

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
Tesis Licenciatura en Sociología

**De la identidad virtual y la presencial: el caso de los
floggers en Montevideo (2008-2010)**

Cecilia Cabrera Lamanna

Tutora: Ana Laura Rivoir

2013

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	2
2. MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	4
2.1. La Modernidad tardía	4
2.2. La tragedia de la cultura	5
2.3. Identidad y la interacción	6
2.4. Neotribu urbana: un <i>nosotros</i> sentido como pertenencia	9
2.5. La virtualidad y el ciberespacio.....	11
2.6. Antecedentes de investigación	15
3. METODOLOGÍA	18
3.1. Tema-problema de investigación y objetivos.....	18
3.2. Estrategia y abordaje metodológico	19
3.3. Unidad de análisis.....	20
3.4. Técnicas de recolección de datos	20
3.5. Dimensiones de análisis	25
3.6. Crítica metodológica	26
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	28
4.1. Presentación del yo.....	28
4.2. Autopercepción.....	33
4.3. Identidad atribuida.....	37
4.4 Síntesis de hallazgos.....	39
4.5 Entretejiendo conceptos.....	41
5. CONCLUSIONES	46
6. BIBLIOGRAFÍA	49

1. INTRODUCCIÓN

Para cada época se plantean las formas en las que los seres humanos debemos relacionarnos e interactuar. En este sentido la tecnología ha jugado un rol esencial como herramienta desde hace siglos y lo sigue haciendo hoy día, en donde la vedette de las comunicaciones es Internet.

El exponencial desarrollo de las aplicaciones en Internet, la masividad de los medios de comunicación y el alto grado de acceso a las tecnologías de la información sobre todo en la urbanidad, han logrado una excepcional complejidad en las formas de comunicarse en el mundo de Internet, en donde viven y conviven una gran cantidad de maneras de emitir y recibir mensajes. Y la mayoría de las veces es necesario que se conozca al emisor de tal mensaje, para lo cual debemos presentarnos.

En las redes sociales virtuales es prácticamente obligatorio generar un perfil para poder interactuar, y esta gran función trae de la mano la necesidad de la construcción de un *sí mismo* en ese medio virtual con determinadas herramientas dadas. La creación de la identidad existe como característica inherente al ser humano, pero es interesante analizar cómo el vehículo por medio del cual se crean se modifica con el tiempo.

Pero todas estas interacciones y la socialización que se da en el medio virtual tienen, como todo, consecuencias en el mundo presencial, y también viceversa. En este sentido y rescatando principalmente el trabajo final presentado en el Taller de la Cultura en 2010 junto a María Noel Abba y Trilce Medina, “Floggers: la identidad virtual en la neotribu montevideana”, la presente monografía se plantea revisar aquel trabajo analizando el surgimiento de esta emergente forma de socialización a través de una nueva manera de presentación de la identidad: la virtual, y a partir de ello, la intención es profundizar en las relaciones entre la realidad virtual y la presencial tomando al caso de los floggers para tal fin.

En las páginas a continuación se intentará desentrañar algunas claves detrás de las identidades virtuales y cómo se hacen presentes en el mundo presencial. El interés principal son las identidades virtuales que se construyeron en interacción en un sitio web denominado Fotolog que actúa como un vehículo conductor. La elección de este sitio no fue casual: durante los últimos años se presentaron algunos fenómenos relacionados con adolescentes que crearon su identidad virtual en este sitio y que llamaron la atención como un hecho novedoso, o intrigante que parece tener más aristas que lo que se puede comentar al pasar.

A diferencia de otras agrupaciones que tienen un origen en la interacción virtual, como redes sociales virtuales, los floggers se agruparon en torno a la construcción de su propia identidad como tales. Y aunque haya sido una “moda pasajera” sí ha dejado sus implicancias en quienes participaron de la misma. Las formas podrán variar, pero los contenidos son los mismos: aquella necesidad de sentirse perteneciente a algún grupo, de sentirse “querido” de alguna manera en la inmensidad de una sociedad de masas.

Nos encontramos en un momento de la historia en el que algunas neotribus comparten un lugar virtual, y esto parece ser condición sine qua non de su existencia. Propongo, entonces, adentrarnos en la relación entre las identidades virtuales y las presenciales para el caso de los floggers y analizar cómo estas formas de socialización generan sus consecuencias.

2. MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Durante siglos las personas han formado grupos y comunidades. Hoy, a la luz de una modernidad tardía que abre nuevos horizontes de socialización y expresión, la cultura se resignifica manifestándose en nuevas maneras de percibirnos a nosotros mismos y como grupo, como un sentimiento de pertenencia de un *nosotros*. De esa manera surgen nuevas herramientas que permiten mostrar un *sí mismo* en diferentes formas de presentación además de las tradicionales.

2.1. La modernidad tardía

La literatura ha denominado la transición a la época actual de varias maneras: para Maffesoli (2004) es el pasaje de la modernidad a la posmodernidad, Castells (2000) habla de advenimiento de una sociedad de la información y el conocimiento posterior a una era industrial, y hasta se la ha llamado pasaje a la modernidad tardía o reciente por Giddens (1995), pero dejemos esto un poco más claro.

La época actual marca algunas diferencias en comparación con la pasada: la modernidad. Hablamos de diferencias que se imprimen en el comportamiento de las sociedades. El *desanclaje* (o desenclave) acuñado por Giddens (1995), es sin duda uno de los conceptos centrales para comprender los cambios. Se trata de una continua reorganización en la relación del tiempo y el espacio, como una de las características más importantes de la modernidad, en donde las relaciones sociales se ven liberadas de la temporalidad. Pero lo relevante aquí es el impacto que tiene este concepto en nuestra época actual, que el autor llama de “modernidad tardía”. La aceleración de las transformaciones se automatiza y penetran en los individuos dejando huellas en las formas de socializar y comunicarse. Internet es una de las herramientas que más ha contribuido en esta aceleración, sobre todo en la universalización de las transformaciones generadas por la modernidad, como uno de los medios de comunicación más masivos, generando miles de espacios y tiempos *desanclados*.

Giddens explica el desanclaje como “...la “extracción” de las relaciones sociales de sus circunstancias locales y su rearticulación en regiones espaciotemporales indefinidas.”¹. Las comunidades virtuales son un claro ejemplo que experimenta la modernidad tardía en materia de relacionamiento en donde no se comparte el espacio y tiempo entre sus miembros.

¹Giddens. A. (1995) Pág. 30.

En esta modernidad tardía en la que el individuo necesita obtener más seguridad frente a un mundo cada más complejo, dinámico y cambiante, *el otro* asume un papel muy importante en la direccionalidad de las acciones, Riesman (1964) habla de individuos *dirigidos por los otros*. Uno de los caracteres fundamentales de una sociedad de individuos dirigidos por otros es la tendencia de los mismos a ser sensibles a las expectativas y preferencias de *los otros*, en donde el consumo en la vida cotidiana se vuelve protagónico. Hablamos de la sociedad actual, y agrego el énfasis en el consumo de los medios de comunicación, lo que despierta interés teórico.

El individuo dirigido por los otros prefiere ser amado más que estimado, dado que necesita asegurarse de estar emocionalmente entonado con los otros, “Este modo de mantenerse en contacto con los otros permite una gran conformidad en la conducta (...) a través de una excepcional sensibilidad a las acciones y deseos de los otros.”² Así la importancia que cobra el grupo de pares es fundamental; sus opiniones y juicios se toman de relevancia extrema.

Esta inseguridad frente al mundo complejo de la modernidad tardía que plantean tanto Giddens (1995) como Riesman (1964) parece, al menos, ayudarnos a entender parte del por qué del éxito de los medios de comunicación masivos, cuyos efectos resultan homogeneizantes para la mayoría de las personas, quienes acaban por aferrarse, muchas veces, a la creación de grupos identitarios más pequeños que la masa en general.

2.2. La tragedia de la cultura

El fenómeno que se pretende abordar en este trabajo está íntimamente ligado con las formas en las que la cultura adopta sus expresiones. Qué moda seguir o qué apariencia adoptar son de las cuestiones culturales más visibles que toman las sociedades enmarcadas en las determinadas épocas. Pero además, analizar un fenómeno desde una visión de la cultura ayuda a entender por qué seguimos determinados patrones de conducta para relacionarnos entre nosotros.

