

**COMUNIDAD 40 PRINCIPALES
COMPRENDIENDO NUEVOS ESPACIOS DE INTERACCIÓN JOVEN**

**Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora Social con
énfasis en Comunicación Organizacional**

Juliana López Manzur

Director: Gilberto Eduardo Gutiérrez

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ
2010**

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2. JUSTIFICACIÓN

2. NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN

**2.1. CONSIDERACIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN
INTERPERSONAL EN LA ERA DIGITAL**

**2.2. INTERNET Y COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADOR
(CMC)**

**2.3. EL INTERACTUAR DE LAS SOCIEDADES EN LAS INTERFACES
ELECTRÓNICAS**

2.4. MÉTODOS VIRTUALES

2.4.1. DEFINIENDO LO VIRTUAL

2.5. COMUNIDADES VIRTUALES

3. LA RADIO Y LOS 40 PRINCIPALES

3.1. EL SURGIMIENTO DE LA RADIO

3.2. EL NACIMIENTO DE LA RADIO EN COLOMBIA

3.3. LOS JOVENES Y LA RADIO

**3.4. LA RADIO ¿EN BÚSQUEDA DE NUEVOS ESPACIOS
INTERACTIVOS?**

3.5. ¿RADIO EN INTERNET?

3.6. LOS 40 PRINCIPALES

3.6.1. LOS 40 PRINCIPALES A TRAVÉS DEL TIEMPO

3.6.2. “Los40.com” EL PORTAL

3.6.3. SURGIMIENTO DE LA COMUNIDAD 40

4. COMUNIDAD 40: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS

4.1. METODOLOGÍA

4.2. DESCRIPCIÓN COMUNIDAD 40

4.3. NORMAS DE CONVIVENCIA DE LA COMUNIDAD 40

4.4. EL FORO

4.4.1. CLASIFICACIÓN DEL FORO

4.5. INTERACCIÓN EN EL FORO Y ANÁLISIS INTERPRETATIVO

4.5.1. LENGUAJE Y SÍMBOLOS EN LÍNEA

4.5.2. EL DISCURSO EN LA COMUNIDAD 40

4.5.3. ESTRUCTURA DEL DISCURSO

4.5.4. LA ACCIÓN DEL DISCURSO

4.5.5. EL PROPÓSITO DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO

4.5.6. IDEOLOGÍA

5. CONCLUSIONES

6. BIBLIOGRAFÍA

1. INTRODUCCIÓN

21/09/2009

POST LIBRE

“Cosoo dice: Holaaaaaaaaaaaaaaaaa!

Aburrimientoooooooooooooooooo!

ajjjajajajajaajjjajajajaajajajjjjjajajajajajja!

Richyhim dice: *A ti esto te parece normal?? Al menos explica el porqué de este mensaje.*

Eire dice: *A eso es a lo que me refiero. Os da igual lo que os digan, yo entiendo que es un post libre, pero no significa que haya que poner tonterías. El mejor ejemplo de para qué sirve un post como este, es lo que ha puesto Nibiru, es una noticia interesante, que no se puede ubicar en ningún apartado musical, por tanto aquí está bien. Pero abrir un post para poner "me aburro" no es normal.*

En la actualidad miles de relaciones se constituyen a través del ciberespacio, los nuevos medios han propiciado diferentes plazas de interacción para que sus usuarios participen en ellas sin importar el lugar en donde se hallen. Las personas que allí confluyen encuentran todo un mundo de posibilidades para interactuar y crear experiencias de vida. Internet permite una integración global que entreteje relaciones sociales sustentadas en un escenario diferente al tradicional.

El fragmento anteriormente citado, hace parte de una conversación suscitada en uno de los subforos de la Comunidad 40 Principales, aquí se observa una interacción asincrónica entre un participante que quiere dar a conocer su estado de ánimo y dos participantes que responden de manera agresiva argumentando que a nadie le importa saber ese tipo de cosas, pues en el foro se deben proponer temas de interés común que resulten atractivos para lograr una participación activa con los demás miembros.

¹ “POST LIBRE” (2009) [en línea], disponible en: <http://foros.los40.com/>, recuperado: 25 de septiembre de 2009

Así como se evidencia en este diálogo, múltiples relaciones sociales se entrelazan en el espacio virtual, nuevos modos de interacción se generan a diario entre seres humanos comunes que utilizan una nueva herramienta de comunicación. Conflictos, amistades, diversión, relaciones amorosas, hacen parte de las innumerables posibilidades que ofrece Internet al mundo, todo a través de un soporte digital.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es necesario reconocer que Internet es el medio de comunicación que ha revolucionado el siglo XXI. Ha reconfigurado la forma de ver el mundo y los procesos sociales. Este nuevo medio de comunicación tiene como principales características el alcance global y el rompimiento de las barreras espacio-temporales. “Se organiza de acuerdo a una serie de redes informáticas interactivas, donde el usuario es tanto receptor como transmisor”. (Castells, 1995, cap.1). De acuerdo con esto, podría decirse que Internet es pieza clave a la hora de hablar de Comunicación Mediada por Computador (CMC). Esta se ha convertido en un fenómeno cada vez más popular. Ahora la CMC permite tener en un mismo espacio digital una recopilación de imágenes, sonidos y datos listos para ser comunicados al mundo.

Gracias al auge de Internet, la interacción social está cada vez más arraigada al desarrollo tecnológico y digital. A partir de esto, pueden observarse fenómenos tecnosociales, como el surgimiento de comunidades virtuales. Estas son espacios que se generan en Internet propuestos para facilitar la interacción entre determinado grupo de personas con la necesidad de compartir experiencias, situaciones, divertirse, hacer amigos, etc. (Preece, 2000, p. 8)

Existen diversos desarrollos virtuales que procuran generar una identificación entre un grupo de personas que buscan una característica o similitud social, una opinión o una identificación que les permita manifestar sus afinidades ideológicas, musicales, deportivas, entre otras. Son innumerables los sitios en Internet que ofrecen a los usuarios la posibilidad de crear una comunidad propia, esto hace que se construyan

múltiples subculturas que a partir de un gusto común se identifican y encuentran la posibilidad de interactuar y manifestar su necesidad natural de comunicarse.

Este proyecto, pretende analizar la interacción que se genera en comunidades virtuales, tomando como referencia específica la Comunidad 40 Principales. Un espacio donde confluyen jóvenes de España y de 8 países diferentes en Latinoamérica. El estudio se realizará por medio de la identificación y caracterización de lenguajes, símbolos y procesos comunicativos que se dan entre los miembros de la Comunidad.

A partir de esto, se validan cuestionamientos como ¿Para qué lo hacen? ¿Cuál es el interés de estas personas? ¿Cómo y de qué manera generan una opinión y una identificación? Para ello, hay que remitirse a la historia, detectar de manera acuciosa las características más importantes de Internet, analizar la capacidad de este nuevo medio para generar relaciones sociales en un entorno virtual y los procesos de desarrollo que tienen cabida en el ámbito digital. De esta manera, será posible llegar a puntos concretos que permitan **comprender cómo en un espacio virtual se construye la Comunidad 40 y de qué manera la comunicación soporta la construcción de la misma a través de redes sociales.**

Uno de los propósitos específicos es identificar las dinámicas de la comunicación por medio de una observación detallada a las intervenciones de los participantes. Es posible identificar este tipo de mecanismos en la Comunidad 40, pues aquí se conjugan una serie de interacciones entre personas de todo el mundo, a través de un soporte digital. De esta manera, podrá determinarse cómo la comunicación en espacios virtuales logra constituir relaciones multilaterales que articulan de manera eficaz vínculos entre los usuarios de la plataforma Web, creando redes sociales y generando la construcción de una comunidad.

A lo largo del proceso de investigación, se profundizará en una serie de objetivos específicos que contribuirán a alcanzar el cometido del objetivo general, de esta manera, será posible llegar a una serie de conclusiones que permitan descifrar los factores que

constituyen a la Comunidad 40 y a caracterizar los modos de interacción que se dan en la misma, estos objetivos son:

- Analizar el rol que desempeña la comunicación mediada por computador como elemento articulador de redes sociales en un espacio virtual.
- Identificar el lenguaje y la simbología que se emplea en la Comunidad 40 como modo de identificación por parte de los usuarios.
- Estudiar las formas de interacción que se dan en la Comunidad 40 a partir del análisis del discurso suscitado en los diálogos del foro.
- Determinar los factores que contribuyen a la conformación de comunidad virtual.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación plantea la necesidad de identificar cómo se constituye una comunidad virtual a partir de relaciones sociales que tienen lugar en el ciberespacio, para ello es determinante investigar acerca de la construcción de plazas generadoras de fenómenos sociales que surgen en la red y que no están soportadas en un mundo real.

Es importante investigar acerca del tema porque las comunidades virtuales aunque carecen de una realidad tangible, son generadoras de acercamiento e interacción social directa no presencial entre individuos sin importar el lugar donde se encuentren. Son un medio digital para construir conocimiento, emprender proyectos, discutir, plantear y coordinar actividades de manera simultánea.

Observar los fenómenos que surgen en esta plataforma virtual desde diferentes perspectivas de comunicación, ayudará a comprender la noción de comunidad y cómo la utilización de lenguajes y símbolos logra crear una identificación entre los usuarios y un entorno propicio para interactuar compartiendo gustos, aficiones y experiencias.

Es interesante ver de qué manera una tecnología como Internet propicia plazas interactivas para el desarrollo de procesos sociales. Situaciones que se viven a diario en la vida real de cada persona, se trasladan a un espacio no tangible.

El público que recurre a estas formas de comunicación manifiesta interés en construir dinámicas similares a las que se experimentan en la vida real, allí cada persona crea elementos de identificación que le permiten establecer diversas formas de relacionarse con el otro.

En la actualidad los jóvenes han encontrado en el ciberespacio un lugar donde pueden expresarse y compartir, donde no es necesario tener relaciones cara a cara, para enojarse, discutir, emocionarse, enamorarse y hasta tener una serie de sensaciones ya sean positivas o negativas a causa de algún comentario.

2. NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN

2.1. CONSIDERACIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LA ERA DIGITAL

Se piensa que la humanidad siempre ha tenido eras –o espacios de tiempo- en los que ha desarrollado sus conocimientos y evolucionado sus formas de comunicación, por lo anterior, resaltan conceptos como “era digital”, “sociedad de la información” o “sociedad en red”, los cuales identifican en estos tiempos contemporáneos a aquellos grupos de personas que se han masificado y han entendido códigos que les permiten comunicarse de forma virtual, tal como lo indica Eduardo Villanueva (2006) en su libro “Comunicación Interpersonal en la Era Digital”

De acuerdo con lo anterior, la evolución de la comunicación que ha llegado hasta los computadores se desarrolla en nuevos espacios conocidos como “medios digitales”. En la actualidad, estos hacen parte de la sociedad de consumo gracias a la globalización.

Los computadores que en principio se distribuyeron en las potencias mundiales gracias a la calidad de vida o al poder adquisitivo de sus ciudadanos, ya no son exclusivos de estos segmentos. En naciones en vía de desarrollo en Latinoamérica e incluso en África, la penetración de este invento comunicativo ha pasado de ser un lujo a una necesidad, estar conectado e informado a la vanguardia de las comunicaciones ha generado que el uso del computador sea una tecnología fundamental.

La difusión masiva de computadores en el mundo tiene objetivos comerciales, ha llevado a que las grandes multinacionales inviertan muchos recursos en publicidad y creación de portales Web nutridos económicamente por anuncios publicitarios, generando así hábitos de consumo en la “sociedad de la red”.

La informática y su reciente desarrollo ha resultado para las nuevas generaciones más práctica y fácil de dominar gracias a los mecanismos técnicos que agrupa un computador, sin embargo, no se puede negar que las generaciones mayores también

tienen una participación bastante activa. Lo que si es claro es que los jóvenes son quienes dominan principalmente este tipo de comunicación, desde “la tradicional radio hasta la mensajería instantánea (virtual)” señala Villanueva (2006).

Los millones de cables y redes que hacen posible estas conexiones para lograr comunicar a la sociedad a través de los computadores han creado un mundo paralelo donde confluyen las personas y se comunican de una manera distinta, a esto se le denomina la “alteración de la comunicación interpersonal” (Villanueva, 2006, cap 3), ya no es necesario caminar o viajar para hablar en tiempo real con una persona, y aunque el teléfono en su momento logró romper sigilosamente la manera de comunicarse, en la actualidad es Internet lo más avanzado en materia de comunicación mediada por una tecnología, ya que aparte de voz, ofrece transmisión de imágenes e interacción en tiempo real.

Cabe anotar que la comunicación interpersonal tiene elementos técnicos y sociales. Técnicos por que corresponden al desarrollo de una infraestructura propia y adecuada que permite la comunicación entre sí, y sociales porque es allí donde convergen los sujetos para interactuar.

La mayoría de las personas que pertenecen a la era digital han adquirido sus conocimientos de manera empírica, el aprendizaje para el manejo de elementos en entornos virtuales se construye con base en la experiencia que se adquiere día tras día tras al descubrir innumerables herramientas que ofrece el medio donde se practica el ejercicio interpersonal de la comunicación, a esto se le llama “socialización” y a la gente que acude a Internet para comunicarse, se le denomina “socialidad”. (Villanueva, 2006, cap. 3).

2.2. INTERNET Y COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADOR (CMC)

Con el desarrollo de intercambio de información desde sitios apartados con fines militares y su posterior uso civil como herramienta de consulta de libros entre universidades de Estados Unidos, se formaron las bases para el nacimiento de Internet. Sin tener aún claro hacia donde se dirigía esta nueva tecnología se encontraba sustentada principalmente en la necesidad de ampliar la cobertura de comunicaciones interpersonales y de contactar gente sin importar donde se encontrara.

En principio, hace más de 60 años el uso de la Internet era exclusivo de un grupo muy selecto poseedor de gran poder político y económico, posteriormente, comenzando los 90 la élite lo empleó en prácticas académicas con fines educativos, hoy en día este medio se ha popularizado logrando llegar a hogares de clase media y en algunas ocasiones tocando a las clases sociales menos favorecidas, poco a poco este medio se convierte en una necesidad de carácter mundial.

Internet es una herramienta de comunicación que ha contribuido a la revolución informática del siglo XXI. También ha reconfigurado la forma de ver la vida y los procesos sociales.

Gracias a este medio, millones de personas alrededor del mundo, tienen a su alcance miles de servicios interactivos que articulan diferentes procesos, permitiendo de esta manera el surgimiento de nuevos patrones de interacción en un espacio virtual. Dentro de estos esquemas interactivos puede destacarse el papel de la radio juvenil, la cual se ha abierto paso en Internet, para ofrecer a sus oyentes una relación más cercana y la posibilidad de participar activamente, lo que se ha visto reflejado en un continuo intercambio cultural, expresado en ideas, comentarios y rasgos propios de cada sujeto.

“Este nuevo medio, tiene como principales características el alcance global y el rompimiento de las barreras espacio-temporales. Se organiza de acuerdo a una serie de redes informáticas interactivas, donde el usuario es tanto receptor como transmisor”. (Castells, 1995, cap. 1).

De acuerdo con lo anterior, puede afirmarse que Internet es una pieza fundamental a la hora de hablar de Comunicación Mediada por Computador (CMC). “Se denomina CMC a la forma como las personas interactúan entre sí a través de una computadora y mediante una serie de conexiones y protocolos. Esta es una de las áreas más utilizadas en Internet en forma de chat, mensajeros, grupos de noticias, redes sociales y correo electrónico”.²

Según Howard Rheingold (1996, p. 28), especialista en implicaciones sociales de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la CMC tiene la posibilidad de transformar nuestras vidas en tres niveles. El primero de ellos, se refiere a la forma como cambian las necesidades de los seres humanos, el autor plantea que todos tenemos pensamientos, percepciones y personalidades ya constituidas, mediadas por tecnologías de comunicación. Sin embargo, la CMC nos atrae con ciertas necesidades intelectuales, físicas y emocionales que otros medios no nos ofrecen, de esta manera, los adolescentes nacidos en la era de la televisión han dado un giro a sus espacios de interacción para instaurarse en la CMC.

Se podría afirmar entonces que los jóvenes en la medida en que se acercan a los nuevos medios, apropian novedosas formas de participación y crean diferentes necesidades de interacción, pues la CMC les brinda la posibilidad de ser usuarios más activos en un espacio virtual.

La gente joven de todo el mundo tiene diferentes inclinaciones comunicacionales recibidas de sus mayores "preMcLuhanizados". La MTV, por ejemplo, abastece a una sensibilidad estética que está estrechamente sintonizada con el vocabulario de los cortes rápidos de la televisión, las imágenes llamativas y los efectos especiales. Ahora bien, algunos de esos jóvenes de todo el mundo que nacieron en la era de la televisión y crecieron en la de la telefonía celular, están empezando a migrar hacia los espacios de las CMC que mejor se adecuan a sus nuevas maneras de experimentar el mundo. Existe un vocabulario en las CMC, también, que surge de millones y millones de interacciones individuales en línea. Ese

² Gómez, E. (2005, abril-mayo) “Los Estudios de Comunicación Mediada por Computadora: una Revisión y algunos Apuntes”, en Revista Razón y Palabra [en línea], disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n44/gomergalindo.html>, recuperado: 17 de agosto de 2009

vocabulario refleja algo acerca de las formas en que las personalidades humanas están cambiando en la era de la saturación de los medios. (Rheingold, 1996, p. 28)

Por medio de herramientas, P2P (peer to peer) como son los canales de mensajería instantánea (Messenger, Skype, Gtalk), redes sociales, salas de chat, blogs y foros; un usuario puede establecer una conexión con otro, mediante el uso de canales interactivos en Internet, a partir de este momento se genera un proceso de comunicación instantánea en cualquier lugar del mundo.

Dichas herramientas, son cada vez más asequibles a la sociedad en la medida en que los proveedores brindan estos servicios de forma gratuita, con el fin de lograr mayor tráfico y auge de estas tecnologías a nivel mundial.

Si bien las casas desarrolladoras de software gastan miles de dólares al año diseñando programas tecnológicos de participación social, hay que reconocer que la inversión está soportada en una ganancia mucho mayor, pues en un mundo globalizado como este, las personas tienen una necesidad cada vez mayor de comunicarse y de estar interconectadas. De esta forma, los proveedores obtienen ganancias por medio de la venta de espacios publicitarios en dichas herramientas, entre más concurrido y utilizado sea el sistema mayor es la demanda de los anunciantes para pautar.

El segundo nivel de influencia que Rheingold plantea, infiere directamente con la relación de persona a persona: gracias a la CMC es posible tener una interacción simultánea entre varios individuos, fenómeno que a menudo desencadena en la conformación de una comunidad, un grupo de personas aisladas que se encuentra en una plaza virtual y crea relaciones sociales en red.

Lo anterior puede reconocerse en espacios de juego en línea como Second Life <http://secondlife.com>, allí el usuario crea un perfil con ciertas características según sus gustos y su personalidad, en la mayoría de los casos los personajes tienen rasgos físicos del usuario que lo diseña. Una vez que este procedimiento ha sido realizado, el personaje está listo para entrar a interactuar en un mundo cibernético con miles de

usuarios más. El juego brinda la posibilidad de hacer todo tipo de cosas de manera virtual, desde ir al supermercado hasta conseguir amigos y pareja.

Otro medio que posibilita tener una interacción simultánea, es la herramienta de video conferencia en línea, en esta rama encontramos sistemas tales como Webex, un canal utilizado por miles de compañías alrededor del mundo para comunicarse de manera simultánea con sus distintas sedes localizadas en otros países o regiones. Webex permite que el usuario ingrese en una plataforma capaz de conectar un grupo de personas, sin importar la ubicación geográfica, siempre y cuando cuenten con acceso a Internet. Siendo así, encontramos este sistema como una forma eficiente y económica de comunicación, rápida, sencilla y sin necesidad de desplazarse a ningún lugar.

El tercer y último nivel, consiste en el nivel político, que deriva del nivel social medio. El discurso político que solía transmitirse principalmente por los medios de comunicación de masas, deja de ser algo exclusivo de estos. En la esfera pública los individuos ya no son gobernados pasivos, ahora la información circula en todos los niveles de la red y en muchas ocasiones logra librarse de manipulaciones e inclinaciones partidistas, cada ciudadano tiene la posibilidad de dar a conocer su opinión y de enterarse a través de otros internautas acerca de las agendas de sus gobernantes.

Mediante la CMC, los usuarios tienen un extenso mundo de información que circula a través de foros, chats, blogs, entre otros. Siendo así, el internauta puede buscar información de su interés, en este caso en el ámbito político, se encuentra con miles de opiniones de ciudadanos comunes que interactúan libremente sin ser cohibidos por instituciones o entidades con intereses de fondo. Es decir, se crea un flujo de información que en algunos casos es libre, pero que en algunos otros puede ser malintencionado y perjudicar la imagen de cierto candidato o partido político. La oleada de información es tal, que en varias ocasiones se logran filtrar confidencialidades, expedientes y registros privados.

Por otro lado, el Estado también ha sacado provecho de este nuevo medio de comunicación. Una tendencia de los gobiernos actuales es crear una especie de

“Gobierno Digital” con el fin de reducir la burocracia de las instituciones públicas. Con esta medida se pretende que el pueblo se informe acerca del rumbo de su país, y poder gestionar trámites fácilmente en las instituciones públicas.

Vemos entonces como Internet es un sistema que trata de abarcar cada vez un público más amplio, logrando extenderse a velocidades vertiginosas. Sin embargo, aunque este nuevo medio ha revolucionado varias esferas de la sociedad, es aún una herramienta exclusiva de un segmento “culto” de la población, quienes no tienen recursos económicos difícilmente pueden acceder a esta tecnología. Internet es utilizado principalmente en áreas metropolitanas y si bien es cierto que se expande notablemente día a día, no puede considerarse aún como un medio de masas.

