blog* está activo desde 2008) supera las 300 entradas, por lo tanto se está hablando de una entrada cada día.

En las siguientes capturas del *blog*, se puede observar el número de entradas que han hecho por cada año, y el total de visitas que han tenido a través de los años.



Con el auge de los servicios de redes sociales por medio de Internet en los últimos años, en el *blog* se pueden encontrar las dos secciones que sirven de enlace para entrar a sus cuentas de Facebook y Twitter. En donde de igual manera postean los *links* que redireccionan hacia las entradas del *blog*. Las redes sociales sólo son utilizadas como canal, para que las personas que se encuentran en Facebook o Twitter se enteren de la existencia de este *blog*. A continuación se muestran las secciones de cada red social.



2.- <http://www.musicapacheca.com/>



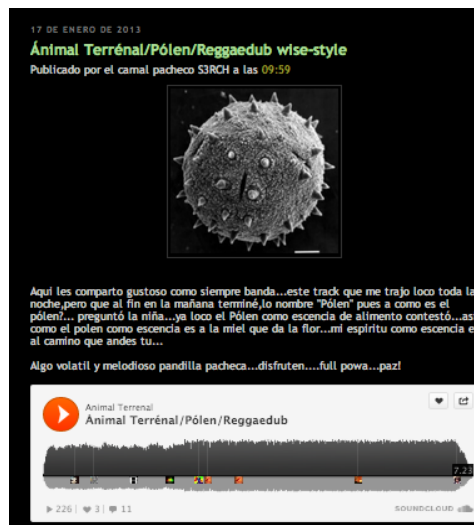
La cabecera del *blog* es la palabra que le da el nombre al mismo “Música Pacheca”, el nombre está escrito completamente en mayúsculas, y la tipografía es de color verde, con rayas negras horizontales que atraviesan cada letra de izquierda a derecha de forma paralela. Además se puede ver un slogan que parafrasea la famosa frase del filósofo alemán Nietzsche “La vida sin música sería un error”, pero los creadores del *blog* la adaptaron a su contexto cambiándola a “La vida sin música sería un malviaje” El malviaje, en la jerga juvenil significa que el estado alterado producido por una droga se sale de control.

Debajo del nombre del *blog* y el slogan que lo acompaña, se encuentra una escultura prehispánica que pertenece a Xochipilli, Dios de las artes y las canciones. Cabe aclarar que el *blog* en general tiene varios aspectos que hacen referencia a las culturas prehispánicas mexicanas, porque además de la imagen que acompaña la cabecera del *blog*, se encuentra un calendario bastante

interesante, un calendario maya y azteca: Es interesante porque en un espacio (el virtual) pueden converger dos culturas completamente diferentes, el pasado y el presente unidos. En la siguiente imagen se muestra el calendario azteca que se encuentra dentro del *blog*.



Las entradas del *blog*, son en general reseñas de discos, los cuales vienen acompañados de la imagen del disco en cuestión, y en la mayoría de veces un *link* que te redirecciona a un sitio de descargas. Algunas entradas también están acompañadas ya sea de un video con alguna canción del disco, o un archivo de audio para escuchar el material recomendado. Como se muestra en la siguiente imagen



En la parte inferior de cada entrada se pueden encontrar recomendaciones de otras entradas del mismo *blog* con la leyenda “quizás también le interese”, ya que las *posts* comparten algunas etiquetas.

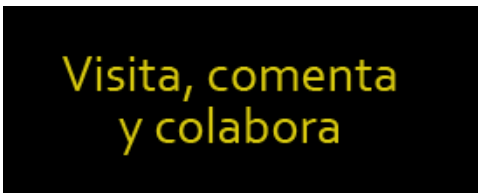


El lenguaje utilizado en las reseñas es juvenil y en ocasiones un poco más formal. Otras veces la reseña es copiada de otros *blogs*, pero los administradores contribuyen con un poco de su cosecha. La estructura del *blog*, si se habla específicamente de colores, en general consiste en un fondo negro con letras blancas y verde seco. Como se puede ver en la lista de etiquetas que se muestra a continuación.

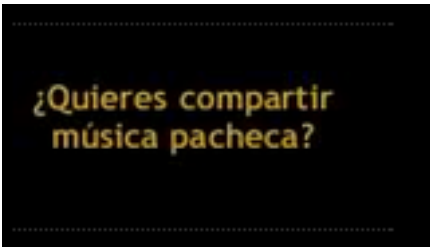
ETIQUETAS

- 1 Giant Leap (1)
- 10 Dubians (1)
- 10 Ft. Ganja Plant (1)
- 2step (1)
- 3 Mother Funkers (2)
- 6 Million Dollar Weirdo (1)
- 8-bits (3)
- 98.5 (1)
- [Dunkelbunt] (1)
- Abstract (2)
- Ace Ventura (1)
- Acid Funk (2)
- Acid Jazz (42)
- Acid Punk (2)
- acordeon (1)
- Acoustic Guitar (4)
- Acústico (11)
- Adrian Sherwood (1)
- Aerosmith (1)
- Aes Dana (2)
- Africa (16)

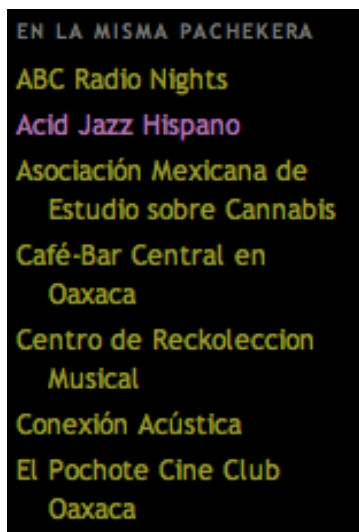
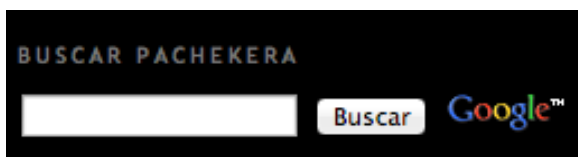
También tienen un pequeño espacio de *chat* para que los visitantes puedan comunicarse entre ellos, además se encuentran enlaces hacia su Facebook y un foro dentro del mismo *blog*, donde con las palabras “visita, colabora y comenta” invitan a ser un visitante activo. Dentro del foro se pueden ver colaboraciones hechas por los mismos visitantes.



Al costado derecho se encuentra una invitación para colaborar en el blog con el nombre “¿quieres compartir música pacheca?”, en donde cuenta con un pequeño tutorial de qué y cómo hacer para poder ser parte del *blog*, o al menos colaborar con una entrada.

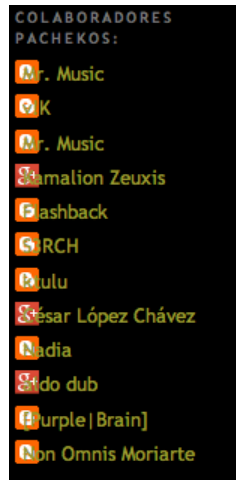


Una palabra que es muy utilizada en el *blog* es “pachekera”, por ejemplo, la sección de etiquetas lleva ese nombre, en el buscador dice “buscar pachekera” y el título del *blogroll* es “en la misma pachekera”. También al costado derecho se pueden encontrar las “recomendaciones pachecas” y los “seguidores pachecos” mas abajo se encuentran igual las etiquetas y el archivo de *blog*. En las siguientes imágenes se puede ver el uso de la palabra “pachekera” o “pacheca” haciendo referencia al uso de la jerga juvenil, como sinónimo de drogado por el uso de marihuana.



En la sección de comentarios cuando nadie ha hecho ninguna observación dice “Dinos tu comentario pacheco”, pero cuando alguien ya hizo algún comentario, se lee “1 carnal pacheco ha opinado”, el número depende de los comentarios que tenga la entrada.

El *blog* es alimentado por varias personas, que se autodenominan “colaboradores pachekos” y son: Nadia, v!k, KaMaLioN, aldo dub, S3ARCH, Mr. Music, Flashback, ktulu, [Purple|Brain], Blade_Runner y Non Omnis Moriarte como se muestra en la siguiente imagen:



El *blog* tiene una actividad demasiado constante, aunque ha ido decayendo poco a poco con el pasar de los años. Los primeros 3 años, el número de entradas sobrepasaba las 300, caso contrario, en los últimos 3 años lograron superar las 150 entradas. Aun así, es un *blog* demasiado activo. A continuación se muestra el número de entradas por año



3.- <http://www.elpatas.net/>

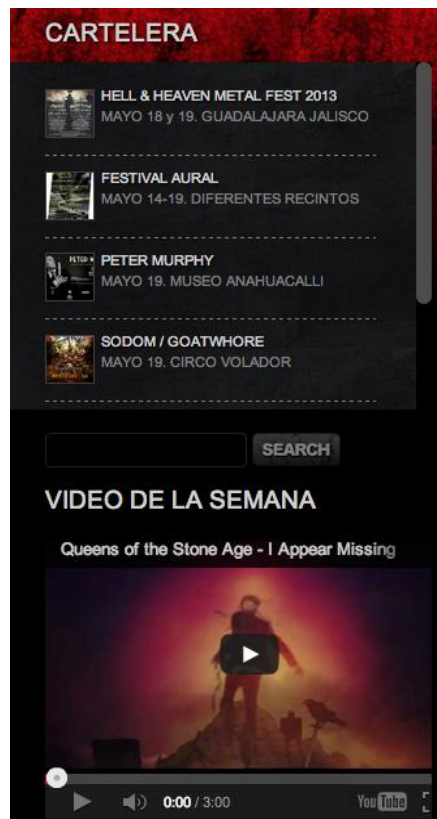


La cabecera del blog consiste en el nombre elpatas.net con letras blancas, seguido de un slogan que pregona ¡Aquí está el rock!, el fondo del encabezado lo conforman colores cálidos como el rojo y amarillo. La cabecera del *blog* igual contiene dos cuadros negros que dan la bienvenida. El primero muestra los apartados que contiene el *blog*, los cuales son: Home, Secciones, Reseñas, Entrevistas, El rock sabe, Chava del rock y Taquito de sal.

Además se encuentran los enlaces que vinculan a la cuenta de Twitter, Facebook, su *e-mail* y el canal de youtube. En el segundo cuadro se encuentran las entradas recientes utilizando una herramienta que permite visualizarlas por un intervalo de 9 o 10 segundos de manera automática o también puede ser manipulada de manera manual. Este adelanto de las entradas se conforma del título del *post*, y una probadita de lo que sería el artículo completo, además está acompañada de una imagen que va relacionada con la temática de la entrada. Si se quiere leer el artículo completo es necesario dar *click* en la imagen o título.

Debajo de la cabecera del *blog*, comienzan las entradas, pero no de manera completa, sino de la misma manera que en el encabezado: título, imagen y un adelanto. Para poder entrar se necesita dar *click*. El fondo es negro y las entradas

se encuentran en un cuadro de color gris. Los títulos son de color rojo, mientras que el texto es de color gris claro. En la parte derecha se encuentra la cartelera donde anuncia los próximos “toquines” que se realizarán. También se encuentra el buscador y una sección que se llama “video de la semana” y un apartado para los comentarios recientes. La siguiente imagen muestra lo antes descrito.