La cultura está caracterizada por un dualismo, un proceso continuo entre el sujeto y el objeto, en el que el sujeto se exterioriza como objeto y los objetos se interiorizan en los sujetos. Además de ser un producto, la cultura es un proceso y por tanto se expresa

² Riesman, D. (1964) Pág. 32.

en formas. Y el sujeto o espíritu subjetivado se expresa objetivando contenidos en formas. El producto de esta objetivación pasa a formar parte del espíritu ya objetivado y se desprende del individuo. De esta manera se pone a merced de otro individuo que puede tomarlo, para subjetivarlo o resignificarlo (Simmel, G. 1988).

La *tragedia de la cultura* aparece en escena cuando la forma de expresión de los sujetos congela las posibilidades de la expresión de la espiritualidad, dice Simmel: "...se trata de la lógica inmanente de las conformaciones culturales de las cosas; el hombre se convierte ahora en mero portador de la coerción con la que esta lógica domina los desarrollos y los continúa como en la tangente de la vía por la que regresarían de nuevo al desarrollo cultural del hombre viviente. Esta es la auténtica *tragedia de la cultura*."³ La cultura objetivada adquiere su desarrollo a partir de un fenómeno ajeno al alma subjetivada. Es así como la cultura se vuelve una no-expresión de la sociedad finalmente, y apenas un pequeño grupo es el que monopoliza la expresión de la cultura por enriquecerse. La tragedia que describe Simmel sucede en muchos aspectos culturales de la vida, pero a los efectos de este trabajo es pertinente señalar que esto aparece en las expresiones y fenómenos grupales que surgen y luego mueren por incapacidad de reproducir otra significación funcional al paso del tiempo.

Un enfoque abordado desde la (re)significación de las costumbres y expresiones arroja un panorama visible sobre la fluidez de los contenidos de la cultura. Las sociedades de cada momento de la historia son capaces de adaptarse y readaptarse a las pautas culturales, así como también generar nuevas.

2.3. Identidad y la interacción

Es relevante para el trabajo abordar la noción de identidad en la adolescencia, como una construcción de un *sí mismo* particular. La adolescencia es un momento de quiebre en donde se deja de ser un niño y se pasa a otra etapa, donde los vínculos secundarios adquieren una nueva importancia y donde hay una búsqueda diferente de identidad. Una de las particularidades más importantes es que toda conformación adolescente tendrá un factor de secretismo respecto a sus mayores, más específicamente con sus padres o personas adultas con las que vive.

³Simmel, G. (1988) Pág. 227.

Se ha hablado mucho de la identidad, pero ¿qué es realmente la identidad? Es un concepto que se puede revisar desde distintos abordajes. G. Mead (1968) establecía que el *si mismo* es un proceso de construcción, dinámico, en relación al concepto de identidad, comprendida como un desarrollo, únicamente posible en función de la experiencia social. El padre del interaccionismo simbólico explicaba que la construcción del individuo (concebido como meramente biológico) en persona es un fenómeno cognitivo: mediante el cual el individuo tiene la capacidad de salirse de *si mismo*, de considerarse como objeto para sí. El hecho de que sea un fenómeno cognitivo implica que el individuo puede conocerse, construir o participar del conocimiento en la construcción del *si mismo*.

El *si mismo* es parte del individuo como ser social, y éste es un componente más en la escena. Ésta, según desarrolla en su teoría Goffman (2009), es la mismísima vida cotidiana concebida como dramaturgia, en donde los actores somos nosotros frente a un auditorio social. El *si mismo* constituye esa imagen estimable que el individuo crea y de la que espera una “devolución” en el mismo sentido, es decir, una cierta imagen reflejo. Y esa es la idea de identidad, lo que cada uno piensa de sí y la imagen reflejo que recibe por parte de los otros, en interacción.