“Así pues, aunque la comunicación a través del ordenador está revolucionando sin duda el proceso de comunicación, y por su mediación la cultura en general, es una revolución que se está desarrollando en oleadas concéntricas, iniciadas en los niveles más elevados de educación y riqueza, y probablemente incapaz de alcanzar a grandes segmentos de las masas incultas y los países pobres”. (Castells, 2002, p. 393)

La CMC es una herramienta que, según Rheingold (1996), podría concentrar buen humor y comprensión si es utilizada de buena manera, pero de no ser así podría convertirse en un instrumento de tiranía. Internet debe ir de la mano con la seguridad informática pues personas capacitadas en este campo se prestan en numerosas ocasiones para hacer ataques a instituciones, como entidades bancarias y portales de correo electrónico, atentando contra la privacidad de las personas y violando la confidencialidad de tarjetas de crédito, extractos bancarios y claves personales. La arremetida contra las cuentas de correo, o cuentas de archivos personales, son también un tipo de asalto bastante común, por medio de herramientas como “wireshark”, “etherreal” o “brutus AE”, se puede monitorear el tráfico informático de las personas que están conectadas a Internet, y de esta forma, descifrar fácilmente datos y contraseñas para violar la seguridad de los sitios Web.

Actualmente y cada vez más, la CMC a través de Internet ha ido unificando formas de comunicación, vemos como todo tipo de personas alrededor del mundo hacen uso de las

mismas herramientas. Alguien en España puede acceder a un foro estadounidense de la misma manera en que una persona ubicada en Colombia puede hacerlo.

Nos encontramos entonces, frente a un nuevo medio no masivo, que le propone a las personas nuevas alternativas de comunicación y un tipo diferente de interacción con el otro. A esto podríamos sumarle que la gente adapta las características del medio de acuerdo con sus necesidades y hace de este parte fundamental de la vida diaria.

2.3. EL INTERACTUAR DE LAS SOCIEDADES EN LAS INTERFACES ELECTRÓNICAS

Las diferentes sociedades del mundo han visto cómo en los últimos años la tecnología y en lo que se refiere a la comunicación ha tenido una evolución importante y considerablemente veloz, algo contrario a lo que sucedió con quienes crecieron en las épocas donde el desarrollo tecnológico consistió en el teléfono, la radio y la televisión a través de procesos más lentos. El computador era posiblemente inimaginable.

Hoy las tecnologías de la información y la comunicación ofrecen una herramienta interactiva como es Internet, actualmente el ápice en el desarrollo comunicacional. Aunque no toda la población mundial hace uso de este, la mayoría de las sociedades están enteradas acerca de su existencia y la culturización del medio ha venido avanzando.

En el trabajo de grado “Construcción de identidad de los jóvenes a través de la comunicación mediada por la computadora” de la Universidad Centroamericana Simeón Cañas en El Salvador (2008), se plantea que el computador ha tenido “importantes cambios en el modo de interactuar de los individuos” y además han contribuido al desarrollo de la distribución de los signos para agrupar intereses particulares como son los blogs, foros, chats, encuestas y otras interfaces que tratan temas de interés en ciertos grupos virtuales.

A través de los años, los seres humanos han ido modificando la manera en que se comunican de acuerdo con los soportes tecnológicos del momento. En la actualidad, las TIC's han marcado un cambio significativo en estas formas de comunicación. La "Guía de planificación de la UNESCO" (2004), define las Tecnologías de la Información y la Comunicación "TIC's" como un conjunto de sistemas que administran, almacenan, transmiten y gestionan la información. Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación designan a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad.³

Entonces, a partir de ese desarrollo se comprende que el computador y su novedad comunicativa funcionan con base en los elementos mencionados, que a su vez hacen una sinergia entre la tecnología y la interacción, generando procesos virtuales que dependen del usuario, quien además se encarga de orientarse en comunidades que traten temas de su interés, este tiene la posibilidad de decidir a donde quiere ir. Siendo así, un internauta puede participar activamente en una red social virtual y hacer de la misma parte de su vida cotidiana.

Aunque Internet tuvo un desarrollo acelerado, la creación y consolidación de plataformas virtuales tardó un poco, en principio las páginas Web desarrolladas no poseían herramientas sofisticadas y mucho menos tenían espacio considerable para albergar cuantiosa información, estas tenían contenidos básicos y puntuales con nulos desarrollos multimedia. Entiéndase multimedia como animaciones y tecnología en gráficos capaces de reproducir información audiovisual.

El "Diccionario de Organización y Representación del Conocimiento", define multimedia como la expresión que comprende al conjunto de documentos no

³ UNESCO (2004) "Las tecnologías de la información y la comunicación en la formación docente" [en línea], disponible en: unesdoc.unesco.org/images/0012/001295/129533s.pdf, recuperado: 10 de octubre de 2009

convencionales (audiovisuales y especiales) integrados a un repositorio, así como los aparatos y dispositivos necesarios para el manejo o la consulta de esos documentos.⁴

Hoy es posible que el usuario virtual encuentre metodologías y desarrollos con las características multimedia mencionadas anteriormente, estas se ofrecen de distintas maneras en diversos espacios de la red, diferenciados por temas que van desde política y deporte, hasta amor y noticias.

Y es allí donde confluyen los usuarios de Internet, consolidando grupos particulares que van tomando forma, generando espacios de opinión, que a su vez se complementan o confrontan, tal como sucede en las páginas Web de los medios de comunicación en donde se permite a los lectores dejar comentarios, convirtiéndose esta una forma de interacción entre ciudadanos comunes.

También existen otras aplicaciones virtuales donde confluyen gran cantidad de usuarios con deseos de conocer gente, estas son los sitios de redes sociales, los cuales permiten ingresar datos personales, fotografías y videos, y es allí donde surge la discusión acerca de si sitios de este tipo como Facebook y Hi5 comparten información privada en una forma pública de comunicación, en realidad puede decirse que estos espacios son privados a pesar de que la inscripción a estos exige un nombre de usuario y una contraseña para ser miembro activo de la red.

Las personas que se comunican a través de estos portales lo hacen en siete grandes grupos: “el correo electrónico, las salas de chat, los foros de discusión, la mensajería corta por teléfonos móviles, la mensajería instantánea, las comunidades P2P y los servicios de encuentro audiovisual”. (Villanueva, 2006, cap. 3)

Cada una de las anteriores tiene como función principal soportar un tema central dirigido a una o varias persona, de acuerdo con el interés del medio o del usuario. Los medios de comunicación masivos tradicionales, utilizan todas estas herramientas para valorar su contenido generando una mayor penetración del medio en la sociedad, el

⁴ “Diccionario de Organización y Representación del Conocimiento” (2000) [en línea], disponible en: http://www.eubca.edu.uy/diccionario/letra_m.htm, recuperado: 9 de octubre de 2009

usuario por su parte, puede opinar y tiene acceso a su “medio de comunicación personal” y además la posibilidad de consultarlo a diario ya sea por un computador o un dispositivo aún más portátil como es el celular.

Pese a las facilidades que hoy ofrece Internet para adentrarse en un mundo virtual y encontrar información a través de los buscadores más populares, esto no garantiza la calidad de los contenidos, de manera que, en muchos casos no es posible tener certeza de la confiabilidad de las fuentes, pues los filtros diseñados para seleccionar contenidos publicados en la Web, no son lo suficientemente exactos para detectar inconsistencias en la información, actualmente estos sistemas se encargan principalmente de eliminar palabras inadecuadas.

Lo que si hay que anotar acerca de las de las páginas Web de instituciones o entidades legalmente constituidas, es que gozan de una herramienta denominada “administrador de contenidos”, estas se posan en plataformas de almacenamiento de acuerdo a la necesidad. El “administrador de contenidos” es una de las herramientas más completas que se haya creado en materia de desarrollos virtuales, porque gracias a su condición tecnológica siendo guiada por una persona, puede generar o erradicar cualquier contenido. De esta manera, se controla lo que el usuario visitante no puede modificar.

Gracias al surgimiento de herramientas como las mencionadas, es posible soportar plataformas digitales que propician la participación de usuarios, que buscan satisfacer en espacios virtuales diferentes necesidades originadas a partir del surgimiento de nuevos medios. Para comprender lo que significa interactuar en estos espacios y qué tan preciso es el término “virtual” para denominar a una comunidad, es necesario remontarse a los orígenes de la palabra, especificar la connotación que se le da y la relación que tiene con la realidad.

2.4. MÉTODOS VIRTUALES

2.4.1. DEFINIENDO LO VIRTUAL

Antes de hablar de comunidades virtuales, es importante analizar la pertinencia del término virtual, su connotación y la congruencia del mismo a la hora de emplearlo para denominar a una comunidad. Es necesario identificar la precisión del término frente a la Comunidad 40 y por tanto determinar si las participaciones que allí se dan pueden ser llamadas “interacciones virtuales”.

Para entender en qué consiste, qué significa, qué es y para qué sirve lo virtual, en primera instancia hay que remitirse a la definición que ofrece el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española que define “virtual” así: “Que tiene virtud para producir un efecto, aunque no lo produce en presente”⁵. En cuanto al significado de “virtualidad”: “Calidad de virtual”. El mismo diccionario sugiere que “virtualmente” es: “De modo virtual, en potencia”⁶.

La connotación que suele darse a la palabra virtual, asociada a lo no real o a lo no actual, hace que muchos se cuestionen acerca de la precisión del término para denominar un espacio que aunque no es tangible en el mundo físico, si hace parte de la vida cotidiana de las personas y propicia una serie de procesos sociales que también podrán darse en un espacio real. Autores como Joan Mayans (2002, p. 233-234) apoyan la noción de irrealidad del concepto y argumentan que hay términos más precisos para referirse al ciberespacio tales como “digital” o “en línea”.

Según estas definiciones, podría decirse que lo virtual es aquello que existe en un escenario distinto al actual en un momento que no es presente, sin embargo, Pierre Lévy (1999) le da una connotación diferente al significado, afirmando que lo virtual no se opone a lo real, por el contrario forma parte de la realidad pero hace referencia a otra clase de experiencia. Este término se refiere a un estado potencial que puede llegar a ser actual, algo posible que espera por una clase de actualización, entendiendo esto último

⁵ Real Academia Española (2001), *Diccionario de la lengua española*, 22.ª ed., Madrid, España.

⁶ Real Academia Española (2001), *Diccionario de la lengua española*, 22.ª ed., Madrid, España.

como una realización de lo posible. El autor también basa sus argumentos en el origen de la palabra “virtual”, que viene en el latín “virtualis”, que a su vez procede de “virtus”, que significa fuerza, energía, impulso inicial y potencia. (Lévy, 1999).

La filosofía escolástica propone que lo virtual es la capacidad de algo que será y existe, por ejemplo, el vientre de una madre embarazada, se sabe que en determinado tiempo se ejecutará una acción natural que en la medida del desarrollo producirá un bebé en condiciones físicas aptas para el entorno humano.

La capacidad de comprensión lleva a entender que esta madre porta consigo un bebé que aún no es tangible para la sociedad pero sí lo es para ella. En la extensión de la informática se puede explicar con el siguiente ejemplo: un chat es un desarrollo de la comunicación a partir de la tecnología creada por el hombre el cual permite establecer una conversación en tiempo real sin la necesidad de ubicarse frente al receptor, basta con acordar el modo y la interfaz a través de un computador.

De esta manera, aunque autores como Mayans (2002) apelen por la no utilización del término para referirse al ciberespacio y a los procesos que allí tienen lugar, la noción de “virtual” es la que se acuñará en la presente investigación pues es la más precisa para definir estos conceptos ya que hace referencia a otra experiencia de realidad que influye en la información, la comunicación y hasta en las relaciones sociales. Además de esto, cabe mencionar que el término “digital” hace referencia meramente al soporte tecnológico y no a la experiencia que se llega a vivir en el ciberespacio.

Al hablar de la connotación que posee la palabra virtual, es importante hacer referencia al proceso de transformación que sufre la virtualidad, en algunas ocasiones física, llamada “virtualización”, esta se concibe en el desarrollo de las nuevas tecnologías que han contribuido en todos los ámbitos posibles de la sociedad y en específico ha favorecido los procesos de comunicación, a partir de dicha transformación se crean más espacios de información y soluciones a problemas comunicativos de carácter mundial.

La comunicación como principio inmerso en el universo cultural, hace que la humanidad comprenda desde tiempos prehistóricos la necesidad de comunicarse y de desarrollar metodologías apropiadas para el entendimiento más aproximado de las cosas, viendo esto desde el punto de vista del desarrollo de la comunicación, lo anterior puede denominarse “virtualización”.

Por ejemplo, los antepasados pintaban sobre piedras su actuar cotidiano y la comunidad lo comprendía a partir de ese gráfico abstracto, con el paso de los años las sociedades del planeta desarrollaron la tradición oral y escrita hasta llegar a la era “análoga” que es la grabación y transmisión audiovisual. El último salto de la humanidad en la materia ha transformado la actualidad inicial según Pierre Lévy (1999), puesto que el hombre llegó a ausentar una cronología uniforme, pero inmediata, que se desarrolla en un espacio y un tiempo ordinario con máquinas (computadores) donde todo se interfiere y se responde, por ello puede afirmarse que la “virtualización” no es humana.

La Comunidad 40 hace parte de esa evolución de la comunicación, allí se encuentra un espacio virtual donde convergen diversos usuarios que pretenden manifestar sus necesidades comunicacionales a través de interacciones, dicha participación es inmediata, pero anacrónica y por consiguiente deja de ser humana en su totalidad al encontrar que la forma de comunicarse con los demás se hace a partir de una computadora.

Por lo anterior, el método de comunicación en el portal de Los 40 Principales como en cualquier otro que tenga espacio en Internet pertenece a la “virtualización”, ya que estos pasan por un proceso de evolución constante que va desde la tradición escrita hasta los íconos abstractos, los cuales son interpretables gracias a la connotación que cada usuario le da y a unos los lineamientos generales de interpretación.

La virtualización también depende de la velocidad, Joseph Reichhoff (citado en Lévy, 1999) dice que existen velocidades nuevas que contribuyen a la virtualización. La velocidad es un elemento fundamental para el desarrollo de lo virtual. Cuando era impensable estar físicamente al otro lado del mundo, hoy los aviones, barcos y otros

medios de transporte permiten hacerlo, en el sentido virtual se puede interactuar a través de un computador que con sus avanzadas características de velocidad y desarrollo, admiten comunicarse en tiempo real con sujetos al otro lado del mundo.

Sucede a diario con el foro, los chats, los blogs y las otras herramientas creadas en el espacio virtual de Los 40 Principales, donde es posible que una persona desde España escriba un comentario y en cuestión de segundos este pueda ser leído al otro lado del mundo, a esto se le denomina la “virtualización” de las comunicaciones.

2.5. COMUNIDADES VIRTUALES

Gracias al auge de Internet en los años 90, la Web se convierte en muy poco tiempo en la infraestructura básica para desarrollar los nuevos procesos de relación no presenciales, combinando servicios síncronos y asíncronos, lo que ha dado lugar a un modelo conocido como comunidad virtual. Estos espacios que propician la interacción entre dos o más individuos de manera simultánea son cada vez más valorados no como sustituto de las relaciones presenciales tradicionales, sino como un complemento que se ha de adaptar según las necesidades y el nivel de madurez de las personas que como público receptor conforman esta comunidad (García y García, 2001), que puede ir desde ser una actividad complementaria muy concreta, a ser un modelo de comunicación a distancia.

Según Howard Rheingold (1996, p. 20) las comunidades virtuales son agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo discusiones públicas durante un tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético.

Una de las características más importantes de estas comunidades es la posibilidad de acceder sin importar el lugar donde uno se encuentre. Es sencillo entrar en una comunidad virtual cuando se tiene un computador con acceso a Internet, esto hace que la interacción en un espacio virtual sea cada vez más frecuente en el día a día de las personas. En un momento es posible estar concentrado en asuntos laborales y un

instante después se está disfrutando de encuentros de ocio, conociendo gente o intercambiando conocimiento. De esta manera, la relación entre la vida cotidiana y la vida en una comunidad virtual se hace cada vez más estrecha.

Eduardo Villanueva (2006, p. 41) se refiere a las comunidades virtuales como ejercicios explícitos para alentar la interrelación virtual, permitiendo que desconocidos en el mundo “real” tengan aspectos de identificación y referencia para intercambiar ideas en el dominio virtual. Según Villanueva lo que está detrás de esta noción de comunidad virtual es que dos personas con gustos similares, pero que viven en diferentes lugares, pueden constituir relaciones sociales sólidas y ricas como aquellas que podrían realizarse presencialmente. De esta manera, se crean diferentes opciones para expandir fronteras de tiempo y espacio, propiciando nuevas plazas interactivas para cualquier persona que desee intercambiar experiencias.

Las comunidades virtuales crean una manera diferente de relacionarnos con los demás, como lo explica Rheingold, en la comunidad tradicional buscamos amigos a través de las personas que nos rodean o conocemos gente casualmente, nos relacionamos con aquellos que compartan nuestros gustos o con quienes encontramos algún tipo de afinidad. En una comunidad virtual, simplemente nos dirigimos directo al sitio donde se discuten los temas que nos gustan e interactuamos con las personas que están allí.

Una de las ventajas que ofrece la comunidad virtual es la diversidad. Existe una gran variedad intelectual y cultural, que hace de estas una especie de enciclopedia interactiva en donde se puede encontrar información acerca de temas específicos. Sin embargo, en algunos casos esta información no es verídica y puede prestarse para malinterpretaciones, ya que cada quien es libre de opinar acerca del tema que esté en discusión, sin importar si su aporte es verdadero o no.

Hay quienes llegan a una comunidad de este tipo con la necesidad de buscar información relacionada con determinado tema, pero hay quienes llegan esperando encontrar amigos para escapar de la soledad en que viven en el “mundo real”. Se crea de manera indirecta un compromiso entre los integrantes de la comunidad, pues son

ellos quienes deben opinar constantemente, tener en cuenta a los demás participantes y hacer de la comunidad un lugar donde haya interacción de manera frecuente.

Tal como lo afirma Rheingold, (1996, p. 84) “este contrato social informal, no escrito, está sustentado por una mezcla de relaciones de vínculos fuertes y débiles entre personas que tienen una mezcla de motivaciones y asociaciones efímeras. Exige que uno dé algo y le permite recibir algo”.

Los principales ejemplos de comunidad virtual están representados en los grupos educativos y los grupos de ocio. La enseñanza tradicional ha utilizado durante siglos, como uno de sus instrumentos, la transmisión del conocimiento a través de la comunicación oral en encuentros presenciales (aula de clase). Este nuevo método ha demostrado su eficacia, pero tiene limitaciones en tiempo, distancia y costos, que pueden ser superadas con ayuda de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's).

La educación ha sido una de las áreas más beneficiadas a través de las comunidades virtuales, ya que el aprendizaje en línea (E-learning), no es un nuevo tipo de educación, sino una metodología de uso de instrumentos informáticos y computacionales para apoyar y modernizar una actividad muy antigua: el proceso de enseñar y aprender (Iverson, 2005). No obstante, las aproximaciones mixtas, que combinan actividades formativas presenciales y no presenciales, toman cada vez más fuerza y se posicionan como una importante alternativa ante los grandes retos que se avecinan y el creciente peso de la formación a lo largo de toda la vida.

Los grupos de ocio, por otra parte, son lugares donde se concentran miles de usuarios en búsqueda de diversión. Estos son quizás los conjuntos más grandes, pues en su gran mayoría, son sistemas abiertos con un sinnúmero de categorías en donde encontramos desde foros de discusión y blogs, hasta páginas de correo electrónico y de redes sociales, algunas con fines de lucrativos y otras no.

Estas últimas se utilizan principalmente para conseguir amigos, discutir acerca de algún tema en específico, compartir ideas, ayudar a solucionar dudas. Al analizar detenidamente estos espacios es posible encontrarse con miles de interacciones, tal como lo afirma Rheingold.

“La gente que integra las comunidades virtuales utiliza las palabras que aparecen en la pantalla para intercambiar gentilezas y para discutir, para enfrascarse en un discurso intelectual, realizar transacciones comerciales, intercambiar información, brindar apoyo emocional, hacer planes, tener ideas geniales, chismorrear, pelear sin tregua, enamorarse, encontrar amigos y perderlos, jugar, coquetear, crear un poco de arte elevado y muchas charlas huecas. La gente en las comunidades virtuales hace prácticamente todo lo que hace la gente en la vida real; pero dejando atrás nuestros cuerpos”. (1996, p. 18)

Las comunidades que se construyen a partir de un gusto compartido, como aquellas en torno a la música, los videojuegos o programas específicos, atraen a las personas que se sienten identificadas con estas temáticas. Las comunidades constituidas a partir de la radio se componen en principio por un grupo de seguidores a los que les gusta el estilo o la programación de la emisora. La afinidad que reflejan los oyentes entre sí hace que surja una colectividad lo suficientemente importante con deseos de compartir sus gustos musicales. Es así como nace la noción de comunidad, mucho antes de tener un espacio donde confluir, miles de oyentes comparten sus gustos y se identifican gracias al estilo que les propone el medio.

3. LA RADIO Y LOS 40 PRINCIPALES

3.1. EL SURGIMIENTO DE LA RADIO

Cuando Marconi desarrollo la radio muy probablemente no se imaginó que un día serían los jóvenes quienes la utilizarían como referente para su identidad o para determinar su estilo de vida, ni tampoco que un día llegaría a ser parte de un soporte virtual como lo es hoy.

El nacimiento de la radio, se remonta a 1888 cuando Enrique Hertz descubre que una descarga eléctrica produce un ardo metálico conductor de un metro de distancia entre dos esferas, dentro de una misma habitación; este fenómeno despierta bastante interés en Hertz, quien acentúa su trabajo en este campo, llegando a demostrar que generó lo que más tarde se conoció como ondas hertzianas. Este fue el primer epílogo en la búsqueda de comunicaciones a larga distancia. (García, 1980)

Cinco años más tarde, Guillermo Marconi realiza la primera transmisión entre ciudades fronterizas de Inglaterra y Francia a 16 kilómetros de distancia, propiciando de esta manera el verdadero surgimiento de la radio.