Este *blog* entra en un plano más periodístico, ya que informa sobre lo que está ocurriendo en la actualidad acerca de la música rock, desde un punto de vista un poco más serio, comparándolo con los dos *blogs* anteriores. Una característica de esta página, es que no cuenta con *links* de descargas de los discos sobre los cuales reseña.


Las secciones con las que cuenta este blog son:

Martes mariguano: playlist dormilón: consiste en una lista de canciones denominadas “mariguanas” que el *Blogger* organiza para ser escuchadas. La

entrada consiste en una imagen surrealista o bizarra acompañada con la reseña de los grupos o canciones incluidas en el *playlist*. Al final de la entrada se encuentra el recuadro que pertenece a un video de *youtube*. Al darle play se reproduce toda la lista de canciones marihuanas que el *Blogger* recomienda.

**MARTES MARIGUANO
PRESENTA: HUELE A PATAS,
TRANSMISIÓN 14**

Posted 14 may 2013 in Martes Manguano



La cuenta regresiva llegó al final y una gran explosión atómica nos propulsó hacia el espacio interior en las profundidades de la cosmogonía de la psique humana.

Aunque con una que otra laguna transformada en abismo negro, la Trance-misión se llevó a buen término y de nueva cuenta le agradecemos al maestro Christian Velasco alias [@_Miss_](#) que nos haya hecho la venia de capturarnos para goce de todos los Paiconautas que abordaron la Cosmonave.

Los esperamos en vivo y en directo a 8 mil millas de altitud sideral todos los Martes a la 1AM por el 105.7FM. Comunicación directa en Twitter: [@HueleAPatas](#), Facebook: [/HueleAPatas](#) y gueleapatas@gmail.com

Buena música: Esta sección consiste en reseñas de canciones actuales que circulan por la red, además de canciones que el autor de la entrada denomina como “joyas perdidas u ocultas en el pasado del rock”. Las entradas están acompañadas por videos, audio, y links hacia los sitios oficiales de las bandas.

Listomania: Este espacio está apartado para lista de canciones que tienen temáticas en común, por ejemplo, el día 10 de mayo se creo una lista con temas relacionados con las madres; el 30 de abril con temas referentes hacia los niños. Pero las fechas no son el único factor para crear una lista, ya que hay apartados

con: canciones sobre aves, girl power, rolas para pre-fiestear, etc. De la misma manera está acompañada por un video al final que incluye todas las canciones de la lista.

¿Dónde están?: En este lugar se encuentra la información de miembros de algunas bandas, respondiendo a la pregunta que da el nombre al título, ya que algunos miembros de bandas tienen proyectos alternos o algunos que ya no tienen banda crean otra que no ha tenido el éxito de la banda anterior.

Riffemeride: Es también un *playlist* con canciones, en especial con riffs memorables ejecutados por los guitarristas. También hace referencia a alguna fecha importante en el ámbito del rock, por ejemplo, un cumpleaños de algún personaje, aniversarios de algún concierto o disco importante dentro de la historia.

Rants: Aquí el Blogger escribe ensayos relacionados con el rock, acerca de la muerte del rock, de la censura en Internet, de los conciertos masivos, del ocultismo, etc. Los ensayos son acompañados con algún *link* hacia videos o audio relacionados con el tema escrito.

El Rock sabe: Esta sección es la más interactiva de todas, ya que al entrar a este apartado se puede leer “¿Tienen una duda existencial? Siempre hay una canción con la respuesta. O tal vez sólo quieren saber más acerca de un artista, banda, disco, canciones, rumores. Escriban que el Rock les responderá.” Y reservan un espacio para que puedas poner: tu nombre, tu *e-mail*, el asunto y la pregunta, para poder ser enviada y respondida. Más abajo se encuentran en modo de entrada las preguntas que ya fueron respondidas por el *Blogger*.



The image shows a contact form titled "EL ROCK SABE" in red text on a black background. Below the title is a horizontal line with a yellow and orange gradient. The form contains the following text and fields:

¿Tienen una duda existencial? Siempre hay una canción con la respuesta. O tal vez sólo quieren saber más acerca de un artista, banda, disco, canciones, rumores. Escriban que el Rock les responderá.

Nombre

E-Mail

Asunto

Mensaje

SUBMIT

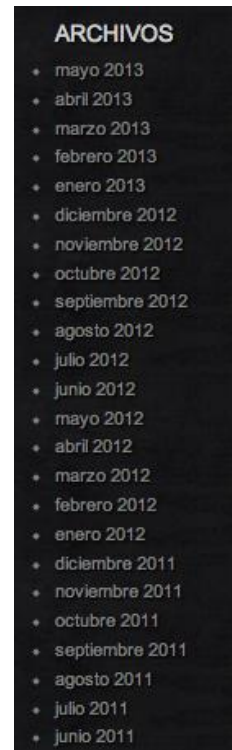
Chava del rock: Este espacio está reservado para las mujeres que incursionan en el género del rock, en el encabezado de la sección se puede leer “Este es un mundo de hombres, pero no sería nada sin las mujeres. Las amamos y las odiamos, pero no podemos vivir sin ellas. Aquí apoyamos la labor de las chavas involucradas de alguna manera con el quehacer del Rock”.

Taquito con Sal: Es la sección más alejada al género del rock, ya que son artículos relacionados con comida, pero no comida de alta calidad, sino de los puestos que uno se encuentra en la calle. La única relación que puede existir entre la comida y el rock es el *munchies*. Esto ocurre cuando después de fumar marihuana te da mucha hambre, y la actividad de comer –la mayoría consiste en comida chatarra y grasosa- se le llama *munchies*, al parecer no existe un término en español que defina tal actividad. En la entrada se lee “No sólo de Rock vive el hombre, hay que alimentar el cuerpo. Puestos callejeros, fondas, locales escondidos, vegetarianos, carnívoros extremos, macrobióticos o garnachosos. Nuestro corresponsal, Dunkel Heimbürger y colaboradores espontáneos, buscarán esas joyas gastronómicas para hacerlas brillar. Si tienen alguna recomendación, contáctenos”. En esta sección igual se muestra la manera de interactuar con los internautas.

También hay un espacio para las reseñas de: discos, conciertos, películas y libros, además que invita a los internautas a que envíen por e-mail demos o escritos para que sean reseñados por el *Blogger*. Existe igual un espacio reservado para entrevistas que el *Blogger* hace a personajes de la escena del rock.



Como los *blogs* anteriores, este sitio también tiene una sección especial en donde se pueden visualizar las etiquetas usadas en cada entrada, como se muestra en la siguiente imagen



El sitio es administrado por Iván Nieblas “El Patas” quien es conductor de un programa de radio por Reactor 105.7, además tiene un programa de radio por Internet en el sitio Sopitas.com, también ha colaborado en varias publicaciones, como la revista “Rock and roll” y “Banda Rockera”.

Entrevista

Un factor importante dentro de este trabajo es saber, qué incita a una persona a crear un blog, saber cómo nacen algunos proyectos y cuáles eran sus objetivos a la hora de crear dicho blog. Para recabar la información que necesitábamos, se optó por entrevistar a 3 administradores: Un administrador de larutadelmal.blogspot.com (Dr. Maligno) uno de musicapacheca.com.mx (Mr. Music) y al administrador de ylagalletaasicruje.blogspot.mx (Poncho ESP) el cual apenas va comenzando. Se utilizó la entrevista, ya que es un método que recaba información de la fuente principal, en esta caso, cada administrador. Se creó una lista de preguntas de manera planificada que ayudaran a resolver los objetivos y dudas que nacieron durante el proyecto

La primera pregunta es ¿De dónde nace la idea de escribir y compartir música por Internet? Poncho Esp menciona que el motivo de crear el *blog* era tener un respaldo de toda la música que tenía, en caso de que su computadora se averiara. Dr. Maligno y Mr. Music tuvieron una idea más parecida: simplemente compartir música.

Dr. Maligno menciona que la creación del blog al inicio era un diario personal y nos cuenta la historia detrás del *blog* y el título que le dio nombre de una manera amena:

“Nació hace mucho tiempo. Cuando te conectabas a internet por medio de la línea telefónica. LARUTADELMAL nace de las fiestas que armábamos los viernes en la facultad de ciencias políticas de la UNAM. Comenzábamos como a las 12 de la tarde del viernes y terminábamos el sábado en la noche, y muchas veces el domingo.

Recorríamos muchos lugares, cervecerías, pulques, chelas banqueteras, fiestas, bodas, bares, antros, conciertos, etc, etc. Entonces así salió el nombre. Desde el jueves ya decíamos, mañana todos a la ruta del mal.

Pasó algún tiempo y abrí el blog de LARUTADELMAL. Si te fijas, al principio el blog era como un diario personal. Escribía sobre los lugares a donde iba, libros, películas, etc. Poco a poco y casi sin querer fue cambiando. Primero invité a una amiga, Vania Del Mal, a que publicara, después entró Pablo Del Mal y después el Señor Elvis Ramone.

Subíamos muchos links y fuimos creciendo. Llegamos a tener 5000 visitas diarias. Después abrimos dos convocatorias para toda la banda bloggera que quisiera publicar en larutadelmal. El único requisito era que publicaran una vez a la semana. No teníamos línea, nuestro blog es muy ecléctico, así que bastaba con que algo nos gustara para publicarlo. Así, solamente por el gusto de compartir lo que nosotros estábamos escuchando.

Llegamos a ser 16 integrantes, pero pues todos crecimos, unos se casaron, otros entraron a trabajar y poco a poco se fueron alejando del blog. Ahora estamos en una especie de receso de reestructuración. Planeamos volver a reclutar banda que tenga tiempo para publicar”.

La respuesta de Mr. Music no dista mucho de la anterior, ya que se basa en el termino: compartir

“Todo empezó una vez que un amigo (Kamalion) y yo quisimos compartir nuestra música. Intercambiamos algunos links de buenos discos a través del chat. Un día nos dimos cuenta de que sería muy bueno compartir esta música con la demás gente. Le propuse iniciar un blog donde pudiéramos compartir nuestros gustos, descubrimientos musicales con toda la comunidad pacheca”.

En las respuestas se puede ver que quienes administran *blogs* no son sujetos sumergidos en Internet sin vida social. Aquí se puede mostrar que la vida *online* no acaba con la vida *offline*, sino que la primera, es una extensión de la vida real.

La siguiente pregunta formulada fue acerca de los objetivos que tenían a la hora de crear. El administrador de larutadelmal.blogspot.com menciona:

“La principal expectativa era hacer algo con mi tiempo libre, pero después se transformó, y comenzamos a publicar constantemente debido al buen recibimiento de la banda. No teníamos objetivos específicos, simplemente queríamos conocer música y gente a través del blog. Nos pasaron cosas muy chidas”.

El administrador en su respuesta, hace notar que el *feedback* de todos los lectores influye para que el administrador ponga un poco más de empeño en el sitio, además que él no sólo proporciona información, sino que se alimenta de los lectores sobre nueva música.

Mr. Music se va más por el lado de la promoción cultural, aprovechando las cualidades de Internet para compartir música de la cual posiblemente conocida sólo por internet.