Pero no alcanza con ser lo que pretendemos ser, sino que tenemos que aparentarlo y sostenerlo bien, dejándolo claro y enfatizado. Y en las actuaciones y escenarios del día a día el hombre debe encarar varias representaciones y actuaciones dependiendo de la situación a la que se enfrente. Todos esos personajes forman el *si mismo*, incluidos los que se montan en los escenarios de la virtualidad. La persona y el *si mismo* es uno, los personajes o máscaras, muchos. Goffman afirma que “En cierto sentido, y en la medida en que esta máscara representa el concepto que nos hemos formado de nosotros mismos –el rol de acuerdo con el cual nos esforzamos por vivir, esta máscara es un nuestro ‘*si mismo*’ más verdadero, el yo que quisiéramos ser.”⁴

Pero además, una de las consignas más importantes en la teoría de Goffman (2009) es la condición de la *copresencia*, el compartir un espacio físico concreto. Podríamos plantear que ese espacio no necesariamente tiene que ser físico sino que también puede ser virtual, y aunque la interacción no se dé de la misma manera, ambas podrían ser tan válidas como reales. Expresó W. I. Thomas (1928) en forma de teorema: “Si las personas definen las situaciones como reales, éstas son reales en sus

⁴Goffman, I. (2009) Pág. 33-34.

consecuencias”; lo que nos permite ver cómo ambas realidades lo son tal, puesto que el énfasis de la interacción estaría puesto sobre ellas por parte de los sujetos. Entonces, la interacción presencial es tan real como la virtual.

Pero volvamos al asunto anterior, ¿cómo se construye la identidad? El hombre llega a ser lo que es por medio de la interacción y en relación con el ambiente humano, y no simplemente en el medio natural. Nos terminamos de construir como seres biológicos con la ayuda de tutores, dentro de una cultura cierta, que utiliza cierto lenguaje y tiene ciertas normas. Afirman Berger y Luckmann (2001) que los instintos con los que nacemos no son suficientes para formarnos como personas, faltan los elementos sociológicos y psicológicos que nos brinda la vida en sociedad. El orden social produce y construye al individuo. De esta manera, la identidad surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad.

La vida cotidiana, al decir de los autores la realidad por excelencia, se nos impone como externa desde que nacemos, independientemente de nuestra voluntad. Esta realidad se presenta como dada, externa y no es cuestionada, hasta nuevo aviso. Y es aprehendida como ordenada, objetiva y objetivada, proceso este último que se da a través del lenguaje que cumple un papel fundamental en la socialización. Este proceso de *habitación*, a través del cual nos acostumbramos a cierta realidad, se da con frecuencia en el uso de las comunicaciones virtuales, que resulta una actividad institucionalizada para muchos, en su mayoría jóvenes. Y la creación de una identidad virtual es el resultado del uso de esos materiales que estuvieron allí desde siempre, y en muchos casos podría ser una herramienta que ayude a definir la personalidad. O por lo menos así parece ser en la etapa de la adolescencia.

Lo anterior es confirmado por Sherry Turkle (2005) quien afirma que el entorno virtual es parte de una realidad cognitiva e incluso psicológica de los adolescentes de hoy día, “This kind of play with computation and models of the self is very much a part of what the adult world is doing with computers. It is not confined to the experts. (...) It is also part of children’s computer experience. (...) It is implicit in the anthropomorphization of the machine by the third, fourth and fifth graders who are more deeply committed to mastering it. And it becomes increasingly explicit as adolescence unfolds.”⁵

⁵ Turkle, S. (2005) Pág. 149.

Es posible afirmar entonces, que la identidad es lo que yo soy, mi autopercepción, lo que quiero creer que soy, y lo que los demás piensan y me atribuyen, y todo en una relación dialógica y de interacción en construcción. Pero, de acuerdo con el abordaje teórico que nos cuenta Geysler Margel (2010) de Jürgen Habermas, se precisa algo más que la autoidentificación para construir la identidad, y esto es, la identidad colectiva, un “nosotros” sentido. Es necesario para este trabajo encontrar los puntos teóricos de conexión entre la identidad como autoidentificación y la identidad grupal o colectiva, cuestión que intentará abordarse en la sección a continuación.