Durante el final del siglo XIX se consiguieron nuevos avances, entre ellos la invención del telégrafo electrónico. Este invento permitió salvar muchas vidas ya que facilitaba la comunicación entre embarcaciones en altamar y tierra firme.

En la década de los veinte se trabajó en la técnica y la calidad del sonido, y se comenzaron a usar recursos empíricos y casi domésticos a fin de darle más dramatismo y autenticidad a los mensajes. El perfeccionamiento de estos adelantos permitió la conversión del sonido en ondas que eran lanzadas por un transmisor y recibidas en un receptor que las convertía nuevamente ondas sonoras o señales audibles.

3.2. EL NACIMIENTO DE LA RADIO EN COLOMBIA

La historia de la radio en Colombia comienza después del gran impacto a nivel internacional cuando en 1920 en Estados Unidos algunas estaciones de radio empiezan a emitir desde diferentes frecuencias. Esto supuso un *boom* mundial ya que fue precisamente allí cuando empiezan a surgir las primeras cadenas de radio utilizadas principalmente por estamentos de poder. En 1922 nace la radio comercial, cuyo fin, inicialmente, era el de emitir cuñas publicitarias, pero tan solo un año más tarde se empiezan a transmitir programas de narraciones e historias, los cuales agrupaban una gran audiencia. En 1932 aparecen los *discjockeys* y con ellos, los estribillos (los famosos jingles) para los comerciales cantados.

A finales de los 30 se ensayó la primera cadena llamada “La Alfombra Mágica” que transmitía 15 minutos diarios con música en vivo, originando cada día de una ciudad diferente. A esta cadena pertenecieron Nueva Granada de Bogotá, La voz de Antioquia de Medellín, La Voz de Armenia, La Voz de Pereira, Emisora Electra de Manizales, Radio Santander de Bucaramanga y Emisora Fuentes de Cartagena.

En 1948 nacen las cadenas radiales Caracol y RCN, unos años después surge Todelar. Por esta misma época, llegaron a la radio una serie de personajes importantes del periodismo, que lideraron los grandes programas noticiosos y de opinión y que además fueron los formadores de la gran nómina de periodistas y locutores que hoy hacen parte de la radio colombiana.

El interés de la época por captar oyentes que se interesaran en temas ajenos a las más importantes noticias nacionales llevó a los hombres de la radio a crear las radionovelas, el primer dramatizado para radio de suspenso fue Yon-Fu idea del antioqueño Emilio Franco. En esta búsqueda de nuevos formatos vendrían más adelante los programas encargados de resolver dudas de los oyentes acerca de temas relacionados con la cultura general. La historia muestra estos espacios como los primeros en permitir la participación de radioescuchas. Esta idea de realizar un programa interactivo para los oyentes comienza a mostrar la necesidad de ofrecer franjas participativas a la audiencia.

Lo importante de esta nueva radio fue el gran servicio noticioso que recibió la población colombiana, la eficiencia publicitaria de los mensajes y la excelente rentabilidad de las compras del anunciante. Cuando se comprobaron los poderosos efectos que tenían los mensajes comerciales y políticos emitidos por la radio, creció rápidamente el número de emisoras en las ciudades capitales.

La política, la música en vivo y los deportes fueron las secciones que generaron mayor desarrollo en la radio, estas transmisiones exigían día a día el esfuerzo técnico y creativo de las personas encargadas de cada una de estas funciones, de esta manera se dinamizó la evolución de la radio trayendo grandes avances en producción, programación y transmisión.

Durante décadas continuaron presentándose importantes cambios y avances en el aspecto comercial, así mismo en la creación de nuevas emisoras y alianzas entre ellas, teniendo ya un verdadero carácter de empresa rentable.

Más adelante se crearon los enlaces nacionales vía frecuencia modulada (FM), a partir de entonces se le dio gran importancia a la música grabada, la cual se mezclaba con radio hablada, lo que originó el surgimiento de las emisoras musicales.

A nivel nacional las principales cadenas han sido Todelar y su emisora insignia Radio Continental, Emisoras Nuevo Mundo que más tarde se llamarían Caracol, hoy Caracol Radio y Radio Cadena Nacional cuya emisora básica es RCN Radio.

En la actualidad, las mediciones estadísticas sobre las preferencias de la radio han arrojado resultados muy convincentes sobre sus virtudes, esta se presenta como un medio sólido y maduro, con un gran poder de convocatoria por el efecto de muchas de sus grandes producciones, su protagonismo y liderazgo en los diferentes entornos para convocar a las masas.

3.3. LOS JOVENES Y LA RADIO

Hasta hace dos décadas la radio era uno de los medios más influyentes en los jóvenes colombianos y en su manera de actuar, cada quien tenía la posibilidad de escoger su estación favorita de acuerdo con sus gustos y estilo, sin embargo, actualmente la televisión ha desplazado a la radio, pues los jóvenes encuentran en este medio un espacio más entretenido y dinámico.

A esto hay que sumarle la transición que se ha dado hacia los nuevos medios principalmente hacia Internet, el cual ha generado importantes cambios en la radio tradicional. Para muchos es el momento de la radio *online* contra la radio tradicional, y se ha llegado a creer que la desaparición de esta última es inevitable. Los nuevos medios generan un nuevo tipo de oyente, al que no sólo le satisface recibir información sino que está dispuesto a interactuar y a participar.

No obstante, Bob Schulberg, reconocido especialista en el tema radial, habla en su libro “Publicidad Radial: el manual autorizado” acerca de la efectividad de la radio y lo difícil que será reemplazarla por cualquier otro medio nuevo o previamente existente.: “No han ideado una pantalla de TV tan suficientemente grande, brillante, clara y colorida como para igualar la capacidad de la mente para crear sus propias imágenes vivas y lo que hace de la radio un medio espectacular para relatar, también hace de esta un medio espectacular para vender”.(Schulberg, 1992)

Si bien es cierto que la radio es un medio difícil de reemplazar por una “pantalla”, la cuestión ahora queda entre la radio tradicional y la radio *online*, la pregunta aquí sería ¿Qué posibilidad hay de que la radio tradicional sea reemplazada por la radio *online*? Hasta el momento ambas coexisten, ninguna ha sido desplazada por la otra, o al menos no en su totalidad. Lo que ha pasado es que la radio tradicional ha buscado formas de ampliar su soporte tecnológico, ahora se combina la transmisión a través del ciberespacio y al mismo tiempo se ofrecen zonas de información y recreación.

El público joven exige interacción y dinamismo a la hora de escoger un medio de comunicación que se acople a su estilo y necesidades. Gracias a este aspecto la radio se ha visto obligada a abrirse paso en espacios virtuales que sean más activos, plazas donde el usuario pueda realizar actividades alternativas mientras escucha la programación radial.

Ahora bien, esta relación de la radio con la juventud tiene una serie de implicaciones. Es claro que estas emisoras logran establecer una relación con los jóvenes al canalizar sus gustos y al crear espacios innovadores donde se pueda interactuar y participar de una actitud común. Este comportamiento colectivo, no sólo reduce las distancias, sino que va generando un sentido de pertenencia bastante fuerte.

En la radio al igual que en los otros medios, existen hábitos, los cuales obedecen a un conjunto de factores culturales, a las costumbres que se heredan y pasan a las otras generaciones, a las necesidades de recreación, información y actualización permanente que necesitan las personas. Los jóvenes tienden a identificarse con el estilo que le propone su estación de radio favorita, la mayoría de ellas, manejan un formato bastante fresco y ligero, con lenguaje poco formal y una marcada tendencia a dar participación activa al oyente.

Actualmente agencias publicitarias con alcance mundial como Leo Burnett, McCann Erickson y Sancho, definen cuatro grandes grupos de consumidores de medios de la siguiente manera:

Consumidores Virtuales, en edades de 12 a 17 años, quienes se desarrollan dentro de la gran era de la informática.

Consumidores Interactivos, en edades de 18 a 34 años, quienes nacieron con la aparición de los computadores.

Consumidores Visuales, en edades de 35 a 56 años, son contemporáneos con el inicio de la televisión.

Consumidores Auditivos en edades mayores de 56 años, quienes nacieron con el gran auge de la radio.

Cada uno de estos grupos tiene actitudes y preferencias particulares en el consumo de medios en donde la radio ofrece una fuerte participación al lado de la televisión y la prensa, sin embargo, puede verse como las dos primeras categorías (los usuarios más jóvenes) hacen parte de los consumidores de nuevos medios como Internet.

3.4. LA RADIO ¿EN BÚSQUEDA DE NUEVOS ESPACIOS INTERACTIVOS?

Con el paso del tiempo los oyentes exigen una relación cada vez más estrecha con las emisoras y sus personajes. A partir de esto y gracias al *boom* de Internet se han creado espacios virtuales que permiten a los usuarios no solo escuchar la emisora sino también participar en concursos, dejar sus comentarios, solicitar canciones de manera inmediata e interactuar con otros oyentes que se conectan a la red.

Anteriormente la comunicación entre emisora/locutor–oyente se daba principalmente a través de llamadas telefónicas y cartas. Estas últimas, eran enviadas por los oyentes, sin tener la certeza de obtener una respuesta o sin saber si su petición sería tomada en cuenta. Podría afirmarse que la interacción era simple y de una u otra manera lenta. Sin embargo, basta con dar una mirada más detenida para encontrarse con que estas no eran las únicas formas de interacción; un ejemplo de ello es el radio teatro.

El radio teatro, nace en Latinoamérica a finales de los años cuarenta, cuando la televisión aún no había llegado a muchos países. Se trata básicamente de un género radial, muy similar a las telenovelas pero se transmitía como su nombre lo indica a través de la radio⁷. Expertos de la época lo describen como “una película «vista» por alguien que no ve”. Este espectáculo no solo era escuchado por miles de oyentes desde sus casas, también tenía un público que estaba presente durante toda la función. Se observa entonces cómo desde los años 30, la radio creaba espacios de interacción y

⁷ Kaztman, A. (2007) “El radioteatro” [en línea], disponible en: <http://www.alipso.com/monografias4/radioteatro/>, recuperado: 4 de octubre de 2009

diversión con sus oyentes mucho más allá de tener una comunicación básica por medio de cartas y llamadas telefónicas.

Siendo esta una de las formas de comunicación más accesibles y entretenidas de la época, tuvo gran acogida entre la mayoría de las clases sociales de la población. Dos de las funciones más importantes fueron, La Escuelita de Doña Rita y Las Aventuras de Montecristo, las cuales eran transmitidas por la cadena básica de Caracol que en aquel momento era conocida como “Radio Nuevo Mundo”. “El radio teatro en Colombia y en general en Latinoamérica era parte importante de las costumbres cotidianas de la población pues para las personas era muy importante como elemento de entretenimiento. El hecho de sentarse a escuchar la radio novela o el dramatizado radial reflejaba la idiosincrasia y la identidad de la sociedad colombiana”.⁸

Otra clase de espacios propiciados por la radio para generar entretenimiento e interacción, fueron los programas de concurso. Alrededor de los años 50 surgieron franjas de partición para los oyentes como “La Plata Canta Canta la Plata” transmitido por la cadena básica de RCN, en ese entonces llamada “Emisora Nueva Granada de Bogotá” producido y dirigido por Alvaro Monroy Guzmán, uno de los personajes pioneros de la radio y posteriormente de la televisión en Colombia. El concurso consistía en distorsionar el sonido de un disco que normalmente se radiaba a 78 revoluciones por minuto, pasándolo a 33 revoluciones por minuto, esto generaba que el sonido del disco fuera casi imposible de identificar, siendo así, los oyentes llamaban a la emisora y trataban de adivinar la canción para acumular un puntaje que al final de la semana lograrían redimir en premios.

A partir de esto, podría afirmarse entonces que la demanda de interacción por parte del oyente no es algo nuevo. Estos espacios fueron creados años atrás cuando la radio aún estaba abriéndose paso entre la población colombiana. Lo que si se evidencia es una reconfiguración del soporte técnico gracias a los avances tecnológicos mediante una participación activa de la radio en los nuevos medios, pues en la medida en que esta

⁸ Kaztman, A. (2007) “El radioteatro” [en línea], disponible en: <http://www.alipso.com/monografias4/radioteatro/>, recuperado: 4 de octubre de 2009

intervenga en el ciberespacio, la amenaza de ser reemplazada o quedar relegada será menor.

Los oyentes ahora piden nuevas formas de interacción gracias a las opciones que les ofrecen los nuevos medios. De esta manera, la radio en la actualidad se encuentra en un proceso de ajuste a través de un espacio diferente, tratando de posicionarse y de sacar el mayor provecho a las ventajas que ofrece esta nueva tecnología.

3.5. ¿RADIO EN INTERNET?

Los medios de comunicación masivos han encontrado en su evolución una herramienta que les ha permitido difundir su información alrededor del planeta, lo cual los coloca en un escenario infinitamente más competitivo; estos a través de Internet han readaptado las múltiples maneras de informar, comercializar o lograr una participación activa por parte de las audiencias.

La radio, al igual que la prensa escrita y la televisión han crecido de manera sustancial en Internet, esto gracias a las nuevas posibilidades que brinda el medio. A partir del desarrollo multimedia, es posible reproducir sonidos y transmitir imágenes de manera virtual. Pero es válido preguntarse si estos sonidos emitidos a través de la red pueden ser catalogados como radio. Según Emma Rodero Antón en su escrito “La radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red” esta transmisión que muchos catalogan como “Radio en Internet” no debe denominarse de esta manera, pues no se trata de radio “tradicional”.

La sociedad virtual o las personas que hacen uso de Internet suelen denominar y clasificar los medios masivos según el servicio ofrecido añadiéndole la palabra “Internet”, por ejemplo “radio por Internet”, “periódico por Internet” o “televisión por Internet”, a lo que la autora responde afirmando que aunque estos conservan ciertas características del medio tradicional que hace presencia en la red, es un espacio distinto a la naturaleza de los mismos.

Se anota además en el escrito mencionado que tanto la radio de frecuencia modulada, como la de amplitud modulada, pueden ser dirigidas en Internet, sin embargo, allí se diferencian dos tipos de prestaciones sonoras, la primera de ellas es la emisión de la programación idéntica a la que va por el radio y la segunda es aquella que comparte secciones de programas alimentados por imágenes y texto (multimedia) que soportan la emisión sonora, pero no necesariamente hacen parte de un medio de comunicación radial virtual.

De acuerdo con la anterior, el autor Mariano Cebrián Herreros en su libro “La radio en la convergencia multimedia” anota que: “De momento hablamos de radio por Internet o de periódico por Internet, pero no son denominaciones exactas, lo mismo que tampoco fueron correctas las de periódico por radio (‘diario hablado’) o periódico por televisión (‘telediario’). Por estos errores iniciales de concepción, la radio tardó en desarrollar con autonomía la información.

Entonces ¿qué hacer? o ¿cómo denominarlo? Cebrián Herreros indica que no hay preocupación por adecuar un nombre a “la radio en Internet” sino aprovechar dicha herramienta y “diseñar ese producto sonoro”, es decir, adecuar y asumir la existencia de ese nuevo canal, que el emisor pueda ofrecer al receptor no solo calidad auditiva, sino también información multimedia con textos e imágenes, porque Internet como medio audiovisual por excelencia puede ofrecer contenidos enriquecidos.

Con la proliferación de canales disponibles para la transmisión de comunicación e información, se exige que estos satisfagan los intereses particulares de los receptores que visitan las redes por donde se emiten contenidos sonoros e interactivos, a su vez cabe anotar que siendo Internet una herramienta contemporánea, existe mayor penetración en la sociedad joven que demanda la presencia de esta nueva manera de comunicación en su día a día.

3.6. LOS 40 PRINCIPALES

Los 40 Principales es una red de emisoras musicales, que nace en España y posteriormente crea diales en diferentes países de Hispanoamérica. Se caracteriza por su estilo fresco y dinámico, es una emisora dirigida a los jóvenes de estratos medios y medio-altos. España cuenta con el mayor número de oyentes, alrededor de 3.500.000 de acuerdo con el más reciente estudio de EGM.

Esta cadena de emisoras pertenece al Grupo Prisa, uno de los mayores monopolios de medios de comunicación alrededor mundo. Es el primer grupo de medios en los mercados de habla española y portuguesa, líder en educación, información y entretenimiento. Presente en 22 países, llega a más de 50 millones de usuarios a través de sus marcas globales.⁹

La cadena radial Los 40 Principales está presente en 9 países de habla hispana: España, México, Colombia, Costa Rica, Panamá, Guatemala, Ecuador, Argentina y Chile. “Los 40 Principales España” es la emisora con mayor impacto en relación a las de los demás países. Gracias a su larga trayectoria y aceptación esta se consolida como una de las marcas más reconocidas y populares entre los jóvenes españoles.

3.6.1. LOS 40 PRINCIPALES A TRAVÉS DEL TIEMPO

La idea de crear una emisora basada en las 40 canciones más sonadas de la semana, surge del Top 40 estadounidense. En un principio, la iniciativa se tradujo en un programa musical dirigido a los jóvenes de España, el cual era transmitido por la cadena radial Onda Media. En este espacio se realizaba un conteo semanal de los éxitos del pop y la balada. El "Estilo 40" logró transmitirse con éxito, posicionando un lenguaje ágil, descomplicado y fresco, enfocado a un público muy joven que compartía el gusto por la música.

⁹ “PRISA, un grupo global” (2008) [en línea], disponible en: <http://www.prisa.com/quienes-somos/>, recuperado: 8 de septiembre de 2009

Gracias a la alta sintonía del programa, comenzó a ampliarse la franja al aire hasta lograr emisiones diarias. Finalmente en 1988 se constituyó como cadena radial, recibiendo el nombre de “Los 40 Principales”.

El pop y la balada romántica han sido los géneros más sonados a lo largo de su historia. En cuanto a temas y artistas con *record* de permanencia en la lista 40, se destacan:

- Artistas con más canciones diferentes en el Número 1: Miguel Bosé y Madonna con 11 canciones.
- Artista con más semanas correlativas en el Número 1: Camilo Sesto con un total de 51 semanas sin bajar de esa posición y 52 número 1 en todo el mundo y 18 consecutivos en los 40 principales con sólo 23 producciones y más de 166,9 millones de discos vendidos en 16 años.
- Canciones con más semanas en el Número 1: Delilah de Tom Jones (1968) y Un Rayo De Sol de Los Diablos (1970) con 15 semanas consecutivas.
- Canción con más semanas en lista: presumiblemente el One de Mary J. Blige & U2 que resistió 52 semanas, en las que fue Número 1 durante dos semanas no consecutivas (03/06/2006 y 05/08/2006).¹⁰

3.6.2. “Los40.com” EL PORTAL

El portal Web “Los40.com”, surge gracias a la iniciativa de creativos españoles, que proponen esta idea con el fin de reafirmar la marca de emisoras “Los 40 Principales” y de darle un espacio a ese grupo de personas que se identifican con el estilo y la música que presenta la radio a nivel de España y Latinoamérica, buscando afianzar las relaciones entre los oyentes que se conectan desde diferentes partes del mundo a la red de estaciones musicales.

¹⁰ “Los 40 Principales” (2009) [en línea], disponible en: <http://gratisradiosonline.com/emisora-los-40-principales-los-cuarenta/>, recuperado: 8 de septiembre de 2009

El portal “Los40.com”, busca ser un lugar de encuentro para personas que comparten el gusto por la música y los artistas que se transmiten en las emisoras, es una plataforma de ocio y diversión que mediante el uso creativo de herramientas tecnológicas facilita el desarrollo de interacciones en tiempo real.

Uno de los principales propósitos del portal es consolidar una red social que impulse las emisoras y brinde un espacio interactivo a las personas que se identifican con ella, esta interfaz ofrece a los usuarios información acorde con los artistas musicales del momento que se ubican principalmente en los géneros pop y balada. El contenido de la página es descomplicado y directo, por lo que está dirigido a un público joven que oscila entre 15 y 25 años.

Dentro de Los40.com existe un lugar mediante el cual el cibernauta ingresa y tiene la posibilidad de encontrar un link que le permite registrarse para así poder compartir su información personal, a partir de ese momento puede interactuar con otros navegantes y discutir sus afinidades musicales, gustos artísticos y hasta deportivos. Este espacio virtual además ofrece la posibilidad de intercambiar contenido multimedia.

Una vez el cibernauta se encuentra registrado tiene dos posibilidades, continuar explorando el contenido multimedia que ofrece la página Web o participar en la red social, denominada “Comunidad 40”.

Al ingresar al portal, el usuario encuentra en el *home* contenido definido de noticias, publicidad, música del momento, fotografías, videos, taquillería para comprar boletas y novedades relacionadas con las emisoras de cada país, también se observa un menú de navegación en la parte superior, cuyas opciones son:

- Inicio
- Actualidad
- Música
- Videos
- Universo 40

- Participa
- Comunidad
- Game 40
- Premios 40

A continuación se muestra la imagen de la página principal del portal:

los40.com BETA Home

Miércoles, 27 de enero de 2011 actualizado a las 07:29

Inicio Actualidad Música Vídeos Universo 40 Participa Comunidad Game 40 Premios 40

Identificate Registrarse

Escucha la radio

VÍDEOS

«1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12»

Excitémonos...

La chica que saltó a la fama con *The boy does nothing* nos sorprende ahora con su tercer single en España, *Let's get excited*, un tema fiestero que puedes encontrar en su álbum *The Alesha show*.

ALISHA DIXON

Let's get Exited

¿Cansado de ver productos buenos en el lugar erróneo? Haga clic en la flecha.