“Nuestras expectativas siempre han sido promover la música pacheca. Consideramos que hay mucha música que vale la pena y que por no ser comercial muchas veces no recibe la promoción que se merece. Nuestro objetivo nunca ha sido afectar a las bandas o artistas cuando compartimos su música, al contrario, reconocemos su música como un trabajo excelente que debe ser escuchado y compartido. Nuestro único objetivo ha sido compartir algo para disfrutar mientras pachequeas, y se ha cumplido”.

El siguiente cuestionamiento tiene que ver con el tiempo que la persona u administrador gasta frente a la computadora actualizando su *blog*. Dos administradores mencionaron que en un inicio gastaban entre 3 a 5 horas en el proceso de actualización, ya que eran nuevos en esas actividades.

Dr. Maligno menciona:

“Le dedicábamos bastante tiempo. Unas 3 o 4 horas diarias, pero ahora ha bajado bastante. Ya todos trabajan y publican pocas veces a la semana. Aunque según nuestros planes, esto cambiará en un par de meses. Vamos a reestructurar”.

Mr. Music:

“Durante todo ese tiempo la disponibilidad de los colaboradores ha variado muchísimo. Por ejemplo, recuerdo que cuando recién empezamos le dedicaba hasta 4-5 horas diarias, ya que apenas le estábamos agarrando la onda al bloggeo, las configuraciones y la personalización de la página”.

Como podemos ver, el tener actualizado un *blog* es tarea difícil, quizás el éxito de este tipo de *blogs* es el trabajo en equipo, ya que son varios los administradores que colaboran. También en ambos *blogs* el paso del tiempo no pasa en vano, ya que los administradores van cambiando o algunos no son lo suficientemente comprometidos.

En el caso de Poncho ESP menciona: *Muy poco al mes le vengó dedicando menos de una semana 3 días a lo mucho, la escuela me quita mi tiempo libre.*

La siguiente pregunta se centra más en la actividad que se da dentro del *blog*, ya sea el número de entradas, el número de comentarios y visitas que recibe el *blog* por día. Algo que resultó interesante es que no existe un *feedback* directo, o sea que no existen demasiados comentarios, pero el *feedback* se puede dar de manera indirecta con el simple hecho de visitar el *blog*, datos que como usuario puedes revisar y darte cuenta de que alguna persona paso a visitar tu sitio.

Dr Maligno:

“En tres años y medio que lleva el blog, hemos podido tener 4000000 de visitas y contando. La banda comenta bastante, aunque muchas veces debido a nuestras actividades laborales, pues ya no contestamos, por eso es necesario reestructurar”.

Mr. Music:

“La popularidad del blog también ha cambiado mucho a lo largo del tiempo. En cuanto al blog, en nuestros mejores días llegamos a tener poco más de 1000 visitas diarias. En total hasta ahora llevamos 2519749 páginas vistas. En el blog

tenemos un total de 1692 entradas. En cuanto al foro tenemos un total de 798 temas”.

Otra pregunta se centraba en los beneficios de ser administrador de un blog, pero no solamente beneficios materiales, ya sea dinero o algún regalo, sino conocimiento o incluso amistades.

Dr Maligno:

“El principal beneficio ha sido que hemos conocido mucha gente. Cada que cumplíamos un año, hacíamos una fiestototota e invitábamos a todos los seguidores del blog. Llegamos a hacer fiestas con 500 personas. Nosotros poníamos todo. Tacos, chelas y camisetas de larutadelmal. Nos la pasábamos muy bien”.

Mr. Music

El mayor beneficio que he obtenido con este proyecto ha sido conocer gente, algunos de ellos ahora mis mejores amigos, conocer música, conocer algunos artistas. Si bien es cierto que antes teníamos publicidad de Google los ingresos eran mínimos. Para poder generar un ingreso económico intentamos poner a la venta las Playeras Pachecas, pero la verdad es que tengo todavía una caja llena de playeras que nadie compró. Definitivamente el mayor beneficio ha sido conocer y hacer relaciones con la comunidad pacheca.

Ambos concuerdan en que el mayor beneficio es conocer gente nueva, personas con las cuales comparten gustos musicales. Aquí nuevamente se rompe el mito de que Internet termina con tu vida social. Las fiestas son un claro ejemplo de la materialización de lo que sucede en la red, lo virtual se materializa.

Siguiendo la línea de la pregunta anterior, se cuestionó si habían surgido amistades dentro de la *blogosfera* con otros administradores, los tres respondieron que sí, por ejemplo, Dr. Maligno menciona que conoce a varios administradores de

diferentes *blogs*, y que además en ocasiones se llegan a reunir en conciertos o fiestas. Poncho ESP menciona: *Sí, hice amistades de seguidores del blog, hasta había una morra que me llegó a tirar el chon. Ja.*

En el caso de Mr. Music, menciona que mantiene contacto con una persona de Portugal, quien también administra un sitio:

“Definitivamente, varios de mis mejores amigos en la actualidad los conocí por el proyecto de Música Pacheca. Tuve la oportunidad de conocer (aunque sea virtualmente) y entablar una relación muy chingona con un brother de Portugal que es el webmaster del www.psymania.com. De hecho este compa fue el culpable de que ampliáramos el blog a foro. Esperemos que de esta entrevista salga una bonita amistad también”.

Otra pregunta, trataba de cómo consiguen, Dr. Maligno y Poncho ESP su material. Concuerdan en que la mayoría de discos que comparten, los encuentran en Internet, ya sea en *blogs* o páginas oficiales de las mismas bandas. Poncho ESP aclara que algunos de los discos que sube a su *blog*, los ha comprado materialmente. Mr. Music, nos da una respuesta un poco más amplia:

“La verdad es que toda la música que compartimos está en la red. Nosotros realmente sólo somos unos curadores de contenido como se dice actualmente. Nos encargamos de clasificar un poco de toda la música que se comparte en Internet, y nos concentramos en localizar toda esa música que pudiera disfrutarse en el trip y después la volvemos a subir a Internet. También, aunque en menor grado, hemos ripeado o pasado a mp3 y despues subido algunos discos que compramos en los eventos de los artistas, discos que sino fuera porque fuiste al evento no lo conseguirías en ningún lado”.

Como en la actualidad, las plataformas de redes sociales como Facebook o Twitter son demasiado populares, algunos *blogs* crean su cuenta en cada sitio, para poder llegar a más personas, en sitios con más trafico de internautas. Se

preguntó si con estas nuevas formas de socialización virtual, el número de visitas aumentaría o disminuiría. Los 3 administradores de diferentes *blogs*, dieron la misma respuesta: las visitas aumentan.

Las plataformas de redes sociales, fungen como puente, quienes los encuentran en Facebook o Twitter y les llama la atención, al dar *click*, pueden ser redirigidos hacia el mismo sitio. Cosa que algunos han sabido aprovechar.

Mr. Music, comenta lo siguiente:

“Definitivamente sí, el uso de las redes sociales permite que tu contenido llegue a mas personas. Hay mucha gente que no consulta periódicamente el blog, pero esta todo el día en FB o TW, para ellos es más fácil enterarse de nuevas publicaciones mediante estas redes sociales”.

La respuesta de Dr. Maligno fue:

“Yo creo que han aumentado. Tenemos vinculadas todas las cuentas, así que lo que publicamos en el blog, se publica en facebook y twitter. Hemos aumentado nuestros seguidores en todas las redes sociales”.

Y para finalizar, se preguntó si ellos creían que promovían cultura *underground* posteando cosas relativas dentro de su blog, tema central de este proyecto de investigación, a continuación se presentan las 3 respuestas:

Poncho ESP

“En parte sí, algunos de los discos que he subido son de difícil búsqueda. Entonces siento que ayudo en algo. Bueno leve”.

Mr. Music

Definitivamente sí, hay mucha gente que está muy agradecida por los aportes que hacemos. Creo, sin lugar a dudas, que algunos de nuestros visitantes nunca

hubieran escuchado algunas bandas sino hubieran conocido Música Pacheca, ¡si señor!

Y para finalizar Dr. Maligno

Creemos que el intercambio de música debería ser un derecho. La ganancia de las bandas debería estar en los conciertos y en la parafernalia que rodea a las bandas, pero ya no en la música. Para allá va esto. Tarde o temprano las bandas entenderán que la música debe ser gratuita y todos deben poder descargarla.

Nosotros hemos conocido muchos grupos, bandas que sin el internet y sin los blogs de música sería imposible conocer. Un tiempo me metí muy duro a escuchar bandas japonesas, acá nadie las escucha, nadie vende su música, pero de pronto hay por allí algunos enfermos igual que yo, que te agradecen por estar buscando y compartiendo cosas que de otra manera ellos no podrían conocer.

Con esta serie de respuestas dadas por los administradores, nos damos cuenta de que tener un *blog* conlleva responsabilidad. Además no existen beneficios materiales, si hablamos de dinero, pero sí se pueden ganar amistades con las cuales puedes compartir nueva música. Tener un *blog* no es cerrarte a tu vida real y quedarte pegado en la computadora todo el día, sino lo contrario, puedes llegar a expandir tu vida social dentro de la red, y poder materializarla con reuniones o fiestas con otros administradores.

La información se expande en forma de red, no hay emisor o receptor, sino que el sujeto se convierte en un híbrido de las dos anteriores, capaz de dar y recibir en un mismo momento.

CAPÍTULO 7

Think for yourself – The Beatles

Cultura es un concepto de uso diario, ya sea para referirnos a los gustos hacia las bellas artes de alguna persona o para categorizar las tradiciones y costumbres de alguna nación, por ejemplo: La cultura china, la cultura mexicana, la cultura peruana, etc. También es posible dividir al mundo en dos culturas, la occidental y la oriental. Pero ¿qué es cultura? Para poder entender el concepto es necesario hacer un recorrido histórico por todos los usos que se le ha dado al concepto Cultura y para esto se seguirá a las definiciones que usa John B. Thompson en su libro *Ideología y Cultura Moderna*: La concepción clásica, la concepción descriptiva, la concepción simbólica y la concepción estructural.

Definición e historia de la palabra “cultura”

La palabra cultura viene de la palabra latina *culturam* que significa cultivo o el cuidado de los animales o las cosechas. Fue a partir del siglo XVI cuando el concepto cultura se traslada al cultivo humano, al cultivo de la mente. En el siglo XVIII el concepto de cultura y civilización eran usados casi como sinónimos, ya que ambas definiciones servían para describir un progreso en el desarrollo humano, un movimiento para alejarse de la barbarie y salvajismo, y acercarse al refinamiento y el orden. En esa época era lo mismo civilizarse que culturizarse, excepto en Alemania, donde los conceptos *Kultur* y *Zivilisation* tenían connotaciones diferentes: *Zivilisation* se asociaba con la cortesía y los modales, mientras que *Kultur* se refería a productos intelectuales, espirituales y artísticos. Como señaló Kant “nos cultivamos por medio del arte y de la ciencia [...] nos civilizamos al adquirir una variedad de buenos modales y refinamientos sociales”. John B. Thompson define la concepción clásica de cultura como: El proceso de desarrollar, ennoblecer las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de obras eruditas y artísticas relacionadas con el carácter progresista de la era moderna.