ESPECIALES '09 GAME

Radio

Los nº1 de los 40 los 2000 ESCUCHAR

Black Stars ESCUCHAR

Rock Alternativo ESCUCHAR

Canales TV

Alejandro Sanz TV VER

Principales de 40 VER

Lips TV VER

Todo Madonna VER

Más canales

LISTA 40 NÚMERO 1

Rihanna

1 RIHANNA - Russian roulette [escuchar tema completo](#)

2 el canto del loco + Quiero aprender de ti

3 lady gaga + Bad romance

4 maria villalón + La lluvia

5 MILOW + Avo technology

[Ver toda la lista](#)

ACTUALIDAD Noticias

[Amaia Montero carga contra La Oreja de Van Gogh](#)

REDACCIÓN - Madrid 27/01/2010 [Comentarios 0](#)

[Video: Amaia Montero - 4 segundos](#)

[David Bisbal: "Siempre llevo conmigo la Virgen del Mar y el ordenador"](#)

REDACCIÓN - Madrid 09/01/2010 [Comentarios 0](#)

LADY GAGA

COMUNIDAD
Ultimos usuarios

 Bella37 ● off line	 Atraw ● off line	 lakuki ● off line	 Rock3r mermaid ● off line
 Diequito_vk ● off line	 angelatis83 ● off line	 meR_posH+ ● off line	 Patina10 ● off line

[Ver todos](#)

COMUNIDAD
Grupos

FANS DE WORLD DANCE MUSIC 

Administrado por **FANS DE WOM**
 Actualizado 26-01-2010
UNETE al grupo FANS DE WORLD DANCE MUSIC!!! Escucha la mejor música dance al ritmo de World Dance Music, a través de 40 Principales. Entra, haz click en UNIRME AL GRUPO y participa.
[6040 miembros](#)

Tekken 6 

Administrado por **los40.com**
 Actualizado 12-11-2009
 La familia Mishima vuelve a resolver sus disputas a base de combates. La mejor saga de lucha abre el 6º Torneo del Puño de Hierro. Apúntate en www.tekken.com
[94 miembros](#)

COMUNIDAD
Chats

 internight 1 usuarios conectados <input type="button" value="ENTRAR"/>
 musica 1 usuarios conectados <input type="button" value="ENTRAR"/>
 amistad 21 usuarios conectados <input type="button" value="ENTRAR"/>
 videojuegos 1 usuarios conectados <input type="button" value="ENTRAR"/>
 cine 1 usuarios conectados <input type="button" value="ENTRAR"/>

[Ver todos](#)

COMUNIDAD
Encuestas

¿Qué broma de San Bernardino te ha gustado más?
 VIERNES 22 - 01 - 2010 00:00

¿Qué broma de Miquel Martín ha sido para ti la mejor de la semana?
 VIERNES 22 - 01 - 2010 00:00

COMUNIDAD
Blogs

Anda ya
PRINCIPALES

ENTRA!
internight

COMUNIDAD
Blogs

Blog oficial de Alejandro Sanz
 El gran cantante y compositor vuelve con nuevo disco este 2009. Descubre sus últimas novedades, sus estados de ánimo y sus últimas fotos y videos en su blog oficial.
[Ver blog](#)

Second, en los40.com
 Toda la actualidad del grupo murciano contada por ellos mismos. Entrate de sus últimos conciertos.
[Ver blog](#)

Sidonie en los40.com
 El grupo barcelonés prepara su nuevo disco, ¡entérate de todo en su blog!
[Ver blog](#)

COMUNIDAD
Concursos

 <p>Beyonce en Las Vegas VIERNES 29-01-2010 - 20:00 Llama al 915226478 y dinos en 40 segundos cuál es la mayor locura que estás dispuesto a hacer en Las Vegas si te ganas el premio. Agrega en el mensaje tu nombre y apellidos, edad, DNI o Tarjeta de Residencia, dirección en España y teléfono de contacto. Ver Bases</p>	 <p>Gana con 'Del 40 al 1' 2.400€ cada sábado SABADO 27-03-2010 - 24:00 Envía DINERITO al 27740 y podrás ganar 1 de los 8 premios de 300€ que sorteamos cada sábado. Coste sms 1,39 € impuestos incluidos. Ver Bases</p>
---	---

RECOMENDAMOS

 <p>Entra en los40.com 3D ¡Navega por nuestra web en 3 dimensiones!</p>	 <p>On Stage La tienda online de merchandising oficial</p>	 <p>Game 40 Entra y disfruta de tus videojuegos favoritos</p>	 <p>Tarjeta 40 Y ahora, 30% de descuento en conciertos de ECDL</p>	 <p>Antena+Instalación Gratis Por 15€/mes, con 3 partidos por jornada y</p>
--	---	--	--	--

Cada uno de estos vínculos cuenta con una funcionalidad especial y con un submenú que se despliega para hacer más sencilla y ordenada la navegación. A continuación se describe cada uno de los vínculos y su funcionalidad dentro del portal Web.

El primer *link* después del de Inicio es el de actualidad, allí se encuentran noticias relacionadas con lanzamientos musicales, artistas y galerías de fotos. El visitante visualiza también un submenú de navegación con categorías como: Noticias, Especiales, Fotogalerías, Giras 40 y Festivales y Blogs, en este último se muestran contenidos que destacan la producción de los programas radiales de la emisora.

Música, es el siguiente “botón” ejecutable desde la barra principal de navegación, en este se hace mención a los grupos musicales y artistas que son protagonistas del día a día de los contenidos en los programas musicales de “Los 40 Principales”, en este sector de la página hay espacios que se subdividen para categorizar a los artistas, al “conteo” de las 40 canciones más importantes de la semana y unos canales de radio que transmiten independientemente de la programación de la emisora, música de distintos géneros de manera continua.

El siguiente enlace es el de videos, aquí hay una gran variedad audiovisual en la que se destaca la categoría “básicos 40”, canciones que baten o han batido *records* de permanencia en el conteo semanal de esta radio. De igual forma, existen dos subdivisiones relevantes, la primera de ellas es “canales” con los vídeos más destacados de todo el mundo, la segunda se denomina “lo más” aquí se hace un reconocimiento a los videoclips más vistos en el portal, a los más escuchados y a los más enviados.

Universo 40 es otra de las secciones, allí se ofrecen los diferentes productos y servicios de la marca “40” como son tarjetas de crédito, música, videojuegos, revistas y boletas.

Seguido de Universo 40, existen dos vínculos que están directamente relacionados con la interacción de los usuarios registrados, estos son “Participa” y “Comunidad”. En “Participa” hay espacios creados para dejar mensajes personales a los artistas, a estos se les denomina “encuentros”. Dentro del mismo vínculo, existe el chat, donde los

visitantes ingresan a cada sala e interactúan con personas de cualquier lugar del mundo. Los usuarios además pueden encontrar concursos, encuestas acerca de la emisora y un foro, del que más adelante se hará una descripción detallada.

El vínculo de “Comunidad” es el siguiente en el menú, a través de este es posible acceder a la “Comunidad 40” y hacer uso de todos los servicios que ofrece la misma. En la página principal se encuentra la opción de registrarse en caso de ser usuario nuevo o de identificarse si se es un usuario activo. Así mismo, se despliega un submenú que permite buscar usuarios o grupos según determinadas características, y también un botón de ayuda para acceder al manual de navegación.

Los dos últimos botones en el menú son “Game 40” y “Premios 40”. “Game 40” es un espacio dedicado a los videojuegos, allí se encuentran conteos, calificaciones, opiniones, trucos y demás información relacionada con el mundo de las consolas de videojuego. “Premios 40” es un *link* que se habilita una vez al año, durante la época en que “Los 40 Principales” realizan la gala de premiación a los mejores artistas, aquí los usuarios pueden votar por sus favoritos en las diferentes categorías.

3.6.3. SURGIMIENTO DE LA COMUNIDAD 40

La Comunidad 40 es un espacio generador de redes sociales que propicia procesos de interacción soportados sobre una plataforma digital. Hace parte del grupo de cadenas radiales “Los 40 Principales” y está dirigida a un público joven entre 15 y 25 años.

Esta Comunidad es parte fundamental del portal de “Los40.com”, nace gracias a la creciente importancia que han tomado los medios sociales en Internet para el descubrimiento y difusión de entretenimiento entre los jóvenes y también gracias a una colectividad de oyentes de las emisoras Los 40 Principales, que no contaban con un espacio común para confluir e intercambiar sus gustos musicales y artísticos. Recientemente medios sociales como MySpace, Youtube, Facebook, Blogger, Twitter, etc, han sido fundamentales para el surgimiento y crecimiento de estrellas de la música, posicionamiento de videojuegos y reconocimiento de personalidades. Es difícil pensar

en la popularidad de artistas como Arctic Monkeys, Katy Perry o Lady Gaga sin su actividad en los medios sociales.

Actualmente estos medios pueden llegar a tener mucho más impacto que los medios de masas, gracias a que es la misma sociedad quien participa en ellos, los sujetos dejan de ser únicamente usuarios receptivos para asumir el rol de usuarios participativos.

La Comunidad como grupo de personas surge con la radio aproximadamente 40 años atrás cuando miles de oyente de la emisora Los 40 principales comenzaron a sentirse identificados unos con otros, gracias a sus gustos y preferencias, tanto a nivel musical como de estilo de vida. Sin embargo, este grupo nunca tuvo la posibilidad de poseer un espacio en donde interactuar, conocerse y compartir el gusto por la música y la afición por sus artistas. A raíz de esto, los directivos de la emisora decidieron que la Comunidad 40 tendría buenas posibilidades de cubrir ese vacío. Fue así como en el 2008 se lanzó la Comunidad 40 en Internet, dando la posibilidad a miles de usuarios en España y Latinoamérica de interactuar conjuntamente en un espacio virtual.

El objetivo principal de la Comunidad 40 es conectar a los seguidores de la emisora con gustos similares en cuanto a entretenimiento, música, videojuegos, gadgets, moda, etc.

Actualmente, directivos y administradores de los portales Web y de la Comunidad en general, están trabajando para aumentar el tráfico del sitio, tener un conocimiento más profundo de lo que le gusta al público objetivo e impulsar este espacio como respaldo para el posicionamiento de la emisora. La idea es hacer crecer la Comunidad en cada uno de los 9 mercados en los que está presente la marca 40 Principales.

En el momento, el portal de “Los40.com” se encuentra en proceso de reestructuración (por eso está en versión beta). Parte del proceso es justamente estar alerta para descubrir hacia donde quieren ir los miembros de la Comunidad y hacia donde le conviene a la marca llegar. La Comunidad está en una etapa de fuerte crecimiento, y por lo tanto de muchos cambios. Actualmente se hace énfasis en el trabajo de frentes como, la plataforma tecnológica, el equipo de soporte, los términos y condiciones de uso, etc. A

pesar de esto, ha tenido gran acogida entre los jóvenes oyentes en Latinoamérica y especialmente en España.

Las comunidades virtuales no reconocen fronteras nacionales, aunque si idiomáticas. Por eso es posible comparar la Comunidad 40 con otras comunidades en español que tratan temas de música, videojuegos y otras ramas del entretenimiento de manera general o particular, como son netby.es, meristation.com, last.fm y univision.com.

4. COMUNIDAD 40: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS

4.1. METODOLOGÍA

A continuación se presentará el diseño de la investigación, las herramientas descriptivas y las pautas de análisis que fueron empleadas con el fin de comprender cómo se conforma una comunidad en un espacio virtual, teniendo en cuenta los diversos elementos comunicativos que convoca una problemática de esta naturaleza.

En primer lugar se detectó la necesidad de indagar acerca de la conformación de grupos sociales en el ciberespacio, en ese orden de ideas, se seleccionó el caso de estudio, una comunidad virtual donde acuden personas varios países de Hispanoamérica con el propósito de socializar sus ideas, opiniones, gustos, fotografías y hasta videos a partir del desarrollo mediático que presenta Los 40 Principales en su página Web.

Una vez se identificaron las múltiples herramientas de interacción que ofrece el portal www.los40.com, se inició una exploración exhaustiva de cada uno de los espacios donde los usuarios participan activamente, a partir de esto, se realizó una descripción detallada de los mismos incluyendo su funcionalidad.

El recorrido comienza en el *home*, pasando por cada uno de los *links* haciendo una descripción rigurosa, con el fin de explicar las divisiones, subdivisiones y los espacios donde más se genera interacción.

Con el fin de alcanzar los objetivos de análisis de la investigación, se reafirma que la razón de ser de una red social virtual es reunir un gran número de participantes para establecer una comunicación activa, teniendo en cuenta este factor, se realizó un diario de campo a través de un blog en Internet, en el cual se seleccionó diariamente un número importante de conversaciones suscitadas en el foro. La razón por la que se toman las interacciones del foro como objeto de análisis, es porque este es el espacio más propicio para entender las dinámicas comunicativas de los participantes, pues es allí donde se crea la mayor cantidad de vínculos sociales entre los mismos.

Una vez se registraron conversaciones en el blog durante aproximadamente 4 meses, se procedió a seleccionar los diálogos en donde se identifican elementos importantes para contribuir al desarrollo del estudio. A partir de este momento, se realizó un análisis del discurso sobre las interacciones escogidas y una lectura detallada de los signos y símbolos empleados por los usuarios con el fin de determinar cómo se construye la Comunidad 40 en este espacio virtual.

El análisis del discurso se realizó con base en el libro de Teun A. van Dijk (2000) “El discurso como interacción social”. Fue preciso observar las interacciones a través de esta compilación pues el autor plantea un método efectivo aplicable al desarrollo de la investigación, allí se presentan herramientas para analizar las interacciones sociales que son el elemento de comunicación determinante en la Comunidad 40, este estudio que comprende teorías y análisis de textos y conversaciones, propició la comprensión de cada uno de los elementos comunicativos para lograr determinar la intención y el propósito inmerso en cada interacción.

Hay que tener en cuenta que la Comunidad 40 está fundamentada en una serie de propósitos comerciales, sin embargo, esta existe gracias a los usuarios que participan en ella a diario y que interactúan con características que se ignoran a simple vista, por ello la necesidad de descubrir los elementos lingüísticos y semióticos utilizados en la comunicación como herramienta generadora de colectividad social, y de entender qué hay en el discurso que hace de este un mecanismo de construcción de grupos sociales y culturales.

El análisis del discurso no fue el único elemento de investigación adoptado, también se indagó sobre lo virtual, qué es, para qué funciona, cómo se manifiesta y en donde, se determinaron los motivos por los cuales el término virtual es el más apropiado para calificar a la Comunidad 40. Esto con el fin de percibir las características de este canal de comunicación que aunque no es tangible, hace parte de uno de los mecanismos pertenecientes a la Comunicación Mediada por Computador (CMC) patrocinadora de múltiples interacciones sociales.

Como se menciona anteriormente, la Comunidad 40 proviene de una estación de radio que en favor de consolidar un grupo de seguidores identificados con el “estilo 40”, diseña esta red social para que sus oyentes estén más conectados con la estación radial. De esta manera, fue necesario remitirse a la historia de la radio y a sus características para comprender esa noción de comunidad previa al desarrollo de la Comunidad 40. Se analizaron los elementos que generaban la construcción de una red imaginaria de personas convocadas alrededor de la radio, sin aún contar con un espacio determinado para confluir e interactuar.

Gracias a las técnicas y al análisis anteriormente mencionado fue posible llevar a cabo un proceso de investigación riguroso que permitió comprender cómo en un espacio virtual se construye la Comunidad 40 y de qué manera la comunicación soporta la construcción de la misma a través de redes sociales.

4.2. DESCRIPCIÓN COMUNIDAD 40

Para acceder a la Comunidad 40, es necesario registrarse y crear un perfil con información personal, con datos como nombre, edad, país, fecha de nacimiento. Una vez este proceso ha sido realizado, el usuario puede empezar a utilizar los servicios que ofrece la Comunidad. Tiene derecho a entrar en contacto con otros miembros, crear o hacer parte de grupos ya constituidos, opinar en temas de discusión, subir fotos y vídeos.

La Comunidad 40 cuenta con un menú de opciones que se despliega al ingresar a la página principal. En la parte superior se muestran una serie de imágenes de usuarios que han estado conectados recientemente, en la parte superior derecha se encuentra un icono con información del perfil de la persona inscrita y un *link* de acceso directo a la página principal de este usuario, en la mitad del *home* y a lo largo del mismo se encuentran vínculos de grupos sobre música, videojuegos, deportes, artistas, y bandas, así mismo, una lista con vídeos recientemente publicados, como se muestra a continuación:

los40.com BETA Comunidad

Miércoles, 27 de enero de 2010 actualizado a las 08:24

Inicio Actualidad Música Vídeos Universo 40 Participa Comunidad Game 40 Premios 40

Hola: naris500 Mensajes Salir Escucha la radio

COMUNIDAD
Últimos usuarios conectados

on line
 on line on line on line on line on line on line on line
 on line on line on line on line on line on line on line

Ir a Usuarios en la Comunidad

Grupos destacados

Tekken 6 Público
 Administrado por los40.com
 Actualizado: 12-11-2009
 La Familia Mishima vuelve a resolver sus disputas a base de combates. La mejor saga de lucha abre el 6º Torneo del Puño de Hierro. Apúntate en www.tekken.com
 24 miembros

INTERNIGHT Público
 Administrado por los40.com
 Actualizado: 04-08-2009
 Entra y opina en el grupo del nuevo programa de radio de los 40 Principales, bajo los mandos de Tony Aguilar, de lunes a jueves. Una buena mezcla de música, internet y agudo cachondeo
 5.772 miembros

Últimos videos publicados

Publicado el 15-10-2009 por Mdr e3
Tokio Hotel - Automatic

Publicado el 27-01-2010 por O O SEBAS ??
videos

Publicado el 17-07-2008 por chinosgrobe
Bevoncé - Me myself and I

Mi perfil
 Hola: naris500
 Amigos Grupos Fotos Vídeos Mensajes
 Ir a mi página personal
 Editar mi perfil

Últimas fotos publicadas

Publicada por La pipi (=) (27-01-2010)

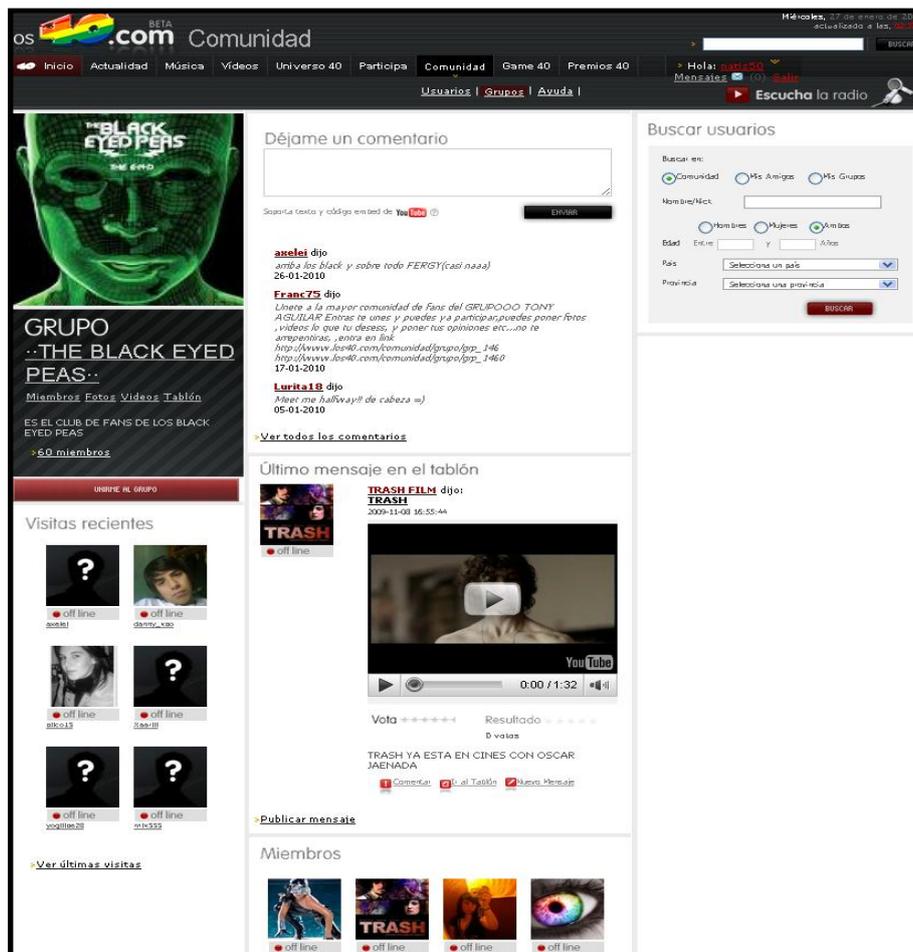
Publicada por La pipi (=) (27-01-2010)

Una vez que el usuario entra a ser parte de la Comunidad, puede empezar a navegar haciendo uso de los motores de búsqueda para encontrar amigos con determinadas características, cuando esto sucede, el usuarios puede agregarlos y estos harán parte de su lista de amigos. En ese momento tanto quien envía la solicitud de amistad como quien la acepta, podrá comentar las fotos y publicaciones del otro además de sostener comunicación a través de mensajes privados.

Otra posibilidad que brinda la Comunidad es la de pertenecer a grupos aficionados. Estos son espacios propuestos para usuarios con intereses y gustos comunes, son sitios donde se intercambian enlaces, fotos y vídeos. Haciendo uso del motor de búsqueda o mediante las publicaciones del *home*, es posible unirse a grupos que sean llamativos para el usuario, así mismo, este puede darlos a conocer ante sus amigos para que ellos también se unan y participen ya sea en los tableros de discusión, cargando una foto o un vídeo. De igual manera, la Comunidad ofrece al usuario la posibilidad de crearlos e invitar a sus amigos a que hagan parte del mismo. Para esto, es necesario ir a la sección

GRUPOS y buscar el botón “Crear un grupo”, el paso siguiente es proporcionar información como título, descripción, nivel de privacidad y finalmente cargar una imagen.

Los grupos sirven para mantener informado al usuario acerca de temas relacionados con el tópico del mismo. Por ejemplo, si es un “Club de fans de Juanes” los miembros cargarán fotos y vídeos, y actualizarán constantemente noticias e información del artista. Otro espacio importante es el “tablón”, una especie de blog para opinar acerca de aquello que se publica, también es posible dejar enlaces a páginas afines. Aquí se da una retroalimentación constante pues en varias ocasiones se construye una charla entre dos o más miembros.



De esta manera, la Comunidad 40 ofrece múltiples posibilidades de interacción entre los usuarios, logrando integrar a un gran grupo de personas que comparten gustos y que se identifican con el “estilo 40”.

4.3. NORMAS DE CONVIVENCIA DE LA COMUNIDAD 40

Uno de los principales propósitos de los medio masivos es informar y con ello buscar que los consumidores construyan una opinión a partir de su criterio personal, estas opiniones se manifiestan bajo la responsabilidad de cada persona y no del medio como tal, sin embargo, la divulgación se hace a través de estos.

Pese a las complejidades de controlar las manifestaciones de los receptores, los medios masivos diseñan manuales, cartillas u otros que describen lo que se permite o se restringe en ellos para evitar violaciones de leyes y conflictos, así mismo, este tipo de normas son implementadas en medios cuyo soporte es digital, ya que es necesario generar convivencia en escenarios donde la interacción entre los usuarios es más frecuente y directa.

En el caso de la Comunidad 40, un espacio abierto donde confluyen personas de diversos lugares del mundo con diferentes culturas y modos de expresión, se ha previsto un reglamento el cual fija unas normas de convivencia y comunicación para evitar discrepancias entre los usuarios, logrando una socialización acorde con las políticas del medio.

Bajo el título “PÁSALO BIEN Y LOGRA QUE LOS DEMÁS TAMBIÉN LA PASEN BIEN”, la Comunidad 40 tiene unas normas de convivencia donde resalta la importancia de socializar con respeto y tolerancia las opiniones entre los usuarios registrados que acuden a esta red social para manifestar sus gustos por la música, artistas y otros temas que aparecen en los foros, chats, vídeos, fotos, blogs, grupos y demás herramientas que existen en la plataforma virtual.

Este manual ha sido diseñado con un lenguaje sencillo y directo, dirigido a jóvenes adolescentes quienes en su mayoría son miembros de la Comunidad 40. El reglamento se compone de nueve normas básicas que enseñan la responsabilidad que debe tener el usuario de la Comunidad al momento de participar.

La invitación va encaminada a evitar suplantaciones, enterarse de los múltiples contenidos disponibles en la página para complementar las opiniones de los demás e incitar a que las opiniones expresadas sean verídicas, originales, contextualizadas y entendibles.

De igual forma, el manual del usuario enfatiza en la importancia de la tolerancia que se debe tener con los comentarios escritos por otros participantes; la equidad y el respeto por los demás hacen parte de la intención que busca la Comunidad 40. Otra de las invitaciones del manual está dirigida a los moderadores de la Comunidad quienes son las personas con el criterio para determinar cuál usuario o grupo está encaminado a generar conflicto entre los participantes. Es de señalar que se especifica la prohibición de contenido pornográfico y publicitario, siendo los moderadores los encargados de clausurar estas temáticas.

Respecto a las posibilidades que existen de intercambiar información entre los usuarios registrados, el manual sugiere no compartir datos sumamente personales. Con el ánimo de mantener un producto de comunicación al servicio de la Comunidad también se solicita a los usuarios ser respetuosos a la hora de expresar sus opiniones, ya sean positivas o negativas. La última norma convida a los integrantes a denunciar cualquier tipo de inconsistencia, conducta inapropiada o abuso hacia la página o hacia cualquiera de los usuarios.

A continuación, se presenta el texto del manual de convivencia de la Comunidad 40, en donde se explican de manera detallada las normas y parámetros que cada visitante debe tener en cuenta al momento de hacer uso del portal virtual:

PÁSALO BIEN Y LOGRA QUE LOS DEMÁS TAMBIÉN LA PASEN BIEN

La enorme mayoría de los que forman parte de la comunidad respetan felices esta norma, porque les asegura que ellos también van a ser respetados. Sin embargo, nunca faltan quienes no lo hacen: para esas ocasiones tenemos un equipo de moderadores 24 horas al día, 7 días a la semana. No dudes en denunciar abusos cuando los veas y en contactarnos cuando lo necesites, escribiendo a comunidad@los40.com.

Si quieres más detalles, tenemos una versión larga de las normas de convivencia (tampoco es taaan larga). Acá va:

1. Da la cara
2. Lee antes de escribir
3. Que tu aporte valga la pena
4. Vive y deja vivir
5. Evita temas que crean mal ambiente
6. Basura NO
7. Cuida tu privacidad y la de los demás
8. Háblanos de frente
9. Ayúdanos a cuidar a los demás

Da la cara

Esta es una comunidad de gente real, que quiere compartir su tiempo con otra gente real. Por eso te pedimos que:

- En tu perfil, muestra una foto de tu persona. Evita utilizar fotos de famosos, personajes de comics, fotos de tu coche o de un paisaje, o cualquier otra foto que no te muestre a ti.
- Registra un solo usuario. Salvo que seas un científico brillante y hallas logrado clonarte, no registres más de un usuario. Crea mucho malestar en la comunidad cuando una persona tiene varios usuarios registrados, así que vamos a eliminar todas las repeticiones que identifiquemos y todo su contenido asociado. No inviertas tu tiempo en algo que se va a eliminar.
- No te hagas pasar por otro. Reserva tu creatividad e inventiva para ganarte amigos y volverte popular en la comunidad. Ten la tranquilidad de que vamos a ser particularmente severos con aquellos que suban contenidos alegando ser quienes no son.

Lee antes de escribir

En nuestra comunidad hay mucha gente con los mismos gustos y que tiene muchas ganas de crear grupos, iniciar temas en el foro y aportar novedades. Lo que te pedimos es que antes de hacer tu aporte recorras la comunidad y veas si alguien no ha creado un grupo o publicado un contenido similar al que tu quieres crear o publicar. Si lo encuentras, por favor súmate a lo que ya ha sido creado o publicado: si no, vamos a tener a mucha gente hablando sola, cada una en su rincón, en vez de una comunidad de gente conversando.

Los moderadores tienen la potestad de cerrar o reacomodar los temas y grupos que se refieran a temas ya tratados en otros grupos o temas.

Que tu aporte valga la pena

Cuando escribas o subas un contenido, cuida que tenga la máxima calidad posible, en términos de:

- **Céntrate en el tema:** que tu comentario o contenido tenga relación con el tema del grupo o del tema en donde lo incluyas.
- **Sé original o sé agradecido:** si realizas un aporte basado en un aporte o una idea planteada por otro usuario, cítalo.
- **Exprésate claramente:** Escribe de manera que se entienda, evitando usar mayúsculas (equivalen a gritar), combinaciones de mayúsculas y minúsculas, lenguaje tipo SMS, etc.
- **Spam NO:** No publiques un contenido muchas veces, con una es suficiente.
- **Cuida la ortografía:** cuida que el texto este bien escrito. Si tienes dudas, pasa el texto por un corrector ortográfico.
- **Habla el idioma de la comunidad:** para lograr que tu mensaje llegue a más gente, te recomendamos escribir en español.
- **No uses malas palabras:** las malas palabras y los insultos, aun cuando se usen sin ánimo de ofender, generan mal ambiente. Hay mil formas distintas de decir las cosas, así que no elijas una que incluya expresiones o palabras malsonantes.
- **Haz el texto legible:** Evita el uso de tipografías, colores de fondo o de texto que dificulten la lectura del contenido.
- **Utiliza una resolución adecuada:** cuando subas imágenes, revisa que la imagen se vea bien: que ni se pixele ni que ocupe toda la pantalla una vez publicada.

Vive y deja vivir

La comunidad es un espacio en donde tiene cabida todos los gustos, todas las aficiones y todas las opiniones. Encuentra tu espacio, exprésate, hazte amigos y deja que los otros hagan lo mismo.

Cuando escribas o publiques un contenido ten en cuenta que, al igual que tú, todos tienen derecho a ser como son y a tener su opinión. No queremos comentarios racistas, discriminatorios, xenófobos ni sexistas, ni vamos a tolerar que se degrade a una persona por su etnia, raza, nacionalidad, religión u orientación sexual ni por ningún otro motivo.

Si alguien te impide disfrutar de tu tiempo en la comunidad, háznoslo saber reportando el abuso o escribiendo a comunidad@los40.com. Vamos a tomar todas las medidas necesarias para garantizarte una gran experiencia.

Evita temas que crean mal ambiente

En nuestra comunidad puedes hablar casi cualquier tema: desde artistas, conciertos y bandas hasta cine, tecnología y moda, pasando por tus hobbies y los videojuegos que te gustan. Sin embargo, hay temas que te pedimos que evites porque en general crean mal ambiente; entre otros, fútbol, política y religión.

Queda a criterio del equipo de moderación el cierre de grupos y temas que hayan creado mal ambiente entre los usuarios.

Basura NO

Para hacer de la comunidad 40 un lugar en el que valga la pena estar y al que todos quieran volver, es fundamental que la mantengamos libre de basura. Esto implica:

- **Publicidad y Spam NO:** no queremos ningún tipo de comunicación publicitaria ni spam promocionando productos, marcas, servicios ni otros sitios entre los contenidos de la comunidad.

- Contenido adulto NO: no queremos pornografía, contenidos sexualmente explícitos ni ningún otro contenido que pueda herir la sensibilidad de menores. Esto incluye fotos propias en poses eróticas o sexualmente explícitas.
- Apología de actos ilegales NO: no queremos comentarios ni contenidos que mencionen o inciten a la violencia, el consumo de alcohol y drogas, la comisión de actos terroristas, la descarga ilegal de música o cualquier otro acto ilegal
- Software malintencionado NO: obviamente, no queremos que transmitas contenidos maliciosos, que puedan perjudicar a otros usuarios o a sus equipos.

Cuida tu privacidad y la de los demás

Queremos que la Comunidad 40 sea un espacio seguro para todos. Por eso, no facilites (ni solicites) nunca datos personales ni de contacto de los demás. Tampoco te hagas pasar por otro usuario. Si albergas cualquier sospecha de que alguien haya suplantado tu identidad, contacta a los moderadores en comunidad@los40.com.

Háblanos de frente

Si tienes una crítica, observación o sugerencia que hacer sobre 40 Principales, sus emisoras, programas, presentadores, moderadores, marcas o cualquier otra cosa relacionada, por favor escríbenos un mensaje privado a comunidad@los40.com. No inicies una polémica pública, porque generan mal ambiente. Nosotros estamos a tu disposición y si tienes una crítica justa y razonable, vamos a escucharte y hacer lo imposible por mejorar.

Ayúdanos a cuidar a los demás

Tú puedes hacer un aporte fundamental a la comunidad incentivando a los usuarios con los que compartas un grupo o un foro a que respeten las normas de convivencia.

Asimismo, puedes ayudarnos a evitar contenidos y conductas inapropiadas reportando abusos en la página o escribiendo a comunidad@los40.com.

No es muy distinto de lo que esperarías de cualquier grupo de amigos, ¿no?

Para tu tranquilidad, te garantizamos que vamos a tomar medidas contra los usuarios que no se guíen por estas normas: según el caso, vamos a eliminar contenido, advertir al usuario o proceder a darlo de baja.

4.4. EL FORO

El Foro de los 40 Principales es un espacio de participación dinámica donde convergen jóvenes mexicanos, guatemaltecos, costarricenses, panameños, colombianos, ecuatorianos, chilenos, argentinos y en su mayoría españoles, pues es en estos países donde existe la marca 40 Principales con sus estaciones de radio.

Los foros brindan a los jóvenes la posibilidad de opinar acerca de sus gustos y aficiones, intercambiar información, apoyar a sus artistas favoritos, comentar sobre el conteo de las 40 canciones más importantes de la semana y conocer nuevas personas.

En este espacio el sentido de pertenencia por parte de los usuarios es muy fuerte, quien participa como forero se siente parte de la Comunidad, esto se debe a que muchos de ellos se identifican como un grupo de personas que comparte una serie de semejanzas y en varias ocasiones se catalogan como una familia. Adicionalmente se destaca el arduo trabajo de recordación por el que trabaja la marca 40 Principales ofreciendo a sus usuarios además de radio, múltiples productos y servicios.

Página principal del foro:

Identificado como: **nab5500** ([Salir](#)) [Mis Controles](#) · [Ver Nuevos Mensajes](#) · [Mi Asistente](#) · [Mis Amigos](#) · [0 Nuevos Mensajes Privados](#)

Foros Portal Musica Digital

BIENVENIDO; TU ÚLTIMA VISITA TUVO LUGAR: Jan 7 2010, 02:20 AM

↳ [Foro de Los40.com](#)

Foro	Temas	Respuestas	Información del último Mensaje
<input checked="" type="checkbox"/> Del 40 al 1 Foro de la lista de Los40 <i>Foro moderado por: los40.com</i>	1,027	24,771	Hoy, 02:22 AM En: PREMIOS 53 2009: II EDICIÓN, i... Por: xiveva
<input checked="" type="checkbox"/> Anda Ya! Foro del programa Anda Ya! <i>Foro moderado por: los40.com</i>	106	229	Jan 25 2010, 03:53 PM En: CLUB DE FANS DE PEDRO Por: mikica90
<input checked="" type="checkbox"/> Juegos Juega y diviértete con los otros usuarios del foro	29	5,889	Ayer, 10:11 PM En: EMF (El Mejor Forero) ¿Quién s... Por: conchita_duffy
<input checked="" type="checkbox"/> Se busca canción Si estás buscando alguna canción, deja tu pedido aquí	69	366	Jan 23 2010, 01:19 PM En: Cancion Alemana pop-dance Por: ElDanidelnorte
<input checked="" type="checkbox"/> Ingravidez Foro del programa Ingravidez <i>Foro moderado por: los40.com</i>	181	10,788	Hoy, 03:17 AM En: Bochlag Por: Nibiru
<input checked="" type="checkbox"/> Club de fans Noticias sobre el club de tu artista favorito <i>Foro moderado por: los40.com</i>	185	1,809	Ayer, 10:12 PM En: Anahi "Mi delirio" Por: rvaveqt4uhbev
<input checked="" type="checkbox"/> Videos/Audios ¿Has visto/oido algo bueno últimamente? <i>Foro moderado por: los40.com</i>	332	1,130	Ayer, 12:21 PM En: ¿Habeis visto que video mas ch... Por: jessjuice
<input checked="" type="checkbox"/> Famosos/artistas Charla sobre tu personaje favorito <i>Foro moderado por: los40.com</i>	140	569	Jan 25 2010, 12:02 AM En: McFly Por: cardiaz
<input checked="" type="checkbox"/> Programas Aquí todo sobre tu programa favorito <i>Foro moderado por: los40.com</i>	75	298	Jan 17 2010, 08:53 PM En: ¿Nuevo Horario WDM? Por: manue60
<input checked="" type="checkbox"/> Quedadas/Amistades Organiza aquí tus encuentros con otros miembros del foro <i>Foro moderado por: los40.com</i>	98	2,970	Hoy, 01:55 AM En: Los 20 usuarios mas activos Por: UNIV3RSAL
<input checked="" type="checkbox"/> Conciertos Habla aquí sobre los conciertos en los que has estado últimamente <i>Foro moderado por: los40.com</i>	231	534	Jan 21 2010, 02:27 AM En: LARA EN ACUSTICO. SALA BUHO RE... Por: sem_v2
<input checked="" type="checkbox"/> Actualidad Noticias de actualidad <i>Foro moderado por: los40.com</i>	323	1,378	Ayer, 10:10 PM En: OS VA A ENCANTAR: MCFLY Por: babi00

Los miembros que ingresan al foro de Los 40 Principales son clasificados por su grado de participación de acuerdo con la cantidad de mensajes que hayan publicado desde el momento en que se registran. La Comunidad los categoriza de la siguiente manera:

- **Newbie/Miembro Nuevo:** Usuarios que acaban de ingresar. Son quienes han publicado un número inferior a 20 *posts* desde el momento de su registro, estos usuarios hasta ahora están descubriendo los diferentes mecanismos de participación que ofrece el portal de Internet específicamente el foro, de manera que en muchas ocasiones se registran para hacer un aporte esporádico o para preguntar acerca de algún tema en específico.

- **Member/Miembro:** Usuarios con un grado de participación medio. Son aquellos que regularmente participan en los foros y sus publicaciones ascienden a 50 *posts*, estos conocen las funcionalidades que existen en la herramienta virtual y publican comentarios e incluso material multimedia a menudo.
- **Advanced Member/Miembro Avanzado:** Usuarios con un alto grado de participación. Usualmente ingresan a la Comunidad a diario, están enterados de concursos y de cuáles son los subforos con mayor participación, saben quiénes son los usuarios más activos, conocen las preferencias musicales de los demás y han publicado más de 100 post.



La comunicación y la interacción virtual se hacen evidentes en todos los niveles del foro, tanto quienes ingresan esporádicamente como los que acuden en forma regular, buscan llamar la atención participando de manera activa en los temas del momento, opinando constantemente y demostrando su presencia en la Comunidad.

Hay foreros que han adquirido reconocimiento ya sea por su antigüedad en la Comunidad o por sus destacados aportes y conocimientos en música, algo que les otorga cierto grado de prestigio, factor que en algunos casos genera intolerancia pues hay quienes no aceptan apelaciones por parte de otros y creen tener la verdad absoluta respecto a determinado tema.

Gracias a las tres clasificaciones de usuarios, es posible identificar rasgos y actitudes en cada miembro, por ejemplo, quienes son más antiguos y tienen una mayor participación, manifiestan modos de actuar notablemente dominantes, demostrando su pertenencia y antigüedad en el foro ante quienes son novatos, estos últimos por su parte, tratan de aprender la dinámica de interacción suscitada en este espacio para participar de la misma forma en que los demás lo hacen.

4.4.1. CLASIFICACIÓN DEL FORO

El foro de los40.com cuenta con doce subforos, cada uno de estos alberga múltiples temas de diversos tópicos y categorías. Cada usuario tiene la posibilidad de abrir nuevos temas y de opinar en los ya existentes. Los subforos de participación son:

- **Del 40 al 1:** Este es el espacio con mayor participación, allí se comentan las listas de las 40 canciones más importantes de la semana. Los usuarios hacen apuestas de acuerdo al orden con el que consideran quedará la música más sonada de la semana siguiente. En él se encuentran temas como “Apuestas para la lista de los 40 Principales del 26 / 12 / 09 :D”, “Canciones con diez o menos semanas en lista” y “COMENTANDO LA LISTA Y LOS GRUPOS (A,B,C,D,E)”. Todos ellos giran alrededor de apuestas, comentarios, canciones destacadas y críticas a las listas de la emisora.
- **Anda Ya!:** Este subforo está dedicado a un programa mañanero español llamado de esta forma, generalmente no hay mucha participación por parte de los usuarios, pues en su mayoría son dedicatorias, sugerencias o reclamos en el momento en que los oyentes desean comunicarse con el programa.
- **Juegos:** Como su nombre lo indica, este es un espacio dedicado al esparcimiento. Aquí la interacción es permanente, pues los usuarios están jugando constantemente en temas como “Pregunta al siguiente!” haciéndose cuestionamientos como ¿Cuál es tu lugar preferido?, ¿Te gusta Duran Duran? y

¿Desde cuanto te gusta la Fórmula 1?. Cada juego es ingeniado por los usuarios, son ellos los creadores de los temas y quienes participan en ellos.

- **Se busca canción:** A través de este subforo, los usuarios tienen la posibilidad de consultar con los demás, las dudas que tengan acerca de algún tema musical que desconozcan y que generalmente ha sido escuchado en la emisora. Las intervenciones en este espacio son esporádicas, pero el tiempo de respuesta es bastante rápido. Aquí los miembros más participativos son los novatos, pues en muchas ocasiones hay quienes se registran únicamente para consultar por una canción.
- **Ingravidez:** Este es el nombre de un programa radial que existe en Los 40 Principales España, es un espacio dedicado a radiar música de bandas y artistas poco comerciales, pero de gran acogida por muchos. El subforo de Ingravidez tiene temas como “Noticias de grupos de los que hace tiempo que no sabemos” y “¡Compartamos material Ingrávido”, aquí se da un intercambio continuo de información musical de este tipo.
- **Club de fans:** En este espacio se publican noticias sobre las organizaciones de fans que se dedican a seguir ciertos artistas, usualmente los miembros que frecuentan este subforo lo hacen para actualizar a los demás acerca de la vida de sus bandas o artistas favoritos.
- **Vídeos/Audios:** Este subforo está abierto para que los usuarios coloquen todo tipo de *links* que lleven a canciones o a vídeos musicales. Es un espacio poco frecuentado en el foro pues pareciera que en muchas ocasiones los usuarios prefieren dejar estos vínculos en foros que inciten un mayor debate.
- **Famosos/Artistas:** Esta zona es dedicada a comentar acerca de artistas y celebridades, en muchas ocasiones se habla de discografías, películas, series y demás escenarios que reúnan personajes reconocidos. Aquí se encuentran temas

como “DISCOGRAFIA COMPLETA Y GALERIA DE FOTOS DE ALEJANDRO FERNANDEZ” y “Thalía estrena "Equvocada"”.

- **Programas:** Este subforo permite a los usuarios comentar acerca de sus series favoritas o de aquellas que nos les agradan. Así mismo, debatir sobre los contenidos y personajes; algunos de los temas son “LOST” e “Internight”.
- **Quedadas / Amistades:** Este es uno de los subforos con mayor participación, es un espacio dedicado a promover las relaciones de amistad entre los miembros, aquí se organizan encuentros y se habla de la vida privada de cada uno, comparten otro tipo de gustos como futbol, comida y navegación en Internet. Algunos de los temas son “○○ TUS ESTUDIOS ○○” donde se comenta el grado de educación de cada quien o lo que planea estudiar y “POST LIBRE” donde todos tienen la libertad de escribir y opinar acerca de lo que deseen.
- **Conciertos:** Subforo dedicado a informar acerca de los últimos conciertos, de los más recientes y de los pasados que suscitan múltiples opiniones en los foreros. Así mismo, es utilizado para comprar y vender boletas.
- **Actualidad:** El último de los subforos está dedicado a comentar temas del día a día, noticias que causen polémica, anuncios que llamen la atención y tópicos que en su mayoría están relacionados con la música. Entre los temas se encuentran, “SE HA FILTRADO EL NUEVO CD DE LADY GAGA!!” y “Ya esta en la Red el Nuevo Rock is Roll nº25”.