Herder (1784) en la misma época comienza a cuestionarse acerca del concepto de cultura, ya no simplemente cultura en singular, sino que usa el término en plural y dirige su atención hacia las características de diferentes grupos naciones o periodos, este es el inicio de lo que sería la segunda concepción de cultura: La descriptiva. Esta nueva connotación del concepto nace en el siglo XIX por el interés en la descripción etnográfica de las sociedades o comunidades no pertenecientes al continente europeo.

Tylor (1903) cuando trata de delimitar la cultura como un objeto de estudio, quiso de categorizar, clasificar, comparar las culturas conforme a sus actividades, tal como lo hacen los botánicos con sus muestras de laboratorio, a esto se le denominó *cientifización del concepto de cultura*. Malinowski buscaba un enfoque funcionalista con respecto a la cultura, en donde los fenómenos culturales se pudieran analizar dependiendo de la satisfacción de las necesidades humanas. Thompson resume la idea de concepción de cultura descriptiva como: La cultura de un grupo o sociedad es el conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores, así como los artefactos, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o esa sociedad.

Se dice que el ser humano es el único ser viviente que usa símbolos. También somos los únicos que hemos creado un lenguaje con el cual podemos construir e intercambiar expresiones lingüísticas, también le damos un valor significativo a construcciones no lingüísticas como: acciones, obras de arte, objetos materiales, etc. Este tema ha sido un punto importante en la reflexiones de filósofos preocupados por las ciencias sociales. En la rama de la antropología también ha sido un tema de gran importancia, por lo que en 1940 L.A. White en *The Science of Culture* delinea una concepción con sentido simbólico, a partir de que el uso de los símbolos es un uso distintivo del ser humano.

En *The Interpretation of Cultures* Clifford Geertz intenta extraer implicaciones para una concepción simbólica de cultura en la investigación antropológica. Su interés recae en el significado, en el simbolismo y en las interpretaciones dadas, en el libro anteriormente mencionado dice: Al creer tal como Max Weber, que el hombre

es un animal suspendido en tramas de significación tejidas por él mismo, consideró que la cultura se compone de tales tramas y que el análisis de ésta no es, por tanto, una ciencia experimental en busca de las leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significado. En resumen, John B. Thompson (1991) da su definición de “concepción simbólica” de cultura: Es el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas –entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos- en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias. Esta definición se acerca más a la interpretación de un texto, que a la clasificación que se hace en la concepción descriptiva. Aquí no importa la actitud del analista en clasificar, categorizar, comparar, como en la concepción descriptiva, sino la sensibilidad de interpretar los significados de la cultura, además de volver inteligible una forma de vida que ya es de por sí significativa para quienes la viven.

John B. Thompson agrega otra concepción de cultura: la estructural. En la cual enfatiza en el carácter simbólico, pero igual en el hecho de que los fenómenos culturales se insertan siempre en contextos sociales estructurados. Aquí Thompson no hace una definición de cultura, sino de un análisis cultural el cual consiste en: El estudio de las formas simbólicas – es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativa de diversos tipos- en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas. Es importante saber dónde se insertan las formas simbólicas, en qué procesos y contextos socio-históricos se desarrollan, además de saber por qué medios se produce, transmiten y reciben ya que anteriormente estos puntos pasaban desapercibidos dentro del concepto de cultura y el análisis cultural.

Después de hacer un recorrido por la historia del concepto de cultura, se rescataran algunas definiciones que han planteado algunos teóricos, por ejemplo Malinowski (1931) siguiendo su línea funcionalista menciona que la cultura es un mecanismo que permite al individuo enfrentar mejor los problemas que se

presentan durante su búsqueda de la satisfacción personal. Goodman argumenta que la cultura es un modelo de creencias y expectativas que mantienen en común y profundamente los miembros de una sociedad, estas convicciones dan lugar a los valores, la situación ideal del ser que abrigan a dicha sociedad y a sus integrantes.

Como hemos visto, el término cultura en nuestros días aún sigue usándose en diferentes maneras, desde la concepción clásica, hasta la concepción estructural. Pero queda claro que en este trabajo cuando hablamos de cultura no hablamos del grado de educación que tiene una persona o acerca de sus modales, sino en todas las actividades en que se desenvuelve. Hoy el mundo es más complejo, existen factores que influyen en tu modo de ser y de vivir, por lo tanto, igual en tu cultura, estamos expuestos a medios masivos, a Aparatos Ideológicos del Estado, a nuestra clase social, a nuestro país, a cultura del deporte y de la salud, por lo tanto, podemos ser parte de muchas culturas si nos ponemos a pensar detalladamente en nuestras actividades diarias, por lo mismo, han nacido nuevos términos como: culturas híbridas, subculturas, contraculturas, cibercultura, culturas alternativas, etc. Pero en este apartado nos centraremos en lo que es la contracultura y subcultura.

Contracultura y subcultura

Cuando escuchamos la palabra contracultura, a nuestra mente vienen imágenes de hippies, lsd, rock, marihuana, guitarras, Jimi Hendrix y para muchos, eso es contracultura, un fenómeno que se dio en la década de los 60's y que acabó a finales de la misma década, pero sin saber, que la contracultura es un movimiento anterior al movimiento hippie y el destape de la contracultura.

Para adentrarse al término de contracultura, es necesario hacer un recorrido histórico. La contracultura nace como una corriente en el siglo XIX, paralela al movimiento del arte contemporáneo. El factor decisivo para el nacimiento de la contracultura fueron las leyes impuestas por las academias de bellas artes hacia

los artistas de la época y las obras, basados en los cánones del romanticismo y el barroco. Como consecuencia de esta imposición de reglas, dentro de un campo creativo y libre por naturaleza, muchos jóvenes desafiaron las reglas experimentando nuevas técnicas para crear lo que ellos quisieran, generando nuevos movimientos como el romanticismo, el impresionismo, etc. El desafío a las reglas impuestas fue seguido por el sector bohemio, conformado por pintores y escritores pobres que no seguían las reglas convencionales del sistema. Con el tiempo el término “bohemio” dejó de ser usado sólo para artistas y se empezó a utilizar para cualquier persona que no estaba conforme con la sociedad que lo rodeaba, además de tener costumbre y tradiciones no apegadas a la cultura perteneciente. Para algunos bohemios esta actitud fue una muestra de desagrado hacia la sociedad, una protesta hacia el sistema.

Con este movimiento nace el primer sector contracultural y quizás también lo que vendría siendo la primera tribu urbana. Este es sólo el inicio del ciclo contracultural, ya que casi todo movimiento es adquirido por el *mainstream* o la cultura dominante, aligerando las ideas para que sean agradables para todo el público, algunos podrán decir que esto va en contra de sus ideales, pero también hay que ver el lado amable, que la contracultura siempre ha buscado nuevas maneras de expresarse, no quedarse estática, seguir en movimiento y sacudirse las pulgas que el *mainstream* le quiere poner.

El movimiento siguiente fue el de “Los Dandys” los cuales estaban en contra de la idea bohemia acerca de “los ricos sólo por el hecho de serlo son superficiales”. Los Dandys usaron una imagen de elegancia, gustos refinados, lenguaje sofisticado y gusto por las artes, pero estos no eran de la clase burguesa, sino de la clase media. Se les denominó revolucionarios sociales porque trataban de ser únicos y romper con los prejuicios que impone la clase social, la religión o el lugar de nacimiento.

Otro movimiento que ya tuvo mayor alcance en la sociedad fue el generado en la década de los 50's y conocido como la generación *Beat*, el cual podría ser una evolución de lo bohemios, ya que compartían algunos intereses con respecto a la

poesía y las artes, además que los *Beats* tenían un gusto por la música negra como el jazz y el blues, las drogas recreativas como la marihuana, algo que iba en contra de los estándares de la cultura norteamericana. En primera porque Estados Unidos se caracterizaba por ser un país racista, y ver a un joven blanco escuchando música negra o fumando marihuana, costumbre que era sólo de los negros algodoneros y de los mexicanos, iba en contra de todo el sistema norteamericano, cosa que no pasó cuando los jóvenes londinenses empezaron a escuchar Blues y Jazz, ya que en ese país no tenían una herencia racista tan marcada.

Los *Beats* no eran conformistas en el plano social y político, ya que durante la guerra fría fueron de los primeros en estar en contra. Los beats además de proponer nuevas formas de expresión, buscaban un cambio total en la cultura, un nuevo comienzo, esto se dio a causa de la convivencia y la armonía que juntaba a muchos *beats* con ganas de cambiar el mundo, además de tratar de crear una nueva clase social, a dónde llevar a la práctica sus ideas con personas afines a su ideología. Pero esto no quedó aquí, la idea de crear nuevas culturas con personas afines a los gustos personales se comenzó a dar entre los universitarios que tenían contacto con beats, empezaron juntándose en cafés en donde exponían sus ideas con sus compañeros y por lo tanto las ideas se empezaron a difundir en toda la sociedad. En esta época surgieron famosos escritores extrovertidos, como Allen Ginsberg, Neal Cassady, William Burroughs y en especial Jack Kerouac, que con su novela "En el Camino" creó una nueva forma de escritura basada en el Jazz, en la improvisación, escribir sin parar, dictando la mente a la mano de manera inmediata sin detenerse a ver los errores. Esto es un ejemplo claro de desafiar al sistema, hasta las propias reglas de los escritores para poder expresarse de una nueva manera.

Todos estos movimientos son anteriores al boom de la contracultura que sucedió en la década de los 60's con el nacimiento de los hippies y lo siguiente es historia ya contada para la mayoría de personas; El nacimiento del punk, Skinheads, El heavy metal y sus ramificaciones por países, gustos, instrumentos, rapidez, el

Ska, el reggae y el estereotipo de rastaman, lo alternativo, lo neo-hipster, la música electrónica y sus géneros, dubstep, surf y toda una lista de géneros musicales que conllevan una cultura y actividades que no son parte del sistema.

Contracultura

Es la hora de definir contracultura ¿Qué es? Roszak (1969) quien acuñó el término menciona que la contracultura es una sublevación juvenil y se opone ante todo, al reduccionismo de la ciencia y tecnología. Los jóvenes, en especial que gozan de cierta cultura, odiaban a su parecer, la dirección que apuntaba la sociedad tecnocrática, y su protesta adoptó una forma de vida alternativa.

Para Roszak la contracultura constaba de cinco elementos: Psicologías alternativas, filosofía oriental, las drogas, la sociología revolucionaria y la música Rock. Otra definición es dada por Clark (1976) indica que el término no sólo debe entenderse como el ir en contra de la cultura parental, tanto ideológica y culturalmente, sino también como una manera suave de atacar a las instituciones que representan el sistema dominante y reproductor como son la familia, la escuela, los medios y el matrimonio. Para Fadanelli (2000) la contracultura es aquello que se caracteriza por ir en contra de cualquier institución y de los pensamientos considerados hegemónicos, dominantes de esa época. El autor plantea que la contracultura se constituye como un contrapeso de la cultura que va a estimular su evolución, este autor hace caso de la mala traducción al español de *counterculture*.