De acuerdo con la descripción anteriormente realizada, es posible identificar en el foro de los40.com uno de los espacios con mayor interacción entre los usuarios de la Comunidad, aquí la comunicación es el elemento protagonista, pues consigue generar retroalimentación constante y participación activa en un espacio virtual.

4.5. INTERACCIÓN EN EL FORO Y ANÁLISIS INTERPRETATIVO

Un canal no tiene estructura física, pero crea y define un espacio. Se asigna un carácter, un estilo, unas fronteras, y unos lugares. Es perfectamente imaginable que un canal de chat o un foro sea una formación grupal o un modelo de comunidad.

Tradicionalmente, el registro escrito ha servido como un modo de expresión reflexivo. Es decir, formal. Por contraposición, el registro oral se caracteriza por ser próximo, casi espontáneo y escasamente formal. “En esta dicotomía se han basado figuras conceptuales como la de lengua/habla, que presupone la primera con un alto grado de abstracción y la segunda con un funcionamiento práctico, con una fuerte presencia de componentes gestuales no verbales y componentes verbales no textualizables con la entonación” (Mayans, 2002, p.124).

No obstante el medio y los canales de conversación del chat y el foro están rompiendo la dicotomía, creando, según Clifford Geertz, un género confuso. Situando a las sociedades dentro de una tendencia de las ciencias sociales y humanas a re-alinearse y re-configurarse con nuevos puntos de influencia, en una descomposición de los términos preexistentes. Según Geertz: “los instrumentos del razonamiento están cambiando y la sociedad está cada vez menos representada como una máquina elaboradora y cada vez más como un juego serio, un drama por el caminar”.

Las características externas e internas del género foro lo hacen considerar un género en sí mismo, analizado bajo la luz de los registros orales y escritos, pero que solo se podría comprender al usarlo durante un tiempo determinado.

Una herramienta como el foro no es un derivado de la oralidad o la escritura. Toma de ellos casi todo, puesto que estos dos, comprenden el universo comunicacional que se conoce. Mac Luhan citado en Berland (1992, p. 43-44) señalaba “cada nuevo medio adopta los contenidos de sus predecesores y por ello, confunde su auténtica eficacia histórica”.

Quiere esto decir que ante la irrupción de un nuevo avance tecnológico, la sociedad se ve obligada a inventar sus contenidos y sus usos. A medida que la sociedad va imaginando usos para el nuevo medio, este encuentra su camino propio.

La constancia es notoria y se dan nuevos espacios perdidos en el mundo no cibernético, como por ejemplo, los sitios de tertulias y reuniones antes reconocidos. Ahora se ven trastocados y trasladados a una nueva superficie, la CMC.

Teniendo en cuenta que el foro de los 40 Principales puede ser utilizado para reemplazar la conversación telefónica o incluso física, se identifican elementos que generan prácticas de comunicación diferentes a las tradicionales, que permiten la consolidación de comunidad a partir de las interacciones realizadas por los usuarios que participan de los temas propuestos en esta interfaz de debate y opinión.

A continuación se analizarán una serie de diálogos correspondientes a los subforos donde hay mayor tráfico de opiniones. Se realizó un seguimiento a la participación de los usuarios más regulares en los últimos 4 meses:

¿Por qué se mueve la lista de los 40? (Del 40 al 1)

USUARIO	COMENTARIO
erg1987	"Últimamente tengo credibilidad 0 con la lista de los 40. No puedo entender que entren algunas canciones.. o mejor dicho que propongan y estén en la lista cuándo ni tan siquiera venden (véase Promusicae) y que por ejemplo un artista como Tiziano Ferro y Amaia Montero con disco de platino por ventas del single del Regalo más grande ni tan siquiera la propusiesen.. o que algunas canciones lleven meses y meses en la lista.."
UN1V3RSAL	"Yo creo que la de Tiziano y Amaia acabara entrando, pongo el ejemplo del año pasado. En los premios principales 2008 pusieron como candidata a Belinda con Bella traición, lo recordáis?? todos decían, pero si no está en lista!! pero acabo entrando, tengo la esperanza de que la metan la de Tiziano. Así como también acabara entrando la de las Ha-Ash."

En este post “**erg1987**” cuestiona la credibilidad de la emisora pues dice que no hay coherencia entre las semanas que lleva determinada canción en la lista y lo que reportan los demás medios de comunicación o la demanda del público.

A lo que “**UNIV3RSAL**”, responde argumentando que los artistas anteriormente mencionados entrarán con el tiempo a la lista, y que otros usuarios también conservan la esperanza de que algunos de sus cantantes favoritos que no están, ingresen en algún momento.

Un elemento importante que aquí se evidencia es el compromiso por parte de las personas involucradas ya que al momento en que citan frases como “lleven meses en las listas”, se identifica la constancia y fidelidad de los usuarios a la hora de seguirlas semanalmente. Son conocedores de las decisiones previas que se han tomado en cuanto al rumbo que llevan las canciones en el listado.

La necesidad de expresar un punto de vista acerca de determinado tema, hace que el usuario esté buscando siempre una respuesta por parte de los demás, ya sea apoyándolo o discrepando acerca de su opinión

4.5.1. LENGUAJE Y SÍMBOLOS EN LÍNEA

18/09/2009

POST LIBRE

conchita_duffy dice: os echo de menos a todos sobre todo a baldurph :(y ahora va y se conecta jajajajaa :P :P :P :)

*CoBeGa dice: jejejejeje Estabas desaparecido! A ver si te ve más el pelo ahora. Por cierto como te fue con tu... xDDDDD (No respondas si no lo ves claro... xDDDD).
Saludos*

conchita_duffy dice: Creo que de eso es mejor no hablar CoBe ;)

CoBeGa dice: Lo sé, yo he pensado que respondía por privado directamente. xDDDD.

CoBeGa dice: Por cierto Baldurph, en un rato mira tus mensajes privados xDDD

El lenguaje a partir del cual se compone la Comunidad 40, denota una serie de características propias, concedidas por los usuarios a medida que conviven en este espacio. La construcción del lenguaje a través de cada interacción involucra unos símbolos a partir de los cuales se genera una identificación entre aquellos que participan en la Comunidad.

Para pensar las diferentes maneras en que se comunica un usuario mediante el lenguaje y los símbolos dados en este espacio virtual, es necesaria la comprensión de los códigos propiciados por aquellos que interactúan entre sí en la Comunidad y generan un lenguaje propio.

A través de los años, en la medida en que han evolucionado las formas de comunicación de los seres humanos, siempre se ha observado una preocupación por generalizar unos códigos que permitan identificar la connotación de cada uno de estos, para así lograr establecer un entendimiento adecuado entre las sociedades a causa de la necesidad de comprender las situaciones cotidianas que se refieren al entendimiento mutuo de la lengua y a las expresiones que permiten una comunicación adecuada.

Desde tiempos remotos, cuando la comunicación se daba a través de símbolos en piedras hasta la actualidad, donde es posible manifestar a través de una tecla una expresión o sentimiento de manera digital, la comunicación ha venido en evolución de la mano del hombre adaptando nuevos símbolos, señales y códigos que las comunidades incluyen en su lenguaje habitual, es así como actualmente las sociedades participativas en espacios virtuales, acuerdan unas reglas que resultan tanto implícitas como explícitas para comunicarse en lugares específicos del ciberespacio.

Dichas reglas comprenden desde las letras que se emplean en la comunicación escrita hasta los símbolos o iconos que describen una situación al momento de una interacción oral, escrita o con señas.

Esa adquisición del conocimiento del lenguaje resulta empírica, la experiencia de la comunicación con otras personas, específicamente en medios virtuales nutre las diferentes formas de expresión y se acoplan a la manera como cada cual se comunica. De esta forma, los símbolos ayudan a entender e “incrementan la capacidad de las personas para interpretar y percibir el entorno”. Los símbolos se definen como “objetos sociales que se usan para representar cualquier cosa que las personas acuerden representar” (Ritzer, 1993, p. 240).

De acuerdo con las formas de comunicación virtual, son los símbolos aquellos que se han convertido en protagonistas al momento de ahorrar tiempo en la jerga juvenil que utilizan los integrantes de la Comunidad 40. Las imágenes y el lenguaje están relacionadas directamente, las expresiones habituales de la mayoría de los navegantes virtuales en varios casos evitan la construcción de una palabra y la reducen a símbolos de puntuación para su interpretación.

Sin embargo, antes de comunicarse sin sentido a través de los símbolos que ofrece Internet en foros, chats u otras interfaces también incluidas en la Comunidad 40, el lenguaje escrito es primordial en las comunidades virtuales, pese a ello todos los idiomas sufren modificaciones puesto que diferentes íconos son incluidos en las conversiones que circulan en la red a manera de abreviación u originalidad. Los iconos empleados por los usuarios de la red social demuestran las sensaciones y emociones que cada uno quiere expresar, estos son conocidos como emoticones y son letras combinadas con signos de puntuación minimizadas en su forma de escritura. Algunas de las expresiones más utilizadas son:

Para expresar felicidad o una sonrisa: :-D ;)

Guiño de ojo o confianza: ;-D ;)

Tristeza o desilusión: :- (:(

Risa contundente: XD :-D :D

Sacar lengua o expresión de locura: :-P :P

Enviar un beso: :-* :*

4.5.2. EL DISCURSO DE LA COMUNIDAD 40

La sociedad emplea un discurso en cualquiera de las situaciones que los afronte a otras personas con la necesidad de comunicarse, es por ello que existen “muchas formas de habla y de texto que caracterizan la variedad de situaciones informales”. (van Dijk, 2000, p. 20). En este apartado, se analiza el lenguaje, la simbología y el discurso empleados por los usuarios que participan en la Comunidad 40, a fin de comprender cómo se constituyen las interacciones en este espacio virtual.

Teun A. van Dijk en su libro “El discurso como interacción social” (2000), hace un análisis del discurso que incluye elementos lingüísticos, el autor señala que las personas escriben y dicen cosas con el fin de consolidar “actos sociales, políticos o culturales en diversos contextos locales” llegando a su máxima expresión en la estructura social y cultura que convoque a una sociedad en particular. De este modo sucede en la Comunidad 40 cuando los usuarios de la interfaz, comentan acerca de una noticia, un artista, una canción o alguna temática que les llama la atención, se generan diversas opiniones y comentarios que hacen de la Comunidad un lugar participativo.

A la hora de hablar de un espacio como el foro, se evidencia en el discurso empleado por los usuarios, la necesidad de expresar apoyo o inconformidad respecto a un tema, siempre se transite con características informales o triviales que se imprimen a la conversación, estas son una serie de códigos exclusivos que manejan los jóvenes de acuerdo a los temas que tratan, lo que genera formas de expresión específicas entendibles para los receptores, quienes a su vez utilizan un lenguaje con las mismas características.

Lo anterior se denomina como la relación entre el “discurso y la sociedad” según van Dijk, puesto que el discurso es una acción que involucra el texto y el habla con características sociales y culturales que crean comunidad a partir del poder que adquiere la expresión natural del discurso en sus facetas informales tal como se evidencia en el foro de la Comunidad 40.

Se observa en el foro que en el momento en que un usuario opina acerca de algún tema por lo general logra generar respuestas por parte de otros usuarios quienes pueden estar o no de acuerdo con el comentario inicial, por ejemplo:

Apuestas para el 5 de Diciembre de 2009!, Apostar y Suerte :D! (Del 40 al 1)

Tras una semana más del listado “del 40 al 1”, los usuarios en el foro se muestran bastante disgustados e inconformes con la lista publicada recientemente, en este caso los foreros están de acuerdo entre ellos, pero manifiestan su enojo con la emisora pues les parece injusta la lista de la semana. Siendo así, se evidencia una unión por parte de varios usuarios quienes argumentan el por qué de su inconformidad y se apoyan unos a otros al momento de criticar la estación musical.

USUARIO	FECHA	COMENTARIO
Sabre	01/12/2009	Esta lista es una vergüenza
juanjo30	01/12/2009	El puesto 23 de la semana manda cojones...¿pq coño baja Alicia Keys con ese temazo? Y vamos...la salida de Nada se compara a tí...mientras que la otra puta mierda sigue el en 39... Y el pesado de Mraz en el 9, Guetta de nuevo subiendo, Mika y Robbie suben solo 1, Zenttric mucho subir para nada...Subid ya a Leona a los 5 primerossssssssssss de una puñetera vez. En definitiva, totalmente rastrera la lista.
juanjo30	01/12/2009	Asi es Sabre. Hay que tomarselo con humor. Si hace falta criticar la lista se hace, aunque al final no se tome en serio. Y respecto a eso que dices...supongo que al decir una palabrota pues la quitarán. Asi que ya mismo quitarán parte

		de mi comentario. Aunque en otro post he comentado y puesto algunas palabras con letra mas grande y va y me la ponen con letra más pequeña. Como si para ellos la letra grande fuese una molestia...
musicspain	01/12/2009	Que siga tony haciendo con la lista y con internight lo que le salga de las narices, cuando pierdan oyentes lloraran, por cierto hoy mismo pueden perder ya un oyente en internight, estoy harto de chapuzas, ranciedades y cosas en diferido de este dj tanto en Internight como en Del 40 al 1, (no se le ocurre hoy poner en diferido a mcfly con lo que le gustan a muchas fans)
Sabre	01/12/2009	Bueno Juanjo, debo informarte a ti y al foro entero ke mi mensaje literal era: "Esta lista es una p... verguenza" y no "Esta lista es una verguenza". Pero ke vamos, ke estoy de akuerdo en todo lo ke has dicho. Inkluso añadiría 40 inkoherencias mas, porke es ke repito, ke es una p... verguenza de lista. Pero bueno, o te lo tomas kon humor, o ke... Saludos.

Cuando se entablan conversaciones como la anterior, en las que uno o más usuarios se encuentran disgustados, recurren al foro para expresar su descontento, en muchas ocasiones emplean malas palabras para expresar su enojo. Los moderadores por su parte, se encargan de retirar estas palabras o expresiones, lo que en muchas ocasiones crea un mayor descontento entre los foreros. A partir de esto, podría afirmarse que aunque cada quien da a conocer su punto de vista como lo desea, tiene que atenerse a una serie de reglas y moderaciones que están vigentes y deben aceptarse si se es miembro de la Comunidad 40.

4.5.3. ESTRUCTURA DEL DISCURSO

El discurso juvenil de la Comunidad 40 concibe varias características que incluyen la transformación de la “sintaxis, la semántica, la estilística, la retórica y la pragmática” (van Dijk, 2000, p. 20), la alteración de estos elementos en el lenguaje ha permitido la creciente de un grupo de jóvenes tanto a nivel interno como externo. La función de quienes participan de la Comunidad 40 es elemental, discuten sobre unos asuntos de interés con una identificación en su lenguaje exclusiva de los adolescentes.

Teniendo en cuenta que la sintaxis es la parte de la gramática que estudia la composición y la formación de contextos entre las palabras¹¹, frases u oraciones, estas son modificadas en algunos casos de manera drástica, se toma como ejemplo una respuesta de un usuario criticando a otro en determinada situación, “Cosoo” dice: *“aquí hubo gente que en su vida supo nada... (sic)”*, además de estos errores, en ocasiones resulta complejo interpretar los nombres con los que se identifican los usuarios y lo que significan, pues son combinaciones únicas que posiblemente se derivan de sus nombres o apellidos, de esta manera, en muchas ocasiones resulta complejo interpretar el contexto de lo que quieren decir incluso para quienes respetan el idioma.

Sin embargo, se dan ciertos elementos sintácticos que se vuelven propios del lenguaje de la Comunidad como cuando se reemplaza la palabra “que” por la letra “k” o cuando se escribe repetidamente una letra al final de una palabra para denotar grito, disgusto o emoción, por ejemplo: “son lo mejorrrrrrrrrrrrrrr” o por el contrario “son los peorrrrrrrrrrrrrrr”. De esta manera, quienes hacen parte de la Comunidad sabrán de acuerdo al contexto qué es lo que realmente se quiere expresar.

Otro factor importante es la manera en que los usuarios sintetizan las oraciones, por ejemplo:

CoBeGa dice: están?

A través de esta palabra el usuario desea saber si hay alguien presente en ese momento en el foro, sin embargo, para algunas personas podría resultar confuso o no entenderse el mensaje pues la palabra en sí de manera aislada no logra transmitir la finalidad del mismo, saber si hay alguien presente para entablar una conversación.

En muchas ocasiones por ahorrar el lenguaje o por tratar de seguir un estilo empleado por aquellos usuarios con más trayectoria en la Comunidad, hay quienes utilizan frases muy rápidas que suenan más a expresiones orales que a expresiones escritas. Por ejemplo:

¹¹“WordReference”(2001) [el línea], disponible en: <http://www.wordreference.com/definicion/sintaxis>, recuperado: 9 de noviembre de 2009

juanjo30 dice: ayyyyy cansancio! :(... k ganitas d ZZZ!! :P

Como puede verse en esta intervención, en el léxico de los usuarios de la Comunidad se utilizan palabras más cortas y un par de signos para expresar sentimientos como “tristeza”, “locura” o “sueño”, pero la estructura en sí es lo suficientemente clara, pues de no ser así no se entendería el mensaje, si hubiesen variaciones léxicas imposibles de entender y además de eso una estructura incoherente, no podría haber una comunicación activa entre los participantes. La estructura se mantiene porque el lugar común se entiende. Se sabe que si un usuarios dice “*wenas!!!*” está saludando.

La semántica juega un papel vital en aras de la construcción de comunicación entre los participantes de los espacios de interacción en la Comunidad 40, esta se encarga de comprender el significado de los signos lingüísticos¹², los cuales a pesar de resultar empleados de manera equívoca, a través de letras mal utilizadas a propósito, se entienden en este relativo y nuevo lenguaje por el que se comunican muchos de los usuarios de espacios virtuales.

Cabe anotar que en este lugar la estilística, un arte de la escritura en textos literarios, se ausenta de manera tajante en el lenguaje o discurso de la Comunidad 40, lo que no sucede con la retórica, si se tiene en cuenta que sistematiza las técnicas de la utilización del lenguaje para ser empleadas con un fin específico, comunicarse entre ellos a su modo.

20/10/2009

TUS EXPERIENCIAS

Pink123: Hoy me siento :(

Know: Por qué amiga??? Te mando un :* para que te sintáis :D

Como se menciona anteriormente, en este ejemplo puede verse de qué manera a través de unos símbolos propios que son utilizados en su mayoría por los jóvenes en Internet,

¹² “WordReference”(2001) [el línea], disponible en: <http://www.wordreference.com/definicion/sem%C3%A1ntico>, recuperado: 9 de noviembre de 2009

más específicamente en la Comunidad 40 los usuarios transmiten sus ideas y sentimiento, los cuales son entendidos e interpretados por los demás.

En la construcción de comunicación en el discurso de la Comunidad 40 pueden destacarse dos géneros adicionales “la argumentación y la narración de historias” cuyos fines específicos son la manifestación de la información que el cibernauta quiere enseñar y estos a su vez son correspondidos en la medida que los procesos de comunicación y generación de comunidad hayan sido entendidos.

La comprensión del discurso y su influencia en las opiniones hacen parte del desenvolvimiento diario de la comunicación y la construcción de comunidad que es analizado en esta investigación (van Dijk, 2000, p. 21).

4.5.4. LA ACCIÓN DEL DISCURSO

El discurso se configura dentro de tres categorías al momento de su desarrollo particular o comunal, este en su desenvolvimiento se considera como “un fenómeno práctico, social y cultural” (van Dijk, 2000, p. 21). Es práctico pues es la manifestación de una persona en particular o un grupo en general. Social, porque al momento en que el discurso surge como una opinión e interesa a una colectividad se convierte en un fenómeno que puede llegar a interesar a cada individuo. Cultural, porque las expresiones se identifican con unas características sociales de una comunidad.

Las características del discurso hacen de este un acto social organizado, y su resultado es una conversación o cualquier forma de diálogo que emplea el lenguaje como herramienta primordial, teniendo en cuenta que para su desarrollo no solo se basa en el orden de unas palabras o frases con sentido, sino en una cantidad de actos que permiten la comunicación. En lo que respecta a la Comunidad, los procesos de comunicación no están determinados únicamente por un orden en la escritura sino también por una serie de símbolos con connotaciones dadas por los usuarios.

Quienes pronuncian discursos utilizan los textos y el habla, además de hablar, escribir, escuchar y leer, los participantes de la Comunidad 40 son activos pertenecientes a grupos sociales identificados con ciertas culturas y cada uno de ellos mantiene un rol y

una identidad, unos resultan más activos que otros, sin embargo, cuando quienes hacen parte de la Comunidad tienen la necesidad de expresar una situación, utilizan su discurso como construcción de opinión mediante su cultura.

Una herramienta vital para que se lleve a cabo determinado discurso es el texto de forma escrita, sin este es imposible desarrollar procesos comunicativos, conversaciones y diálogos que relucen en las interfaces virtuales de la Comunidad 40.

El lenguaje escrito como proceso de comunicación permite la construcción de comunidad que se realiza a partir de la escritura y la lectura simultánea, es anacrónico y sucede tanto en la Comunidad 40 como en cualquier otro espacio de la vida cotidiana. Se anota además que el texto en la Comunidad es principalmente espontáneo y resulta improvisado, pero adquiere sentido cuando otros usuarios lo interpretan.

A la hora de hablar de comunicación en forma escrita, las expresiones utilizadas por los usuarios son transmitidas de manera que este hace lo posible por hacerse entender ante los demás miembros de la red social.