Para Villarreal (2003), la contracultura puede entenderse como aquello que se opone a toda forma de convención social o de conservadurismo, a todo lo establecido que permanece inmutable o incambiable, en si la contracultura no es una oposición sino un cuestionamiento de todos los métodos autoritarios y coercitivos existentes. Y explica: La contracultura debe ser ofensiva, agresiva, burlona, irónica, debe tratar de todo tipo de aspectos ásperos y rudos, porque en el momento en que pierden todas estas características deja de ser contracultura y

se convierte en una versión oficial de la cultura, de esa que se padece en las universidades, en la televisión y en el cine. En el momento en que yo decida no publicar cómics, dibujos, textos y fotografías agresivos, sin albur, eliminando las malas palabras, entonces ya valió madre.

Uno de los conceptos más atinados de contracultura, es dado por el mexicano José Agustín (2007): Contracultura es todo una serie de movimientos y expresiones culturales regularmente juveniles, colectivos que rebasan, rechazan se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional. Y por cultura institucional se da a entender a la cultura dominante, dirigida, heredada y con cambios para que nada cambie, muchas veces irracional, generalmente enajenante, deshumanizante, que consolida al *status quo* y obstruye, sino es que destruye, las posibilidades de una expresión auténtica entre jóvenes, además de que acepta la opresión, la represión y la explotación por parte de los que ejercen el poder, naciones, centros financieros o individuos

Pero ¿El término está bien aplicado? Luis Racionero (1977) en su libro “Filosofías Underground” prefiere utilizar el término underground, mencionando que contracultura es una mala traducción de “counterculture” que su significado real sería algo así como “cultura de contrapeso” ya que “counter” significa: compensación o contrarrestar, mientras que “against” sería el contra, de la traducción de contracultura. Esto nos hace pensar que contracultura es un movimiento anticultural, y no en el sentido de equilibrar la cultura dominante con nuevos aspectos culturales nuevos. Para Racionero la historia del underground se remite hasta los inicios de la humanidad, mencionando que la contracultura sólo es el movimiento de los 60’s como una encarnación del underground. Menciona que el underground es una corriente que corre paralelamente al pensamiento principal, pero de manera subterránea a lo largo de la historia del mundo occidental, desde los chamanes hasta nuestros días.

También para este tipo de fenómenos culturales se ha usado el término subcultura, el cual ha entrado en debate con algunos teóricos, por ejemplo: para algunos el prefijo “sub” adquiere una interpretación acerca de pertenecer a una

cultura más grande, mientras que otros lo interpretan como una subordinación a una cultura dominante. En el caso de José Agustín menciona que el movimiento contracultural no es ninguna subcultura, ya que no se encuentra por debajo de la cultura, pero viéndolo de otra manera, sí es una subcultura de una cultura más grande, en este caso se podría hablar de la cultura occidental o en el caso específico de la cultura mexicana. Hannerz (1992) empieza a estudiar el fenómeno de la subcultura sin el error de no relacionar la subcultura con su parte dominante, aclarando que las subculturas se dan como resultado directo de las condiciones ocasionadas en la cultura dominante. Por lo tanto es necesario aclarar que la subcultura y la cultura dominante se encuentran en relación en todo momento. D. Downes (1966) sigue con la misma línea, mencionando que las subculturas son resultado de la interacción entre individuos con problemas parecidos de adaptación en la sociedad, que no encuentran solución a este problema compartido. Desde la perspectiva de estos autores la subcultura funciona como solución hacia los estándares previamente establecidos por la sociedad.

Aunque muchos teóricos vinculen las subculturas con la cultura juvenil debido a que este fenómeno se ve en este sector, no se puede hablar de forma general, ya que por ejemplo, los migrantes en mexicanos en Estados Unidos forman una subcultura, pero no son necesariamente jóvenes. Pero otros afirman que en la adolescencia algunos jóvenes se relacionan con grupos sociales secundarios, de los cuales adquieren modelos para actuar en la sociedad, como actores, grupos musicales, escritores, películas, etc. P. Berger y H Luckman (1966) dicen que el adolescente puede entrar en conflicto con su universo simbólico porque debe reflexionar acerca de su definición de realidad: quedarse con su universo simbólico previamente formado con la familia y escuela o la influencia del grupo secundario. Pero como la subcultura sigue siendo parte de una cultura mas grande, es necesario encontrar características que puedan definir y explicar a una subcultura como:

- 1) Rompimiento con el sistema: A pesar de que la subcultura no esté de acuerdo con algunos estándares de la cultura dominante y busque romper

su relación, es inevitable que contenga elementos de la cultura principal. Otro factor que les imposibilita romper su relación con el sistema es que, desean ser aceptados tal como son.

- 2) Estilo: Se constituye de 3 elementos: 1) La imagen la cual se centra en la vestimenta, accesorios que caracteriza a cada subcultura. 2) El porte se refiere a la manera de utilizar la vestimenta, darle caché a la manera de caminar, la postura de su columna, el movimiento de sus manos al hablar y un largo etc. 3) El argot es el vocabulario que utilizan y además en la manera de expresarse verbalmente. En este caso, entre mayor compromiso tenga el sujeto con la subcultura, más accesorios o elementos antes mencionados incorporara a su vida cotidiana.
- 3) Música: Muchas veces el género musical que escuchan funciona como vía de expresión para las subculturas. Esta relación es tan fuerte que muchas veces el movimiento subcultural nació a la par que el género musical. Además nos da muestra de sus dotes artísticas para la creación de material simbólico y cultural. No sólo vestirse y hablar de manera específica para ser parte de la subcultura, sino muchas veces la creación de objetos culturales apoya para que se unan más, al ser la música un medio de expresión.

Los conceptos de subcultura, *underground*, alternativo, Indie aunque se vinculen entre sí, tienen características específicas que los hace diferenciar. Por ejemplo, la cultura *underground* o subterránea se caracteriza por oponerse abiertamente al sistema, en su mayoría son actividades artísticas sin ningún apoyo corporativo, que no es buscado para que el mensaje, objeto o lo producido dentro del *underground* tenga la esencia del mismo, sin ningún apoyo exterior. El movimiento Indie es parecido al *underground* en que no tienen un apoyo corporativo, pero el Indie no busca una postura de resistencia hacia el sistema, sino que pueden tener objetivos en común o parecidos con el sistema. Las subculturas por lo general son producto de una cultura más grande, y no se centra sólo en actividades artísticas, sino que también entran cuestiones políticas o sociales. Las subculturas pueden o no estar en contra del sistema, algunas nacen como evolución misma de éste, como es el cyberpunk, los ravers o los ecologistas. Los alternativos simplemente

son una (como su nombre lo dice) una alternancia a las opciones del *mainstream*, no importando si son contrarias o no, algunas veces sólo se utiliza el término alternativo, para agrupar a los experimentos de ideas, objetos, música, artes sueltos que no tienen un lugar en donde ser categorizados.

Como hemos visto, la cultura es un concepto dinámico, difícil de categorizar, ya que como es objeto de una ciencia social, depende del punto de vista desde el que se quiera ver, desde qué escuela o punto epistemológico se quiera estudiar, por lo tanto se tratará de hacer una categorización respecto a estos conceptos.

Nueva Categorización

En la sociedad actual la cultura ya no sólo se transmite de generación en generación, la industria de los medios maneja la producción y circulación de las formas simbólicas, estamos en contacto con culturas que sin la ayuda de los *mass media* no conoceríamos jamás, estamos llenos de datos e información de culturas del otro lado del mundo, tenemos estereotipos en nuestra mente de la mayoría de países, no sólo nosotros, sino la mayoría del mundo. ¿Los medios masivos homogenizan o crean comunidades más heterogéneas? Naomi Klein en su libro *No Logo* habla de una juventud homogenizada por las marcas, *jóvenes nike*, *jóvenes mtv*, *jóvenes Heineken*, este tipo de jóvenes que quieren parecerse al cantante de moda, a la actriz de la alfombra roja, jóvenes que se dejan llevar por lo que ven en los medios, los medios crean su realidad, su ideología, su modo de ser y vivir como si fueran superestrellas. Pero también existen jóvenes que con el espíritu rebelde inherente a esa edad les hace ver la realidad con otros ojos, actuar de otra manera, es su única forma de protesta, no seguir el *status quo* que te dicta la televisión es un acto de rebeldía en nuestros días y quizás un nuevo tipo de expresión de cultura.

Es aquí donde trato de hacer una nueva categorización de cultura, así como hay clasificaciones de culturas dependiendo su extensión, su desarrollo, su educación,

sus gustos sexuales, haré una categorización de cultura dependiendo de la información recibida por los medios. Estas serán dos categorías:

- 1) La cultura *Mainstream*: es un término ya utilizado, que significa la cultura principal o dominante, pero aquí ya no entran en sí aspectos de naciones, o culturas populares, sino las formas simbólicas que son producidas y reproducidas por los medios de comunicación, para esa sociedad de masas que recibe los mensajes y los hace suyos, tejiendo redes con otros receptores que gustan de este tipo de formas simbólicas, creando una cultura basada en la reproducción de la cultura de medios, de la industria cultural. Por ejemplo en México se hablaría de una cultura basada en formas simbólicas creadas por Televisa y Tv Azteca, todo lo que producen se convierte en parte de nuestra cultura *mainstream* porque tenemos contacto con ella a diario.
- 2) La cultura *underground*: Sigo las palabras de Racionero, es la cultura que corre paralelamente con la cultura *mainstream*, pero por abajo, sin tanta difusión. Cultura creada desde abajo como símbolo de resistencia hacia el sistema. La búsqueda de nuevas alternativas, no conformarse con lo que los grandes medios tan, no importando si se está en contra o no del sistema, sino simplemente abrir a nuevos caminos de información. El medio por el cual se manifiesta y propaga esta cultura es por Internet y el primitivo boca a boca. Esta cultura engloba la mayoría de movimientos alternativos (para no usar el termino subcultura) que no están conformes con la cultura transmitida por los grandes medios.

No se puede hablar de una subcultura porque no es parte de una cultura más grande, sino que van corriendo en un mismo carril. Una con un equipo más avanzado y otra con un poder de menos alcance pero son culturas iguales. Con respecto al sujeto, éste se puede mover en ambos planos, no necesariamente se debe encasillar en un lugar, sino que es libre de moverse, sabiendo que regularmente se inclinará más por una parte. Aquí el término *counterculture* entra perfectamente, ya que las formas simbólicas de la cultura *underground* son en

verdad un contrapeso en relación con la cultura *mainstream*, para que ambas puedan llegar a un equilibrio.

Con esto queda claro que esta investigación se centrará en lo que ahora en adelante se llamará cultura underground, donde habitan varias culturas alternativas. Estas culturas se difunden (en su mayoría) por medio Internet, un medio que todavía no logra tener un gran alcance entre la población mundial.

Ideología

Como es bien sabido, el ser humano es un ser social por naturaleza, necesita estar acompañado para poder salir adelante, estar solo contra el mundo es un acto de valentía, pero igual un acto mal planificado. Un hombre puede cambiar el curso del mundo, pero este hombre está influenciado por muchos más, desde su familia, amigos, conocidos y extraños que se encuentra en la calle. El ser humano vive en sociedad y tiene la necesidad de crear hábitos para sobrevivir y actualmente, para ser socialmente aceptado. La cultura rige su manera de ser, de actuar y de vivir. Asimismo el ser humano tiene una manera de ver las cosas, de percibir su realidad, de pensar sobre el contexto socio-cultural en el que se desenvuelve, todo esto se engloba en un concepto; Ideología.

Definición de Ideología

Según el diccionario de comunicación, la ideología es: “Un conjunto de ideas fundamentales que caracterizan el pensamiento de una persona, colectividad, época, movimiento cultural, religioso o político, etc., y a sus actitudes ante el mundo y la vida”. Pero incluso así, pensar en un concepto general de Ideología es casi imposible, ya que a través del tiempo, ha tenido diferentes connotaciones, además, varios teóricos han creado concepciones diferentes sobre el término.

En 1976, el filósofo Destutt de Tracy usó por primera vez el término ideología para describir una nueva ciencia que se relacionaba con el análisis sistemático de las ideas y sensaciones. El objetivo de la ciencia era que por medio de análisis de ideas y sensaciones, se pudiera comprender la naturaleza humana y a partir del análisis reorganizar el sistema político, social, cultural de acuerdo con las necesidades de los seres humanos.

Otro filósofo que aporta su visión es Marx, aunque en sus obras no da un concepto bien definido, entre sus escritos se pueden rescatar varias concepciones referentes al término. Para Marx la existencia de la ideología se remite a la luchas de clases, ya que la dominación no sólo se ocupa de la producción material, sino también del ámbito intelectual, por lo tanto el poder económico y político es también el poder ideológico, así que una de las funciones de la clase dominante es la de regular y difundir las ideas de su tiempo.

Marx y Hegel después encontraron otro sentido al término ideología y lo plasmaron en *The German Ideology* cuando se dieron cuenta de la relación entre la producción y la difusión de las ideas, con la relación entre las clases y al percibir que existen “ideas de la clase dominante” en periodos particulares que representan las ambiciones de los grupos dominantes. Thompson llama a este modo de ideología, concepción epifenoménica, ya que considera a la ideología dependiente y proveniente de las condiciones económicas y del grupo social dominante.

Otro tipo de ideología que maneja Marx en sus escritos, y rescata Thompson, es la concepción latente, en donde la ideología es un sistema de representaciones que sirve para mantener las relaciones existentes de dominación de clase al orientar a los individuos hacia el pasado más que hacia el futuro, o hacia imágenes o ideales que ocultan las relaciones de clase y se apartan de la búsqueda colectiva del cambio social. La diferencia con la concepción epifenoménica es que la concepción latente tiene construcciones simbólicas que poseen autonomía y eficacia, así que rompe el vínculo entre símbolos, ideas con la economía y las ideas de la clase dominante.

Antonio Gramsci, otro autor que sigue la línea marxista da un concepto de ideología: “La ideología es el elemento sin el cual no se podría concebir ninguna acción humana, individual o colectiva, el elemento en el cual se elabora y se engendra la totalidad de las acciones históricas”.

Aparatos Ideológicos

Ahora que tenemos una idea de lo que es Ideología, es necesario saber, quién, cómo, por qué, por medio de qué y para qué se difunden las ideas. La idea de Aparatos Ideológicos del Estado es explicada por Louis Althusser en su escrito “Ideología y Aparatos del Estado” en *La Filosofía como arma de la revolución*.

Distintos conceptos que utiliza Althusser son la Infraestructura y la Superestructura. Marx concibe a la sociedad como un edificio de dos niveles: La Infraestructura o base económica (unidad de las fuerzas productivas y de las relaciones de producción) y la Superestructura en donde entran las instancias jurídico-política (El derecho y el Estado) y la ideología (las distintas ideologías, religiosas, morales, jurídicas, políticas, etc.). Por lógica se piensa que si la base se tambalea, los otros pisos caerán, pero existe una autonomía relativa de la superestructura conforme a la base y existe una acción de retorno de la superestructura a la base. Es posible que los del piso de arriba –los grupos de poder y el estado- creen una ideología a partir de los aparatos ideológicos del estado, se mencionó antes en las concepciones ideológicas de Marx, creando ilusiones entre las clases, para que la base crea que los grupos sociales dominantes trabajan para el bien común, y para que la clase dominante siga ejerciendo su poder.

Existen varios aparatos que sirven al Estado, los aparatos ideológicos y los represivos, pero ambos son diferentes. En primer lugar los aparatos represivos funcionan mediante la violencia, por lo menos en los casos más extremos. Otra diferencia es que existe al menos una gran pluralidad de aparatos ideológicos, como: los AIE (aparatos ideológicos del estado) religiosos, los AIE familiares, los

AIE jurídicos, los AIE políticos, los AIE sindicales, los AIE de información y los AIE culturales. Mientras que sólo existe un aparato represivo del estado. Además el aparato represivo del Estado es por entero del dominio público y los aparatos ideológicos pertenecen al dominio privado. Aquí entramos en una zona de conflicto, cómo pueden ser AIE si son parte del dominio privado, bueno Althusser menciona que poco importa si las instituciones que los realizan son públicas o privadas, importa su funcionamiento, ya que las instituciones privadas pueden funcionar perfectamente como aparatos ideológicos del Estado. Aunque tienen varias diferencias el aparato represivo del Estado y los aparatos ideológicos del Estado, no pueden existir de una manera pura. Ya que los AIE puede utilizar igual represión, al igual que el aparato represivo puede utilizar ideología. Lo que sí queda claro es que ninguna clase puede detentar durablemente el poder del Estado sin ejercer al mismo tiempo su hegemonía sobre y en los aparatos del Estado. Cabe mencionar que Gramsci puso atención en las instituciones y organizaciones creadoras de ideología, antes de que Althusser creara el concepto de Aparatos Ideológicos del Estado. Gramsci de la misma manera puso atención en cómo los medios propagaban ideas, haciéndolas una realidad inmaterial pero omnipresente, para esto, se centró en; los escritos, la prensa, las librerías, las bibliotecas, la radio, el cine, la novela, etc.

Análisis de la ideología basada en la propuesta de Olivier Reboul

Olivier Reboul en su libro *Langage et Ideologie* propone una técnica para el análisis de discurso, por medio del lenguaje. En su libro expone dos ideas importantes: 1) Que uno habla como quiere, es decir que más allá de los límites impuestos por la sintaxis propia de cada lengua existen límites del lenguaje impuestos por rasgos ideológicos propios de cada sociedad y dentro de ella a cada grupo y 2) Que uno no dice lo que quiere, es decir, que cualquier ideología

determina, no sólo nuestra forma de hablar, sino el significado mismo de nuestras palabras.

Reboul conceptualiza a la ideología como “una visión del mundo particular de una sociedad, o una cultura”, pero se percata de 5 rasgos que acompañan a la ideología: es partidista, es un pensamiento colectivo, por lo tanto anónimo, es disimuladora, es racional y crítica y siempre está al servicio de un poder aunque no lo sepamos.

Aunque sabemos que la ideología se manifiesta de muchas maneras –prácticas sociales, símbolos, instituciones- donde se ejerce o se materializa diariamente es en el lenguaje, y Reboul da dos razones esenciales: 1) El lenguaje establece implícitamente ciertas jerarquías sociales o diferencias morales, palabras como “blanco” y “negro” están cargadas de connotaciones, lo blanco es bueno, lo malo es negro, así se muestra que el lenguaje no es neutral, sino racista y sexista. 2) El lenguaje es selectivo porque pone en situación de superioridad a los que dominan, ejemplo: las clases dominantes en México hablan español, por lo tanto los pueblos indígenas quedan desfavorecidos en ese aspecto.

Reboul por lo tanto, propone analizar la ideología por medio del lenguaje, mediante el discurso de poder y en las palabras claves que esconden la relación de dominación. Cuando las palabras claves son localizadas, se trata de interpretar un código o subcódigo propio del emisor. Hasta aquí el método de análisis es bueno, pero no logra captar lo no-dicho, así que para encontrar el sentido escondido, Reboul se basa en las proposiciones del lingüista Roman Jakobson, y propone analizar el mensaje mediante las funciones que desempeñan. Las funciones que propone Jakobson son:

- 1.- La función referencial: Se habla para informar, para dar a conocer algo (contexto).
- 2.- La función expresiva o emotiva: Se habla también para expresarse (destinador).
- 3.- La función iniciativa conativa: Se habla para provocar acción (destinatario).
- 4.- La función poética: Aquí la finalidad del mensaje es el mensaje mismo como realidad material (Mensaje).

5.- La función fática: Cuando el mensaje tiene por finalidad establecer el contacto, de mantenerlo o romperlo (contacto).

6.- La función metalingüística: Cuando se busca establecer si el lenguaje utilizado responde o no a las reglas del código que hace posible la comunicación (código).

Reboul utiliza el modelo de Jakobson, pero lo traslada al discurso. Además menciona que el fin de la ideología es no sólo ser conocida, sino que debe hacer que sus adeptos actúen como la clase dominante quiere.

Para el análisis del objeto de estudio, este trabajo no se centrará en la ideología de Internet, ni de los jóvenes, sino en la ideología de la cultura *underground*, que empezó como una forma de rebeldía, hasta llegar a convertirse en un nuevo mercado, aunque por medio de la difusión que se da en Internet, se intenta rescatar la ideología pura del *underground*. El porqué de centrarse en la ideología del *underground*, es porque es el medio entre Internet y los receptores, el *underground* influye, en ambos lados, y ambos lados influyen en el *underground*.

Función referencial

Reboul dice que toda palabra afirma, niega, explica, etc., se apoya sobre algo que es su referente, es decir se habla sobre “algo” o de “alguien”. Ese algo dentro de este análisis, es el Underground. Un mecanismo en la creación del referente es la “amalgama” que consiste en un concepto que asimila varios hechos diferentes. El concepto de “rock” es un amalgama que une varios géneros que surgen en el *underground*, desde el soul, blues y jazz, hasta los nuevos géneros como el Indie, new age. La palabra “*underground*” igual tiene esa función, ya que abarca todo lo que no es parte del mainstream. Otro mecanismo es la apelación objetivante, que es el procedimiento mágico-religioso que crea la cosa con sólo nombrarla. Aquí entran los nombres de personajes de la historia que se han convertido en símbolos contraculturales, que al escuchar alguien hablar de ellos, sabes que tienen conocimientos del *underground*: desde hablar de personajes icónicos como

John Lennon, Jim Morrison a personajes menos conocidos como Timonthy Leary o Albert Hoffman. Otro mecanismo es la falsa causalidad, que en la cultura *underground* recae en causas como la legalización de la marihuana, más espacios públicos para poder manifestarse ya sea con conciertos o para un graffiti. En los deslizamientos de sentido están las dicotomías, que consisten en la aplicación de dos polos de una oposición, el ejemplo principal es “Mainstream-Underground” o en menor medida “rock-pop” o “rebeldía-sumisión”. También existe eufemismo dentro de la cultura underground, por ejemplo, no se le dice: marihuano, drogadicto, desde un punto de vista pesimista, sino se les denomina “pachecos” o como yo digo “consumidores de plantas de poder”. También existe el falso preformativo o falsa incitación, con frases como “Do it yourself” que era el lema de la ideología punk o como dijo John Lennon “make love, not war”.