4.5.5. EL PROPÓSITO DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO

En el discurso hay un universo de características que lo construyen a partir de las múltiples maneras de comunicación e interacción social. El análisis del discurso no puede realizarse si no se comprende su significado, forma y los procesos mentales que llevan a los sujetos a relacionar ciertos códigos como métodos de comunicación.

Siendo el discurso uno de los elementos fundamentales del análisis en la Comunidad, se establecen vínculos teóricos que permiten esclarecer los significados que hacen de la comunicación una herramienta para interactuar en determinado grupo social. Elementos como la “acción, el contexto, el poder y la ideología” son los que hacen posible un discurso ordinario entre los usuarios de la Comunidad 40. A continuación se explica cada uno de ellos.

ACCIÓN:

Entiéndase por acción, las “actividades intencionales” que realizan los seres humanos a lo largo de su vida, no obstante, en muchas ocasiones el hombre realiza actos que se alejan de su autocontrol, pese a ello estas tienen “metas” y están en función de la búsqueda de un “propósito”.

Por lo anterior, se determina que el discurso es una acción, “una actividad humana controlada, intencional y con un propósito” que se manifiesta a partir del habla, la escritura, la lectura y la escucha; dichas prácticas son consientes de quien las emite salvo en situaciones accidentales como cuando se actúa bajo la hipnosis o durante periodos de sueño.

En el siguiente ejemplo, puede observarse cómo los usuarios “rankean” su grado de participación en el foro de la misma manera en que hacen las listas de las 40 canciones más escuchadas cada semana.

En el tema “Los 20 usuarios más activos”, se hace un conteo de los usuarios más participativos en el foro, aquí se experimentan fuertes discusiones en torno al tema, debido a que algunos usuarios argumentan que no se trata del número de *posts* que se hayan escrito sino la calidad de los mismos. Y critican a aquellos que escriben mensajes improductivos o sin relación al tema, con el único fin de incrementar el número de mensajes publicados, pues esto les da cierto reconocimiento.

Los 20 usuarios más activos (Quedadas/Amistades)

USUARIO	FECHA	COMENTARIO
CoBeGa	15/08/2009	TOP 20 1. Richyhim (2632) (=) 2. Baldurph (1968) que antes era dvdjcvk40 (416) = (2384) (=) 3. Los40_vs (2075) (=) 4. popero (1913) (=) 5. conchita_duffy (1731) (=) 6. superche (1678) (=)

		7. Fragile (1135) (=) 8. Eire (1043) (=) 9. Comprateunperro (829) (=) --> Este quien es, que desde Octubre no se conecta? xDDD 10. Listas_40 (824) (=) 11. Bruno28 (761) (+1) 12. ROPU (744) (-1) 13. CoBeGa (734) (+7) --> La subida mas fuerte! 14. Cherub_Rock (661) (-1) 15. alfonsojuanes (639) (-1) 16. Nibiru (622) (=) 17. Rihanna_love's (606) (-2) --> La bajada mas fuerte! 18. musicspain (606) (-1) 19. laoreja (588) (-1) 20. reoculto (562) (-1)
Eire	16/08/2009	Me parece ridículo este conteo!!! El hecho de que un usuario tenga el mayor número de posts no quiere decir que sea el más activo o el que haga los aportes más valiosos al foro ...
RocknRoll	16/08/09	Eire tiene razón, aquí hay personas que escriben p***s mensajes sin sentido unicamente por aumentar los mensajes publicados, si se tratara de eso yo escribiría hola 10 veces en el mismo tema y sería el más activo! Que indignado estoy :l
Cosoo	16/08/09	No entiendo por que lo tienen que tomar tan serios, simplemente es lo que se registra en la comunidad y aquí muy pocos hacen aportes inservibles :D

La acción del discurso se manifiesta en la Comunidad 40 cuando se percibe un acto de comunicación entre cualquier usuario que pretende buscar una respuesta o compartir una información. Así surge un tipo de “intencionalidad” al momento de “actuar” participando en espacios de comunicación por medio de comentarios. Se hace una pregunta o se expone un punto de vista, esperando una respuesta por parte de los demás internautas.

En este caso, la acción va encaminada a publicar los nombres de los usuarios más participativos, la intención es dar reconocimiento a estas personas, sin embargo, hay quienes no están de acuerdo con el conteo o tienen argumentos en contra acerca de la forma en que se hace la clasificación, siendo así tratan de oponerse ante los demás. La intencionalidad en este acto probablemente sea conseguir apoyo por parte de otros participantes que también estén en desacuerdo con el tema.

Cualquiera que sea la situación, lo anterior se denomina “acto comunicativo”, pues aunque las intenciones y propósitos son diferentes al actuar, son socialmente relevantes ya que se exteriorizan como actividad social y son interpretados de esta manera por otros sujetos, logrando que cada persona sea reconocida como actor social ante los demás.

El análisis de la acción del discurso también establece que los insultos, aunque estén prohibidos en cualquier lugar de la Comunidad 40, son actos comunicativos intencionales que están bajo el control de cada usuario, dando espacio a la libre interpretación de acuerdo a la “perspectiva” que adopte tanto emisor como receptor. Sucede de igual manera con los actores sociales que son consientes de construir una opinión porque los lectores le atribuyen intenciones y reconocimiento al comentario que publican al momento de la retroalimentación.

“Oraciones, palabras, estilo, retórica o argumentación” se pueden entender también como “acciones” comunicativas intencionales que se emplean en la construcción del discurso con el objeto de una reproducción social del entendimiento en un proceso de interacción que involucra mucho más que el sentido común, implica también el entendimiento propio que ofrece la comunicación mediante sus procesos.

CONTEXTO:

El contexto implica “algún tipo de entorno o circunstancias para un suceso, acción o discurso”. Los discursos que se llevan a cabo en la Comunidad 40 mediante la acción o interacción se desarrollan en un contexto predeterminado, es por ello que en los espacios virtuales ofrecidos por Los40.com, los usuarios miden “parámetros” y “roles” teniendo en cuenta el “tiempo” y el “lugar” donde expresan su intencionalidad, pues esta debe encajar en un marco de entendimiento y de seguimiento a ciertas normas.

12/10/2009

HOLA AMIGOS

Hay muchas cosas de la emisora que quisiera decir pero la verdad se que no me es permitido, en el momento en que digo que los 40 principales en una mier... los moderadores retiran mi comentario!!!!

En el ejemplo anterior, puede verse como los usuarios están condicionados a ciertas normas explícitas que deben ser acatadas, ellos tienen que medirse en lo que dicen y hacen pues si se quebrantan las reglas, los moderadores tendrán el derecho a actuar ya sea eliminando un comentario inapropiado o dando de baja al usuario en cuestión. De esta manera, se evidencia que en la Comunidad 40 debe actuarse bajo ciertos parámetros, tal y como se haría en cualquier otro escenario de la vida en sociedad, cada quien debe ceñirse al lugar donde se encuentra y al rol que debe seguir,

A través del discurso también está implícito un análisis social, que incluye el texto y el habla de los actores emisores y receptores con características personales que influyen en el contexto por la producción e interpretación de lo que comunican. Por consiguiente, se define del contexto que es un elemento inmerso en una estructura social que desarrolla los argumentos relevantes del discurso.

Las características sociales como la edad, el sexo, el estrato, la profesión, la etnia y hasta la religión influyen sobre “el texto, el habla y su comprensión” que configuran una parte vital para la conformación de un contexto propio de un discurso. Cada persona además de comunicar, “adapta lo que dice, cómo lo dice e interpreta la manera en que lo dicen los demás”. Lo que para alguien es un cumplido, para otro puede ser un insulto.

Observando este fenómeno desde un nivel pragmático, se ratifica que el contexto influye notablemente en la interpretación del significado. Cuando un usuario escribe una frase como ‘no harás nada’ puede estar expresando decepción porque la otra persona no realizará determinada acción, puede estar consultando si se quedará de brazos cruzados, o persuadiéndola para que realice la acción. Si se ve la frase de manera

aislada, puede significar muchas cosas, pero si se pone en contexto, la mayoría de las personas entenderán a qué se refiere quien dice la expresión.

Valdría preguntarse entonces, ¿Cuál es la finalidad del participante del foro en la Comunidad 40? ¿Está tratando de convencer, de amenazar, de informar, trata de persuadir al otro o de instituir un principio?

Según los elementos anteriormente analizados podría pensarse que lo que en primera instancia busca un usuario es dar a conocer su punto de vista esperando una respuesta, acto seguido persuadir a los que están de su lado para que lo sigan estando o confrontar a quienes están del otro lado con otros personajes. Estos comportamientos se evidencian en el siguiente ejemplo:

Pink: "Nunca iría a un concierto de Britney"

USUARIO	FECHA	COMENTARIO
Pinky154	18/12/2009	<p>Pink ha declarado que nunca asistiría a un concierto de Britney Spears porque fue criada para apreciar la música en vivo, que es precisamente, lo que la chica Disney por excelencia no hace en sus conciertos, según la cantante, de nombre real Alecia Beth Moore.</p> <p>La estrella que nos preguntaba "So what?" en su último disco ha dicho en una entrevista para Women's Health: "no voy a quitarle ningún mérito a Britney porque realmente me gusta un montón, pero nunca voy a un show donde el cantante hace playback. Cuando creces escuchando a Janis Joplin, no quieres ver a alguien hacer el mimo".</p> <p>Pink admitió que siempre había defendido a la cantante de Womanizer, pero negó cualquier parecido con ella. "Lo juro por Dios, la defendí desde el principio. Lo que quería decir era 'dejad de compararme con ella, porque somos animales diferentes".</p> <p>Fuentes cercanas a Spears dijeron que la cantante estaba "extremadamente disgustada" de saber que varios fans se habían ido de uno de sus recientes conciertos en Australia en medio de la polémica sobre no cantar en directo.</p>
ladyR	18/12/2009	<p>Bueno, pink siempre ha defendido a brit, ha hablado bien de ella, diciendo q es de laas mejores artistas junto con madonna, q le gusta muxo, y aunke son artistas diferente, la</p>

		respetaba y admiraba como artista, pero ahora q diga esto, leugo de decir, q era normal q como bailaba cantara en playback...nose, la verdad eske cuando uno esta perdido, solo tiene una manera de salir del baul de los recuerdos, y eso es hablando de nuestra brit, ella aunke este descansando, trankila, no la dejan, siempre hablando de ella, q pesades, dejala relajarse un poco, q tiene derexo
Joey_wkl	20/12/2009	A ver...si está diciendo que le gusta Britney, además siempre le ha gustado! Y no está diciendo nada del otro mundo...yo tampoco pago 200€ para ver a alguien cantando en playback, se llame Britney, Rihanna, Beyonce o P!nk...es una estafa pagar esa cantidad de dinero para ver a alguien que hace lo que podría hacer yo si m coge una discográfica ¿ Qué tiene de especial ver a una personas "bailando" en un escenario? Y si vamos a hablar hablemos con pruebas y os recomiendo que veáis esto antes de decir nada más...Britney en concierto http://www.youtube.com/watch?v=PmmGh2Dx2FQP!nk en concierto http://www.youtube.com/watch?v=XmgrT8iUNuI Britney cantando de verdad http://www.youtube.com/watch?v=b8MIM3_PcSw Pink cantando de verdad (como siempre lo hace...) http://www.youtube.com/watch?v=cgf505toWJEYO OS RECOMIENDO QUE LOS VEÁIS TODOS Y LUEGO PODEIS SEGUIR OPINANDO...POR CIERTO TENGO TODOS LOS CD DE BRITNEY...(EXCEPTO LOS 2 ULTIMO) PORQUE ME GUSTÓ UN MONTON Y TAMBIÉN TNGO TODOS LOS DE P!NK QUE M SIGUE GUSTANDO CADA VEZ MÁS...ANTES SIN EMBARGO PREFERÍA A BRITNEY..
petertoxic	21/12/2009	Pues Pink, si no irías muy bien por ti mujer, pero da un poco de pena tener q ser noticia por hablar de....eso da que pensar eh Pink¡¡¡ea, ahi queda eso.cada persona con sus gustos.Britney con dos webs¡
sanyrub	21/12/2009	Pero q boba es alguna gente!! Esto a Pink se lo habrán preguntado en alguna entrevista, lo mismo q se lo han preguntado a Whitney y a muxa gente más!!!! Simplemente ha respondido con algo coherente. También he visto yo a Britney contestar sobre otros artistas cuando la han preguntado directamente. No se xq os molesta tanto si sabeis de sobra q vuestra artista más admirada hace playback desde siempre....

En este contexto donde muchos de los *fans* de Britney Spears se sienten atacados, hay una respuesta significativa de varios usuarios que pretenden defender a su artista favorita. Aquí la conversación se torna agresiva, pues a partir de una noticia poco amena

para muchos, se desata toda una polémica, enmarcando la conversación en un tono agresivo. De esta manera, se demuestra cómo los usuarios responden de acuerdo al contexto mediante las situaciones que se les presentan, si alguien expresa su opinión en un tono elevado utilizando letras mayúsculas (que denotan hablar en voz alta) o signos de admiración repetidamente -!!!!!!- (que significan exaltación) el siguiente usuario en responder muy probablemente lo hará de la misma manera.

Los símbolos gráficos también hacen parte de la configuración del contexto, estos se presentan en intervenciones escritas de los usuarios participantes dentro de la Comunidad, mediante sus múltiples representaciones reducen a íconos manifestaciones personales referentes al estado de ánimo y a los sentimientos, logrando así que los demás interpreten lo que se quiere transmitir de manera acertada.

El lenguaje es, probablemente, una de las funciones psicológicas cuya realidad resulta más cercana y familiar. Este se inicia en el primer año de vida de un ser humano, para empezar a integrar las actividades cotidianas, sin que su adquisición y uso parezcan ocasionarle, ningún esfuerzo. En algunas situaciones, el esfuerzo se ve expresado en el momento de aprender un nuevo idioma o forma de expresión en un escenario comprometedor. Y solo cuando se cometen errores al hablar; se reconoce la complejidad de la actividad lingüística.

El dominio simbólico y semántico de los usuarios de la Comunidad 40, está muy generalizado, los símbolos constituyen un recurso comunicativo potente, directo, sencillo y útil dentro de un mundo que no permite los gestos físicos. Así existan grandes incorrecciones gramaticales se da una nueva manera de interactuar y de entender el por qué de los comportamientos cambiantes de la sociedad. Esta comunicación se puede ver como un simulacro porque desvincula el gesto concreto que teóricamente representa de su emisor. “Dos puntos y un paréntesis representan todas las caras sonrientes posibles, no puede representar una cara sonriente específica”.

En el lenguaje encajan perfectamente los lenguajes humanos de carácter verbal y no verbal, los signos manuales, los lenguajes artificiales o de símbolos, el sistema de

comunicación entre animales e incluso los sistemas artificiales de comunicación. Tratándose explícitamente del lenguaje de la Comunidad 40, se evidencia la conformación de un espacio de interacción cargado de connotaciones simbólicas comunes que hacen de este, una perfecta opción para sentirse parte de una colectividad pero anteponiendo ante todo el contexto que permite dar un significado acertado a las intervenciones.

PODER:

El concepto de poder se enmarca en las situaciones cotidianas de la vida diaria y se evidencia en varios ámbitos de la sociedad entre los que se encuentra: el poder corporativo, siendo utilizado en discursos comerciales; el poder masculino, a través del discurso sexista; el poder blanco, referido al racismo y el poder político, en el discurso de gobernantes.

El poder es un elemento del discurso que salta a la vista cuando en un subforo de la Comunidad alguien plantea una situación y gracias a esta surge una continuación de comentarios que se contradicen o se apoyan. En algunas ocasiones ciertos usuarios adquieren reconocimiento por sus aportes y a partir de esto muestran actitudes de superioridad en el foro en el momento en que ingresan usuarios nuevos o cuando alguien opina de manera superficial.

En la Comunidad 40 el poder se percibe también cuando en una interacción uno de los usuarios manifiesta de manera imperativa la defensa de un argumento o la provocación del mismo con el fin de tener la razón sobre lo expuesto que conlleva una intencionalidad o un propósito particular, a esto se le denomina “poder mental” según indica van Dijk.

Existen también “grupos de poder” que ejercen su preponderancia al imponer sus ideas sobre los demás grupos que en casos específicos defienden artistas, canciones, equipos deportivos u otros y es allí donde las personas utilizan medios esenciales para influir en la mente de otras personas con el fin de persuadirlos, logrando que otros se expresen a través del “texto escrito” a favor o en contra de acuerdo con la situación.

Entre los usuarios hay una jerarquía que se hace notable cuando se escribe, hay quienes a la hora de comunicar aseveran o acusan, otros más dóciles responden o defienden sus argumentos, esta ejemplificación de comunicación hablada desarrolla “actos en distintos niveles de abstracción y generalidad” (van Dijk, 2000, p. 24), lo cual quiere decir que la pluralidad de la comunicación está presente en cuanto manifestación ocurra y tenga respuesta, acoplándose o disintiendo de una cultura social.

Para ejercer el poder a partir del discurso, hay que tener en cuenta el uso de tres elementos, el “discurso”, la “acción” y la “cognición”, es decir, debe existir una “intención”, un “propósito” y una “motivación” que son los que conducirán a la interacción dominante sobre los demás, como se da cuenta en la siguiente discusión tomada del subforo Videos/Audios de la Comunidad 40.

Encuesta de la Repesca, Plazo: Hasta mañana a las 2 del medio día. (Videos/Audios)

USUARIO	FECHA	COMENTARIO
Baldurph	24/11/ 2009	<p>Quiero dar un aviso:</p> <p>Hace poco tiempo Richyhim llamó los del lado oscuro a aquellos que seguís apegados a los 40 principales. Bien, ya he podido comprobar que os lo tomasteis muy en serio y que incluso habeis montado una "plataforma" llamada El lado claro debido a aquella remota alusión, y no solo eso, sino que además os debisteis sentir ofendidos, ya que he visto en algunas firmas frases como "No somos tontos" y cosas por el estilo. Me parece muy bien que hagáis lo que os de la gana y que os moleste lo que os moleste, pero esto es un concurso, y si concursamos, lo hacemos bien. No salvemos en las repescas por amiguismos, y menos (repito Y MENOS) gente que no vota en ninguna ronda, vota en una repesca en la que CASUALMENTE hay alguien con quien se lleva bien.</p> <p>Perdí 7-5, sí, pero sois muy cantosos, además de que anteponeis vuestra subjetividad a la objetividad (y nótese que digo SU y LA, porque todos tenemos nuestra subjetividad pero la objetividad es común a todo el mundo.</p>
superche	24/11/ 2009	sobre el tema del lado oscuro y el lado claro, primero aclarar que esto es un foro y no el GTA, y no hay que ir haciendo bandos, cada forero escribe donde quiera y son subforos

		<p>públicos,así que no hagamos bandos,y creo yo que Richy no lo dijo con la intención de ofender,simplemete,vosotros alguna vez habreis llamado a un amigo "Cabroncete" así a lo amiguitos,eso podria ser algo así,aunque no digo que sea,es decir que no hay que tomarse comentarios así de bromilla tan a pecho,y si no os gusta,pues pasais de eso,no hay que ponerse así por nada,esto es un foro y si alguien no se lleva bien se ignora,imaginate que a mi me cae mal por ejemplo Baldurph(Me caes fenomenal tranquilo xD)No voy a ponerme en la firma"Baldurph eres un hijo P***"(Es un ejemplo,me caes bien baldurph xD)simplemente paso de el,no hace falta darle vueltas al asunto,y bueno,menudo sermón me he hechado xD,no os lo tomeis a mal,no me busco problemas con nadie,solo doy mi humilde opinión,espero no ofender a nadie,saludos!!!</p>
Cosoo	25/11/2009	<p>Primera yo voto a quien quiero y si me parece mejor la propuesta de los40_ vs pues le voto.</p> <p>Segundo no hace falta que escribas un texto asi, porque yo perdi contra ti y tenia muchisimo mejor tema y no me e quejado asi que luego decis que yo me suelo cabrear o que me lo ttomo todo a pecho pues para que veas, y no lo quise decir porque se haceptar una derrota, y no porque diga porque no me habeis votado no me voy a salvar asi que creo que no hacia falta este texto...</p>
Richyhim	25/11/2009	<p>Yo no tengo nada de lo que arrepentirme,los del lado oscuro saben ellos por quien va,no es por todos,por supuesto,y lo digo tambien en alusión a los temas con los que participan,que nada tiene que ver con ellos,y además si uno se detiene a leer comentarios o acciones en otros lados del foro se ve como por ejemplo,el Heavy Metal no queda bien parado en el concurso de estilos,y despues lo propone todo dios.</p> <p>Una cosa es hacer lo que hizo Baldurph,que poco a poco ha dejado de lado música "más comercial",para darle más cancha a grupos de diferentes estilos,y despues proponerlos.</p> <p>Pero lo otro ya es...eso de proponer un grupo que no habéis escuchado en vuestras vidas(no va por todos),es lo que faltaba,porque...me gustaría a mi saber cuantos del foro han comprado o mostrado interés por algún grupo de esos que despues se proponen,y por casualidad me gustaría saber quien de vosotros tiene un mísero CD de Cactus en sus casas,por poner un ejemplo.</p> <p>A mi me alegra muchísimo que os animéis a proponer grandes grupos,con verdadera calidad musical,y que al menos os detengáis a escucharlos,lo que no me gusta es que</p>

		<p>en otros concursos o en diferentes posts fuera del concurso, a grupos o estilos de calidad, los dejáis mal parados "clavándoles una estaca por detrás", porque parece que no os miran, o simplemente premiáis a bandas que dan poco menos que vergüenza.</p>
Eire	25/11/2009	<p>He votado por Behind, pero creo que he llegado tarde??? Joer, es que he llegado de trabajar ahora mismo, me ha sido imposible votar hasta ahora.</p> <p>Por otro lado, no sé por qué contestan siempre y se da por aludido gente con la que no va el tema. Digan lo que me digan yo no me creo que un tío que tiene en su casa discos de Britney Spears (por poner un ejemplo) sea capaz de escuchar un grupo de rock progresivo y proponer un tema en el que sólo el solo de batería ya dura más de dos minutos. Me podéis negar lo que queráis, pero no me lo creo.</p> <p>Vale que cada uno propone lo que le da la gana y bla, bla, bla, pero es normal que Baldurph se mosquee. Y coso no contestes con esa chulería. Tu tema era mejor sí, pero piensa por qué la mayoría hemos valorado un poquito más a Baldurph.</p> <p>A veces hay que escuchar un poquito y tratar de entender a los que te están hablando, y no enfadarse por todo, que esto no es una guardería.</p> <p>Y otra cosa, siempre que alguien pone un ejemplo de que también escucha rock, siempre nombra a Metallica y grupos por el estilo. Eso no es escuchar rock. Aún no he oído a nadie que escuche música comercial, que de repente me diga que escucha Dream Theater. Por eso digo, que si alguien con esas características lo propone, no me lo creo.</p>

En las dinámicas del foro la mayoría de usuarios se conocen entre sí, es por ellos que surgen diálogos como el anteriormente citado. El conflicto que aquí se evidencia, hace parte de una serie de opiniones en las que discrepan. Se da un escenario de conflicto que normalmente sucedería entre personas que conviven en un espacio físico, se conocen y comparten vivencias, pero en este caso se trasladan al espacio virtual. Aquí los usuarios son reconocidos por sus gustos musicales y por las opiniones que dan, de esta manera, cada quien va adquiriendo ciertas características de personalidad que hace que los demás se sientan o no identificados con su forma de actuar.

Esto también da indicios para pensar que quienes llevan más tiempo en el foro, demuestran “superioridad” ante los novatos, desprestigiando y dándole menos importancia a las opiniones o conocimientos musicales que expresan los demás. Cuando alguien entra en defensa o quiere destacar algún artista o género musical recurre a reproducir el conocimiento propio a partir de “el poder y la dominación” que es el mecanismo empleado para imponer sus ideas sobre las otras.

En la intervención anterior, “Richyhim” buscaba desprestigiar a aquellos usuarios que escuchan música comercial, al hacer esto las consecuencias son casi inmediatas. Los foreros que se sintieron aludidos expresaron su disgusto y rechazo confrontando la opinión de “Richyhim”, aquellos con más iniciativa tomaron otro tipo de medidas como la que se muestra más adelante. En este dialogo las intervenciones tienen un tono fuerte pues cada quien trata de defenderse cuando se siente atacado.

El grafico que se presenta a continuación es una “firma” realizada por uno de los foreros, la cual se interpreta como una respuesta a los comentarios que resultaron ofensivos para muchos de ellos. Aquí se nombran en la parte superior e inferior los foreros que se sintieron atacados y que quieren responder a esta ofensa.



Las intenciones que tienen los usuarios dentro de la Comunidad 40 en muchos casos manifiestan un doble propósito, por ejemplo, hay quienes desean ejercer un “control mental” manifestando “solicitudes, sugerencias o consejos” para que actúen o piensen acorde a la intención de quien formule la inquietud que es aquel que procura ejercer un poder social o mantener una hegemonía dentro de la Comunidad.

De manera que los actos y pautas de poder que se perciben en la Comunidad 40, son similares a los que se dan en la vida cotidiana, ya que muchas de las expresiones llevan consigo una intención de superioridad o de dominio ante las demás.

4.5.6. IDEOLOGÍA:

La ideología es un conjunto de ideas sobre lo existente en donde se destaca la cultura que está presente en cualquier manifestación de comunicación. Durante años las ideologías han ido evolucionando gracias a los cambios generacionales, los sujetos han ido readaptando y complementando su ideología de acuerdo con otras creencias y pensamientos, es por ello, que cada persona tiene una manera propia de actuar y de pensar que lo diferencia de los demás.

La ideología juega un papel importante en la comunicación entre quienes participan del foro, se evidencia en el momento en que surge un tema como base que identifica una “representación social”, músicos, canciones, géneros u otros temas de los que opinan en la Comunidad y soportan un análisis grupal que se diferencia de la opinión particular.

El discurso y la sociedad establecen una relación ineludible para formar una ideología que incluye unas cualidades cognoscitivas. Cabe resaltar que las ideologías tienen funciones sociales, estas son grupales y no individuales, cada persona se identifica con una o varias de ellas. En la Comunidad 40 se destaca el respecto por ciertas ideologías como la de género, esto puede evidenciarse en algunas interacciones como la que se presenta a continuación:

EL GRAN DEBATE (Del 40 al 1)

USUARIO	FECHA	COMENTARIO
conchita_duffy	10/08/2009	EL TEMA DE ESTA SEMANA ES(COMO NO HA HABIDO NINGUN TEMA PROPUESTO) ESTAIS A FAVOR DE QUE LOS HOMOSEXUALES TENGAN LOS MISMOS DERECHOS QUE LOS HETEROSEXUALES? CREEIS QUE TIENEN DERECHO POR EJEMPLO, LOSHOMOSEXUALES A CASAR-SE, A ADOPTAR HIJOS ETC ETC...???

Axwell	10/08/2009	<p>Voy a ser el primero en opinar.</p> <p>Para mi no ha lugar a debate en esta cuestión. La respuesta a la pregunta de conchita_duffy es claramente SI. Culquier postura contraria al respecto es respetable como cualquier otra, pero considero que con los tiempos que corren, es dificilmente asumible. Al menos así lo veo yo.</p> <p>Saludos Musicales.</p>
conchita_duffy	10/08/2009	<p>jaja yot ambien creo que si</p> <p>y he puesto este tema porque buuuf en tercero de laeso en ciudadanía ppues estuvimos charlando de eso y la movida que se origino jajaja casi todos los de mi clase estaban en contra algunos els era indiferentes y elunico que estaba 100% a favor era yo</p>
Drewii!	10/08/2009	<p>Yo estoy completamente a favor!</p> <p>Tienen los mismos derechos dependiendo de sus gustos sexuales. No porque una pareja sea lo establecido (hombre-mujer) signifique que cuiden mejor de sus hijos, que se quiera más y todas esas chorradas.</p>
conchita_duffy	10/08/2009	<p>jaja</p> <p>hace tiempo oí que si el PP volvia al poder de españa que prohibirian que los gays se pudieran casar y por lo tanto todas las bodas gays concebidas hasta ese dia seran anuladas</p> <p>creeis que es un rumor o sera verdad?</p> <p>yo la verdad creo que es verdad pero no entenderia la posible anulacion de esa ley ya que,como habeis dicho todos somos iguales, y todos, tenemos los mismos derechos a caso, los que son gays menos que los heterosexuales?</p> <p>jajaja</p> <p>yo me considero100% defensor de los gays, etc... de los cuales a veces se les sigue discriminando de manera inutil y paleozoica, porque esos comentarios y esos tipos de personas no los tenian ni en el paleolitico casi me parece vergonzoso, que aun exista gente asi, yo por ejemplo si fuera gay o bisexual y de pareja tubiera un chico, me fastidiaria bastante que si quisiera no me pudiera casar o adoptar un hijo(con las ganas que tengo</p>

		<p>de tener uno todo sea dicho ajajajaa) no podría por no tener de pareja una chica?</p> <p>acaso dos chicos no sabrían cuidar bien de un hijo?</p>
Drewii!	10/08/2009	<p>Pues yo no creo que sea cierto, que lo quieran hacer, es posible!</p> <p>Pero si lo hiciesen no sólo miles homosexuales de España se les vendría encima, sino en muchos países occidentales y lo que menos necesita España es que tenga oposición.</p> <p>Porque Rajoi yo lo siento por él, pero no es ningún líder que mueva masas si no hubiese ascendido a presidente en las antiguas elecciones, pero bueno..Hasta en su propio partido hay gente que es más líder que él, por lo menos como yo lo veo, pero bueno, no vamos a entrar en política,,jeje!</p>
popero	10/08/2009	<p>bueno yo estoy a favor de los homosexuales , los tolero y los entiendo ya que ellos no eligieron lo que les ha tocado , de hecho tengo varios amigos homosexuales y son mejores personas que nadie , eso si no me gusta como es logico que delante mia empiecen a besarse y a hacer cositas xD , tampoco soporto mucho a los que tienen "pluma" , es decir , a aquellos que estan todo el dia haciendo mariconadas xD eso si son mas graciosos que andie y te ries con ellos .</p> <p>por otra parte estoy a favor de las bodas homosexuales ya que solo incumbe a ellos y quienes s quien para meterse en su vida privada? , que hagan lo que quieran , pero estoy totalmente en contra de que puedan adoptar hijos ya que moralmente para el niño puede ser muy duro aceptar que tiene dos padres o dos madres y que no es igual que los demás niños.</p>
juanjo30	15/08/2009	<p>Me gusta este post. Está muy, pero que muy bien. Mas adelante daré mi opinión sobre el tema de las cabalgatas.</p> <p>Pero antes me gustaría incidir en el tema tratado hace tiempo sobre la homosexualidad. Y quiero empezar agradeciendo a los foreros vuestras opiniones respetuosas sobre el tema. A mi es un tema que me afecta en primera persona, y por eso me alegro que esteis a favor de que las leyes sean iguales para homosexuales y heterosexuales. Sinceramente el tema de las leyes poco a poco se va solucionando.</p> <p>A mi lo que más me preocupa es la forma de hablar sobre los homosexuales de "gente cavernícola". Ojalá llegué el día que todo el mundo sea respetuoso, ya que no saben el daño que pueden hacer hablando de esa forma (lo digo por experiencia propia)</p> <p>Por eso me alegro mucho de ver como hoy día, y sobre</p>

		<p>todo la gran mayoría de la juventud, comprende y está a favor de la homosexualidad.</p> <p>Ser homosexual es algo con lo que se nace, y una persona homosexual puede ser igual o mejor persona que un heterosexual. El sexo no va reñido con los sentimientos.</p> <p>Por último destacar que estoy de acuerdo en lo escrito por popero este post. Yo respeto a la gente "con pluma" y a los que se exhiben besándose por la calle. Pero no comparto esa forma de actuar. Considero que de cara al público (tanto homosexuales como heterosexuales) deben guardar las formas, de modo que los besos efusivos y las intimidades deben evitarse en los sitios públicos. Quizás alguien piense que soy de "mentalidad antigua" y muchas veces me considero así, pero es como me he criado. Bajo el signo del respeto y el cariño.</p> <p>Y dicho esto, agradecer de nuevo a los foreros que tan respetuosamente tratan este tema. Un saludo.</p>
--	--	--

Tal como se observa en esta conversación el respeto por las vivencias e ideologías de los demás no solo hace parte de las normas de convivencia propuestas por la Comunidad, sino que se ha vuelto una característica importante de quienes participan en las dinámicas de interacción.

Las prácticas inscritas en las formas de comunicación se ven alteradas en un nuevo medio, donde la interacción pasa de un plano netamente real a la virtualidad. Las discusiones que en algún momento tomaron fuerza en planos frecuentes de la vida cotidiana, ahora son recurrentes y con argumentación en los nuevos espacios de comunicación.

La visión de mundo de cada personaje se ve representada en su manera de actuar en la Comunidad, en la medida en que sus juicios son buenos o malos, cuando hace referencia a determinadas creencias o a la manera como se identifica con un artista. Todos estos elementos hacen parte de un marco ideológico que da una serie de características a cada personaje que son percibidas por los demás.

El hecho de dar a conocer una información tan importante como es la inclinación sexual, demuestra el grado de confianza por parte de algunos usuarios ante sus

compañeros del foro, sin embargo, el soporte es uno de los aspectos a favor al momento de hablar de la vida personal, pues la virtualidad facilita la confesión de intimidades y secretos, manteniendo relaciones más fluidas debido a que excluye la interacción “cara a cara”.

5. CONCLUSIONES

Comprender que la comunicación es una de las herramientas vitales del comportamiento humano, es saber que a partir de esta los sujetos logran todo tipo de objetivos. Sin la comunicación no sería posible la socialización ni el desarrollo de la humanidad, su importancia es tal que se emplea en todos los escenarios posibles para contribuir al progreso de las sociedades.

Es por ello, que en la actualidad la comunicación ha sido adaptada a las máquinas, pues la relación sujeto-tecnología es fundamental a la hora de generar desarrollo. Esta relación que cada día se hace más evidente, es generadora de una serie de procesos sociales que tienen lugar en el espacio de las tecnologías. Gracias a la Comunicación Mediada por Computador es posible sustentar plataformas virtuales de interacción tal como la Comunidad 40.

Al término de esta investigación, fue posible obtener datos que permiten comprender de qué manera se construye la Comunidad virtual de Los 40 Principales en un espacio virtual.

En primer lugar se debe destacar que los individuos que ingresan a la Comunidad 40 con el fin de socializar gustos musicales, se encuentran con una serie de prácticas sociales enmarcadas en un espacio virtual que van más allá de expresar una opinión. Quienes deciden pertenecer a este sitio, interactúan constantemente adaptando ciertas características propias de los miembros antiguos de la Comunidad. El lenguaje de cada persona adquiere particularidades y símbolos que son entendidos únicamente por los demás usuarios, lo que propicia prácticas de comunicación efectivas.

En segunda instancia se observó que existe un vínculo entre los miembros que mantiene a flote la noción de comunidad independientemente del gusto por la música, el vínculo es la idea compartida de marco-ideología, estos dos aspectos son fundamentalmente lo que la gente comparte en la Comunidad 40, es decir, quienes entran al foro tienen una idea de qué es lo que van a encontrar, saben que allí no se habla ni de filosofía ni de genética, en su mayoría son conversaciones “banales” a partir de gustos musicales o situaciones cotidianas.

El marco ideológico que se construye en la Comunidad 40, se fundamenta en una serie de prácticas comunicacionales que a su vez se sustentan en unas reglas tanto implícitas como explícitas. Las reglas explícitas son aquellas que son propuestas por los administradores y moderadores de la Comunidad, las implícitas son las que cada usuario aprende de acuerdo con las dinámicas que los miembros utilizan para interactuar, por ejemplo, la mayoría de usuarios saben que no deben escribir *posts* repetidamente, esta no es una regla impuesta por la Comunidad pero cada quien sabe que si lo hace, los mismos participantes comenzarán a rechazarlo y perderá prestigio por pretender llamar la atención de manera equivocada. De la misma forma, aquellos usuarios que son bastante conocedores de música y de artistas, obtendrán prestigio y serán respetados en la Comunidad por este motivo.

El reconocimiento del “otro” es también un factor importante, de acuerdo con las costumbres y prácticas que este manifieste, es posible determinar si compagina o no con “mis gustos y mi manera de actuar” calificándolo con base en sus comentarios u opiniones, pues aunque no hay contacto físico, se generan una serie de sentimientos gracias a personas con las que se tiene relación a través de un espacio virtual. Aunque hay usuarios de diferentes lugares del planeta con diferentes gustos musicales, existe una visión de mundo compartida que hace que los usuarios se enmarquen unos a otros dentro de esa colectividad.

Las personas que pertenecen a esta Comunidad tienen la posibilidad de estar presentes sin importar desde que lugar del mundo se conecten, la presencia física pasa a un segundo plano. Las reuniones sociales que anteriormente tenían lugar en cafés, salones y bares, ahora se trasladan a un espacio en donde se puede ingresar sin una serie de parámetros estipulados que en la vida cotidiana serían fundamentales como la forma de vestir o el peinado.

Por lo general en los foros, los jóvenes expresan lo que realmente piensan sin ningún tipo de presión del medio que los rodea, pero a la vez se sienten parte de una colectividad y buscan aceptación por parte de los miembros de la misma. Esto hace que sus opiniones sean cambiantes y que en estos casos ciertos aspectos de su identidad no están definidos.

Para los usuarios es importante mantener una participación constante en la Comunidad, quien no escribe no se hace visible y por tanto, no es reconocido por los demás. Es fundamental conservar un flujo continuo de mensajes y publicaciones para tener presencia en este espacio, el expresar opiniones casi a diario es fundamental para que haya una construcción recíproca de relaciones sociales dando paso a nuevos compromisos. De esta manera, si el usuario 1 crea un vínculo con el usuario 2, este se ve obligado a corresponderle de la misma manera. Si en determinado momento no hay flujo de mensajes o contenidos entre los miembros de la Comunidad, esto se traduce en completa ausencia y en muchos casos inexistencia de quien retira sus opiniones.

Tal como lo afirma Rheingold (1996), las comunidades virtuales se sustentan en una variedad de sentimientos que surgen a partir de una cantidad significativa de discusiones relevantes o no durante un periodo determinado, en donde se generan emociones humanas que forman redes de relaciones personales en el espacio cibernético, factor que crea un sentido de pertenencia y de apego por un grupo de personas que se denominan comunidad.

De acuerdo con el tipo de características semánticas, sintácticas y pragmáticas identificadas, fue posible comprender que las estructuras gramaticales empleadas por los miembros de la Comunidad son coloquiales y alteradas. En otro contexto no sería posible entender ciertas frases o expresiones, es aquí cuando se destaca la noción de comunidad en tanto que los diálogos no son gramaticalmente correctos, pero la mayoría de ellos son entendidos gracias al lenguaje propio que se ha creado.

Esta noción de comunidad, si bien se aleja un poco de su significado original al estar sustentada en un soporte digital, se reconfigura gracias a una serie de características que le son otorgadas por su calidad de virtual. En una comunidad tradicional cada persona emite un juicio de valor hacia los demás de acuerdo a su proceder, cada quien sigue unas normas explícitas o implícitas propias de aquella colectividad, en la Comunidad 40, los participantes entran a un espacio “libre” en donde cada quien puede mostrarse como desee ante los demás, es posible enseñar una personalidad y unas características diferentes a las del mundo real pues el cuerpo físico no está presente allí.

Teniendo en cuenta el juego de roles que se da en la Comunidad 40, se reconoce la importancia de la virtualidad, pues aunque no hay normas estrictas que obliguen a cada usuario a confluír en este lugar, sí hay elementos definitivos que se soportan en lo virtual y son los aspectos que conllevan a tener nuevas prácticas sociales originadas en gran parte por la necesidad que crean los nuevos medios.

Si bien es cierto que la Comunidad 40 está ahora sustentada en una plataforma multimedia, hay que destacar que la noción de comunidad existía mucho antes de este momento, cuando los oyentes de la emisora seguían fielmente las pautas de la cadena y se identificaban con el estilo que “Los 40” proponía, sin embargo, el soporte ha ayudado a ratificar esta noción y le ha dado un espacio a los oyentes para interactuar entre sí.

Dentro de la Comunidad 40 se identificaron 3 perspectivas diferentes que le dan significación a este espacio de interacción: la primera de ellas es la comunidad como lugar, el sitio donde confluyen los individuos para compartir una serie de patrones; la segunda se trata de la comunidad como símbolo, en donde se evidencia la unión simbólica de los miembros, es lo que soporta el vínculo de alianza que permite enmarcarlos dentro del término de comunidad; la última es la noción de lo virtual para denotar otro tipo de realidad diferente a la que se da en el mundo físico, la posibilidad de estar ahí, sin estarlo físicamente. El no estar presente, la posibilidad del anonimato con la posibilidad de interactuar y expresar opiniones sin reparos, aquí la virtualidad hace posible pretender, exagerar u ocultar características para hacerse más atractivo frente al “grupo objetivo” al que se quiere llegar. (Villanueva, 2006, p. 52).

Finalmente fue posible comprender que la Comunidad 40 se construye a partir de una serie de dinámicas comunicativas en torno a las interacciones sociales de los miembros que se sumergen en un espacio de prácticas cotidianas llevadas al plano virtual. Además de ello, hay una noción de marco-ideología compartida; los usuarios que deciden hacer parte de la Comunidad encuentran elementos que los identifican con los demás tales como gustos, lenguajes, expresiones, situaciones comunes y experiencias. El discurso de la Comunidad 40 revela características que se sustentan en aspectos particulares de

los usuarios, quienes crean un actuar propio que se hace identificable para quienes hacen parte de este espacio virtual.

Se ratifica entonces que esta nueva plaza de interacción joven es una Comunidad virtual, pues tal como lo afirma Rheingold (2006, p. 20), allí converge una cantidad significativa de personas que llevan a cabo discusiones públicas y que generan sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales que los enmarcan dentro de la gran noción de comunidad.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Rheingold, Howard, (1996) LA COMUNIDAD VIRTUAL: Una sociedad sin fronteras.
- van Dijk, Teun, (2000) El discurso como interacción social.
- Castells, Manuel, (1995) LA ERA DE LA INFORMACIÓN. LA SOCIEDAD RED
- Castells, Manuel, LA GALAXIA INTERNET.
- Castells, Manuel, El surgimiento de la sociedad de redes.
- Lévy, Pierre, Cibercultura.
- Lévy, Pierre, (1999) ¿Qué es lo virtual?
- Molina, José Luis, El análisis de redes sociales Una introducción.
- Joyanes, Luis, CIBERSOCIEDAD LOS RETOS SOCIALES
- Preece, Jenny, Online Communities.
- Servicio de Observación sobre Internet. El rostro humano de la cultura digital cómo nos afecta internet.
- Villanueva, Eduardo, (2006), Comunicación Interpersonal en la era digital
- Foucault, M. Tecnologías del yo y otros textos afines. Barcelona: Paidós Ibérica.
- De los Chats a la mensajería instantánea: reflexiones en torno a la sociedad de la información de individuos. En F.G. Selgas y C. Romero (eds). El doble filo. Madrid: Trotta. Gordo, A. (en prensa).
- <http://los40.com>
- http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/index.php?option=com_booklibrary&task=showCategory&catid=29&Itemid=48
- unesdoc.unesco.org/images/0012/001295/129533s.pdf
- http://www.tecnologiahechapalabra.com/tecnologia/glosario_tecnico/articulo.asp?i=876
- <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=218>
- [http://www.revistafuturos.info/futuros_8/glob_robinson1.htm#\[1\]](http://www.revistafuturos.info/futuros_8/glob_robinson1.htm#[1])