Función expresiva o emotiva

La función emotiva se centra en el emisor del mensaje, el que habla o escribe el discurso ideológico. Existe una fórmula de adhesión o de unión, que consiste en crear una unidad de simpatía o antipatía común. El nacimiento de la contracultura que se dio en el movimiento hippie, es la unión de una simpatía por el amor libre, el consumo de alucinógenos y escuchar rock, mientras que eran antipáticos en los conflictos bélicos. “El discurso del ser humano” como técnica de la naturalización pretende ser universal, y lograr convencer de convertir a los receptores en actores, eliminando los signos de enunciación, frases como “power to the people” (poder a la gente) o “poder joven” ya que en ese momento los jóvenes no tenían demasiado grado de participación. Otra técnica es la descalificación. Dentro del *underground* se da cuando un grupo se vende al *mainstream* y pierde esa actitud de libertad al firmar un contrato con una discográfica, esto se podría denominar como una “descalificación”, pero ¿qué banda se la quiere pasar en el *underground*? Este caso de descalificación –en general- no es muy dado en la cultura *underground*, ya que es una cultura abierta a nuevas revoluciones, es dinámica y no estable. Aunque se puede llegar a casos extremos como el odio de

un metalero contra un emo, o de un punk con un hippie, todos constituyen la cultura *underground*, pero se mueven en diferentes culturas alternativas. Dentro del *underground* no se puede hablar de una autoridad en sí, no existe un libro, una película o una persona que diga qué es *underground* o no, pero diferentes culturas alternativas sí tienen sus “autoridades”, por ejemplo: para los beatniks el libro “en el camino” era como una biblia, para los darketos la literatura sobre vampiros es parte de su autoridad y en épocas mas recientes el libro “no logo” de Naomi Klein es calificada por el New York Times como la biblia anticapitalista.

Función iniciativa

Como la ideología siempre está al servicio del poder, el objetivo de esta función es hacer que otros actúen o impedir que actúen. La acción puede ser una conducta aislada o llegar a ser una práctica social y duradera. El primer mecanismo que menciona Reboul es la “fórmula mágica” que está dirigida para producir un efecto sobre las cosas o los hombres. Aunque en la cultura *underground* no se ha dado el caso de un Mesías que se tome en serio, sí han existido varios personajes que con su estilo de vida “mágico” y extrovertido, han incitado a que más personas lleven su estilo de vida. Como en el libro “En el camino” de Jack Kerouac, no se incitaba a los jóvenes a salir a hacer viajes de “mochilazo” pero muchos lo hicieron, caso contrario es el libro “Steal this book” (roba este libro) que sí incitaba a las personas desde el título a robar el libro, además de que daba consejos sobre cómo no ser parte del sistema. Existe de igual manera una gran lista de personas en el ámbito del rock que consumían drogas y su estilo de vida fue copiado y por lo tanto cumplió la función de incitar. Igual existe el mecanismo de justificación, en este caso entra en el hecho de que se buscan nuevas alternativas, que el mundo es demasiado grande para quedarnos sólo con una cultura dominante, así que incita a los receptores a crear y buscar nuevas formas de vida. El mecanismo de palabras de choque casi no es utilizado por la ideología *underground*, sino que ha sido víctima de estas, palabras tabú como: marihuano, vago o greñudo, connotan un efecto negativo. Pero la palabra que connota significados más negativamente

es “la marihuana” que gracias a los medios masivos, ha sido satanizada. Quizás algunas palabras tabú dentro de la cultura *underground* son “los puercos” que se refieren a los policías, que son símbolos de represión, anteriormente por la brecha generacional que separaba a padres e hijos, el termino de “momiza” era una referencia a los padres o abuelos que no entendían las nuevas formas de vida.

Función Poética o retórica

Es el hecho en que los significantes toman un valor por sí mismos, ya sea por su música propia o por la imagen que sugieren. Los mecanismos dentro de esta función son tres: 1) los juegos de palabras, que operan en la base de los fonemas o sus combinaciones. 2) los juegos de sentido o tropos, que cambian la significación de los morfemas o de los sintagmas. 3) los juegos de pensamiento, que cambian la relación de un enunciado con su referente.

1.- Juegos de palabras:

- La paranomasia, es la repetición de una sílaba para ser fácilmente retenida. Dentro de la cultura underground no existe una frase que conlleve este mecanismo, pero sí canciones, como el repetitivo “hey oh let’s go” de las canciones de The Ramones

- El retruécano o calambur, es la utilización de una misma palabra con dos sentidos diferentes. Por ejemplo, la palabra “rock” es utilizada para referirse a un género musical o para describir una filosofía de vida. También la palabra *onda*, acompañada de diferentes palabras anteriores o posteriores tiene significados diferentes, ejemplo: “no agarra la onda”, “tú sí estás en onda” o un saludo “¿qué onda?”.

-Neologismos: Es la construcción de nuevas palabras. Dentro de este juego de palabras existen muchos ejemplos, más en México que comenzaron a “mexicanizar” varias palabras en inglés o hacerlas suyas. Palabras como “bacha”, “hitter”, “Bong”, “Riff”, “punk”, “pacheco”, “la chota”, “los puercos” “tripear”, se

comenzaron a volver comunes dentro de la comunidad *underground*, la mayoría relacionadas con el consumo de drogas y con la música.

2.- Juegos de sentidos. Esta categoría está conformada por los tropos, que consiste en remplazar una palabra por otra que presenta una cierta relación de sentido con ella.

-Sinécdoque. Los dos sentidos presentan una relación de necesidad entre sí, de tal modo que la supresión de uno acarrearía la del otro, así el todo por la parte o la parte por el todo. Una frase de tres palabras que sólo son partes y que simbolizan a la mayoría de la cultura *underground* es “Sexo, drogas y rock and roll”. Como se mencionó antes, “el *underground*” también abarca toda la cultura que se lleva en contraparte al *mainstream*.

-La antonomasia es un tipo de sinécdoque en la que se remplaza un nombre común por un nombre propio. Ejemplos de este tipo, nacen de los sobrenombres que tienen algunos ejecutantes de bandas de rock, como “Jimi Hendrix es el Dios de la guitarra” o “Lemmy es Dios”, o cuando se proclamaba el rock de protesta como “El rock es revolución”.

- La metáfora consiste en remplazar un término por otro que presenta con él una similitud de sentido. De una definición del rock, que solamente es un género musical, se ha elevado a términos como “El rock es cultura”, “Rock es libertad” o hasta “El rock es un estilo de vida”. Dentro de los que integran la cultura *underground* y consumen sustancias ilegales, dicen “La marihuana es libertad” o “El ácido es una revolución espiritual”.

-La enálage es un desplazamiento del orden sintáctico que consiste en servirse de un tiempo, de un género, de un número, de una persona, que está en desacuerdo con lo que exige la gramática. Son en parte sinécdoque porque una palabra agrupa a varios elementos, no decir “yo” sino, “nosotros”. Esto se da en las culturas alternativas que se identifican por un género musical, como “metaleros”, “emos”, “punketos” o en el consumo de marihuana como “pachecos”.

-Hipérbole, es la exageración calculada de los signos. Esto se dio en el inicio, cuando aún se le denominaba contracultura, esperaban un cambio social extremo, una revolución pacifista y crear una nueva sociedad de "Paz y Amor". Se llegó a creer que el LSD podía ser la respuesta a todas las preguntas, que si todos consumían el mundo cambiaría. La mayoría de ejemplos de hipérbole se dan en los mitos, un ejemplo es el de; Robert Johnson. Según la leyenda el joven bluesman, vendió su alma al Diablo en un crucero de Missisipi. Esto es una exageración y el inicio de relacionar la música *underground* con el satanismo y la mala influencia de la raza negra.

3.- Los juegos de pensamiento, son aquellos en los que el sentido juega con su referente. Dentro de este mecanismo existen diferentes juegos de pensamiento como; la antitesis, el quiasmo, la paradoja y la ironía. Pero en este apartado sólo nos centraremos de una manera breve en un juego:

La mayor ironía que existe dentro de la cultura *underground*, sucede cuando los "rockstar" o alguna persona con problemas de adicción –que no acepta- apoyan alguna campaña en contra de las drogas. Escuchar o ver un cartel de Ozzy Osbourne que dice que las drogas son malas, es realmente irónico. Otra ironía son las canciones de protesta, por ejemplo, Rage Against the Machine toma la bandera como una banda anti-capitalista, pero sus discos son vendidos por una transnacional.

La Función Fática

Esta función tiene como objetivo establecer, prolongar e interrumpir la comunicación, también una de sus metas es atraer la atención del interlocutor, ya que cualquier ideología se preocupa por tener un mayor número de receptores. Reboul dice que esta función raramente se da sola, ya que las otras funciones la mayoría de veces se entrelazan con la fática.

Aun así, existen mecanismos que se usan para prolongar o atraer la atención del receptor. La fórmula del exordio donde el orador afirma su derecho a hablar y erige un conjunto de receptores en "público", "asamblea". Este mecanismo no se

da desde una persona para llamar a un gran público, la mayoría de veces en la cultura *underground* existen palabras para llamar a una persona de manera amable, ejemplo: “carnalito”, “camarada”, “hermano”, “viejo”. No para crear un concepto general de todo un grupo, sino para unir de una manera más horizontal, y no tan vertical como lo menciona el mecanismo original.

Otro mecanismo es la denegación, que consiste en no sólo denegar, sino rehusar una afirmación, una solicitud o un título. En la cultura *underground* a mi parecer existen dos grandes conceptos que todos deniegan: Ser *fresa* o ser *pouser*. No sólo lo niegan, sino que puede ser tomado como un insulto, más en las personas que están realmente adentradas en la cultura *underground*.

CAPÍTULO 8

The End – The Doors

Conclusiones

Hoy, Internet se ha convertido en centro de interés y objeto de estudio de algunas ciencias, desde ciencias exactas que buscan procesadores que den resultados más precisos a estudios sociológicos que miden y analizan el impacto de Internet en nuestra era. O como el caso de este trabajo, donde se analizan varios sitios dedicados a compartir música, aprovechando que la información puede ser compartida sin importar las fronteras imaginarias que se han trazado en el mundo real y su impacto en la recepción de cultura de los internautas.

La música se vuelve libre en Internet, al igual que los textos que viven dentro de él. El receptor que durante la era de la cultura escrita (como la denomina Pierre Levy) pasó como un ser pasivo e inerte, al ser creador de todo el contenido que habita en el ciberespacio. Programas de edición de fotografía, video, y los *hiptertextos* son herramientas importantes para que el receptor, dé un salto para convertirse en un emisor. Pero el receptor no sólo es más activo a la hora de producir información, sino a la hora de recibirla. Anteriormente el sujeto prendía la televisión o el radio y consumía los productos que estos medios le mostraban, ahora el paradigma cambia, el usuario se sienta frente a una computadora, en donde él, por su propia iniciativa busca información, programas, videos, datos de su interés. El receptor tiene un papel más activo.

“Estar” dentro del ciberespacio es un suceso diferente en todas las personas, algunas se adentran demasiado y pasan horas frente a la computadora, otras, aún tratan de que Internet no atrape su vida social, e incluso hay personas que evitan ser partícipes de esta gran red. Para este trabajo, el adentrarse en Internet se dio de manera fácil, ya que yo fui una de las víctimas, me dejé atrapar por la Gran Telaraña Mundial, por su dinámica, por la instantáneo, por lo manejable, por el sentimiento de convivencia, por el compartir, por toda la información que de otra manera nunca hubiera conocido. Como dicen: No se puede desear lo que no se conoce, y en Internet puedes conocer de todo.

Al estar atrapado en la red, comencé a crear cuentas en varias plataformas de redes sociales, desde Hi5, Myspace en mi época de preparatoria; Facebook, Twitter y Blogger en la etapa de universidad, y siempre me han parecido interesantes las relaciones que se dan dentro del mundo virtual, e incluso algunas se llegan a manifestar en el plano real, como lo menciona Pierre Levy en *Cibercultura*. Internet ha ido evolucionando, la red que se alimenta de la misma información creada por los internautas, ésta ha crecido considerablemente, ya sea porque algunos sujetos son más activos, o porque muchas más personas se adhieren a esta red. Pero no sólo hablamos de personas como tú o como yo, sino que las empresas, compañías internacionales también se han alojado en Internet. No podemos decir que Internet terminará con los medios tradicionales, así como no podemos decir que el cine terminó con el teatro, o la televisión con la radio, pero si podemos mencionar que Internet poco a poco se está elevando a ese pedestal de los grandes medios. Antes los medios masivos como la televisión se quejaban de que en portales de videos como *Youtube* o *Vimeo* subieran videos de su dominio, reclamando derechos e incluso algunos videos eran borrados. Ahora todo cambia, muchos programas de televisión tienen su espacio en donde muestran videos de los mismos portales. Aquí la diferencia radica en que la televisión muestra o comparte para tener una ganancia, en Internet el sujeto sube un video sólo para compartir un momento de su vida. El mundo da vueltas, y las perspectivas han cambiado.

Para este trabajo de investigación se planteo como objetivo saber cuales son los los medios alternativos que difunden música de culturas alternativas, música que proviene de las culturas *underground* que no tienen cabida en los medios tradicionales, y la respuesta fue clara: Internet. El objetivo fue fácil, ya que Internet es un medio alternativo en sí mismo, lugar donde se alojan los *blogs*, espacios donde se comparte música de diferentes partes del mundo, de los más diversos géneros musicales. Lugar donde también se tejen redes de *blogs*, donde el objetivo principal es recomendar y compartir música que nunca llegará al país donde vives. Es increíble pensar que puedes escuchar Stoner Rock de medio oriente, o unos holandeses cantando en español, e incluso encontrar discos que

pocos conocían y gracias a Internet han tenido una nueva oportunidad para mostrarse.

Los movimientos contraculturales y *undergrounds* poco a poco se fueron adaptando al modelo capitalista. Revistas, programas de radio y televisión que difundían poco de los movimientos alternativos, lo hacían a su manera, la ideología de rebeldía se había perdido. Para ser famoso tenías que ser patrocinado, el *do it yourself* de los punks había muerto. Internet vino a darle una refrescada a ese tipo de movimientos. El receptor toma las riendas, y hace lo que puede y quiere.

Pero el receptor nunca ha sido tan activo, como ahora. La oportunidad de crear un espacio para compartir vivencias, datos, anécdotas, música, videos a todo el mundo, parecía una idea salida de la cabeza de una persona idealista. Los medios anteriormente no tomaban en cuenta al receptor, le daban todo lo que querían sin siquiera preguntar si el producto que consumía era de su agrado. También, los medios siempre han sido parte de la burguesía, utilizándolos como aparatos ideológicos del Estado, como lo menciona Louis Althusser. La historia de los medios masivos, parecía que nunca cambiaría, que el receptor quedaría inerte en el sillón tragando y consumiendo todo. Pero llegó algo que logró cambiar la percepción: Internet.

Varios avances tecnológicos se dan gracias a los conflictos armados; mejores armas, bombas más potentes, virus modificados. Pero no todo es malo, un ejemplo claro es Internet, que no nació como lo vemos ahora, ni con el objetivo de unir personas de todo el mundo. Internet tenía un objetivo militar, guardar datos y poder compartirlos entre bases militares. Una base de datos secreta, compartida con científicos de universidades de Estados Unidos. Como siempre, los medios de comunicación al servicio del poder.

La gente no estaba interesada en la tecnología, un factor era que los precios eran elevados, y que quizás no era tan necesario tener una computadora en casa, hasta que el entretenimiento hizo su aparición.

Las computadoras sólo eran vistas como artefactos de científicos locos, pero con la llegada de los videojuegos el acercamiento de este tipo de tecnología a las personas se hizo más efectivo, los precios bajaron y se trataron de hacer computadoras que fueran fáciles de usar. La facilidad en el uso, ha sido un factor considerable para que más personas se acerquen a las computadoras, ya que no se necesita ser un egresado en informática para poder navegar en la red.

Internet ha cambiado considerablemente la forma en cómo ser parte de un proceso comunicativo en la actualidad.

Pero aun así, Internet ha pasado por varias etapas, un paso importante en su desarrollo, fue su paso a ser *web 2.0*, donde algunos sitios tuvieron nuevas modificaciones, como: la interoperabilidad y que casi cualquier persona sin tener conocimientos de programación pudiera crear un sitio. Todo con el objetivo de tener una red más fluida, más variable, y compartir información de una manera rápida y eficiente.

Un claro ejemplo de los sitios *web 2.0* son los *blogs*, sitios que con funciones como el *blogroll* o el *hiperenlace* logran una mayor conexión entre toda la red virtual. Los *blogs* son un claro ejemplo, lo que Pierre Levy explica como “comunidades virtuales” e “inteligencia colectiva”. En los blogs el administrador o *Blogger* es creador, el emisor de un sitio que puede ser visitado en cualquier parte del mundo.

Las fronteras entre países desaparecen, por lo tanto la información viaja sin miedo a ser censurada. Información del otro lado del mundo está a nuestro alcance, pero no sólo datos e imágenes, sino la misma cultura en sí. Anteriormente muchos intelectuales estaban preocupados por lo que denominaban “colonialismo cultural” en donde se pensaba que con los medios masivos todos nos adaptaríamos al “american way of life”. Y aún muchos están preocupados que Internet provoque este tipo de colonialismo en su máxima expresión, pero se olvidan que el receptor es un ser activo. Anteriormente el colonialismo cultural por parte de las grandes potencias se daba gracias a los medios masivos, y nosotros como receptores no

teníamos otros lugares de donde adaptar nuevos símbolos culturales. Internet, te da la opción de buscar lo que te agrada, sino te gusta la cultura americana, te puedes meter en un blog de alguna persona de la India o Rusia.

Los sujetos que buscan nuevos sonidos, nuevas imágenes, nuevas experiencias se refugian en Internet, donde encuentran símbolos culturales de muchos países, y no sólo eso, sino que es posible encontrar hibridaciones realmente ricas y sorprendentes, producto del conocimiento compartido. Internet se presta para poder manipular casi todo, una canción puede ser editada, una imagen puede ser intervenida, un video puede ser cambiado, creando nuevos símbolos.

Es por eso que Internet es un lugar hecho para las culturas alternativas o culturas *underground*, ya que brinda espacio a movimientos alternos. No sigue la línea de los grandes medios, se desenvuelve de otra manera. Internet ha causado un gran impacto no sólo en la sociedad, sino en la cultura. Estamos abiertos a más fuentes de información de donde podemos alimentarnos y saciar nuestra innata curiosidad humana.

Internet está causando nuevas formas de vida, buenas o malas, no es nuestra cuestión, pero sí un poco más dinámicas. Los métodos cambian o se adaptan, como en el caso de este trabajo, que optó por adentrarse la cibercultura con la “etnografía virtual”, o hacer entrevistas no cara a cara, sino mediadas por la computadora, de manera virtual.

Se observaron tres *blogs* con temática parecida, centrados generalmente en música, donde se redactan reseñas, se comparten discos, se dan noticias sobre el ámbito musical. Se analizaron todas las partes que conforman el *blog*, la periodicidad, el contenido, las visitas, además de hacer algunas preguntas a los administradores para conocer los motivos que impulsaron la creación de un *blog*. También se aprovechó la oportunidad que da Internet de crear sitios para ser compartidos en todo el mundo, por lo tanto se creó una revista digital que poco a poco se ha ido adaptando, tanto en los colaboradores, como en los lectores. El proyecto de la revista, que se pensaba sólo iba a durar, lo que durara este trabajo

de investigación, tomó vida propia y se está convirtiendo en un proyecto alterno, con más colaboradores, con objetivos bien planteados y metas a corto y largo plazo, pensando en convertirla en un sitio web con temática cultural, donde se publiquen tanto notas periodísticas, como ensayos, relatos, versos o columnas. Aprovechar la inmediatez que nos proporciona Internet y estar al tanto de todo lo que pueda ocurrir.

La llegada de Internet se compara con la invención de la imprenta. Pierre Levy menciona que la imprenta dio un cambio de cultura oral a cultura escrita, ¿Internet qué paso dará? Como en todos los aspectos de la realidad, todo tiene su luz y su sombra. Para muchos quizás Internet sea una nueva enajenación de la sociedad, otro medio para manipular masas, pero para otros, les da un poco de esperanza, una sociedad con medios hechos y dirigidos por sus vecinos, amigos o familiares. Internet de igual manera es el causante de un tipo de revolución cultural, ocasiona la abertura de los ojos hacia nuevas perspectivas que nos parecían ajenas por la distancia, sentir y conocer nuevas culturas, adentrarnos hacia lo que nunca nos habían mostrado los medios tradicionales, bañarnos en información que es de nuestro interés, pero no para la televisión o radio. Si no te gustaba un programa tenías que esperar media hora para ver otro, ahora con Internet puedes visitar sitios *web* a la hora que quieras y buscando lo que quieras.

Los objetos, herramientas y “cosas”, no son buenas ni malas, sino que dependen del uso que las personas les den. Internet poco a poco se ha adentrado en nuestra vida cotidiana, en nuestras manos está sacar lo mejor de su parte.

Bibliografía

- Aguilar Rivero, Mariflor; (1984) *Teoría de la Ideología*. México. UNAM
- B. Thompson, John (1990) *Ideología y cultura moderna*. México. UAM.
- Briggs, Asa. Burke, Pete (2008) *De Gutenberg a Internet*. México. Taurus.
- Eagleton, Terry (1997) *Ideología*. Barcelona. Paidós
- En Quéau, Philippe (1995) *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona. Paidós.
- G. Jones, Steven (2003) *Cibersociedad 2.0*. Barcelona. UOC
- Galindo Cáceres, Jesús (2006) *Cibercultura Un mundo emergente y una nueva mirada*. México. CONACULTA.
- González Alonso, Carlos (2008) *Principios básicos de comunicación*. México. Trillas
- K. Berlo, David (2004) *El proceso de la comunicación*. Argentina. Ateneo
- Lévy, Pierre (2007) *Cibercultura: La cultura de la sociedad digital*. Barcelona. Antrophos
- M. Cerezo, Jose (En línea) *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. España. Fundación France Telecom
- Murillo, Javier. Martínez Chyntia (2010) *Investigación Etnográfica*. Mexico. UAM
- Racionero, Luis (1977) *Filosofías Underground*. México. Anagrama
- Ramírez Gómez, José Agustín (2007) *La contracultura en México*. México. DeBolsillo.
- Vega Montiel, Aimée (2009) *La comunicación en México*. México. UNAM
- Watts, Alan (1979) *El libro del Tabu*. España. Kairos