2.4. Neotribu urbana: un *nosotros* sentido como pertenencia

En relación a lo dicho en la sección anterior, Alfred Schutz (1962) señaló, que el mundo de percepciones es un mundo que está *intersubjetivamente construido*, es decir, no lo construye el sujeto como tal, se construye en la interacción. La *intersubjetividad trascendental* produce *transubjetividad*⁶ que los sujetos incorporan, produciendo teorías, valores, actitudes, que luego internalizan y en base a los cuales desarrollan sus vidas. Pero así también como Berger y Luckmann, Schutz (1962) explicaba que la vida cotidiana está estructurada en un espacio y un tiempo, y que esa temporalidad es intrínseca de la vida cotidiana. El *tiempo oficial* no es el mismo que el *tiempo interno* de cada individuo, toda su experiencia está ordenada continuamente por un tiempo, está envuelta en él. Pero se puede afirmar que tenemos una vivencia compartida cuando los *tiempos oficial e interno* (o *durée*) coinciden, es decir que “El yo, *nosotros*, compartimos mientras dura el proceso un presente vívido común, *nuestro* presente vívido, que le permite y me permite decir: <*Nosotros* experimentamos este suceso juntos>”.⁷

Nuevamente se señalan las diferencias entre las formas de socialización, la presencial y la virtual. Según Schutz, el encuentro físico nos permite vivenciar lo *nuestro*, pero se abre una interrogante al plantear que, tal vez, esto también lo permita el encuentro virtual.

Por otro lado, es importante destacar el análisis de la dinámica de interacción en el momento de determinar la configuración de los *grupos de pertenencia* y de *referencia* de los individuos. Merton (1964) afirma que el individuo va a definirse y redefinirse

⁶ La transubjetividad es la forma en la que se construye realidad, a partir de que las múltiples realidades de los sujetos son significadas y reinterpretadas por otros, tomando en cuenta lo construido intersubjetivamente, es decir lo construido entre todos.

⁷ Schutz, A. (1962) Pág. 207.

como *miembro* o *no-miembro* de un grupo dependiendo del contexto y relativamente a la situación en que se encuentre. Dos criterios son fundamentales a la hora de definir la pertenencia a un grupo; uno es que las personas que actúan entre sí se autodefinan como miembros y dos, que a su vez los sujetos en interacción sean definidos por otros como pertenecientes a un mismo grupo, en donde se juega con la idea de la identidad, planteada anteriormente.

A esto se añade, y siguiendo a Veblen (1985), que en los grupos en general se produce una dinámica de *emulación-distinción*. Emular es el estímulo de una comparación valorativa que empuja a imitar, a aspirar a ser como aquellos con los cuales se tiene la costumbre de clasificarse o identificarse. Veblen (1985) explica que estos procesos de *distinción* y *emulación* “[resultan de] que el instinto del trabajo eficaz se exterioriza en una demostración de fuerza que tiene sentido emulativo”⁸. No en vano la producción estética, la preocupación por la apariencia, la ropa escogida, la cantidad de horas invertidas en el ‘trabajo sucio’ (Goffman, 2009), hace que el *yo* quede presentado de una manera buscada. Con esto la producción es perfeccionista, el compromiso grande, y la competencia detallista. No toda persona se transforma en un modelo a seguir ya que para ello hay que cumplir muchos requisitos.

Retomando el concepto de la identidad compartida cabe añadir que los sujetos necesitan contraponerse al *individualismo en masas* de las grandes urbes, uniéndose a grupos en donde el individuo se siente parte de algo fuera de él mismo, y se encuentra a *sí mismo* dentro de una identidad compartida. En este sentido es central destacar a Michel Maffesoli (2004) en su trabajo *El tiempo de las tribus* en donde aborda el fenómeno del resurgimiento de prácticas que se asemejan al comportamiento *tribal*, en tiempos de posmodernidad.

La función de las nuevas tribus consiste en *reencantar*⁹ aquel mundo moderno *desencantado* y racionalista. En la actualidad coexisten tendencias encontradas: las tendencias modernas, apuntadas a la individuación y a la idea de que el mundo funciona como masa, y las posmodernas dirigidas sobre el eje de lo comunitario y la sociabilidad. Las neotribus funcionan sobre el segundo eje, en el que se trata de romper como la homogeneización. Para el autor, la modernidad construida sobre la base de la racionalidad y la persecución de fines materiales tuvo como resultado el

⁸Veblen, T. (1899-1985) Pág. 26.

⁹ El término “reencantamiento del mundo” es utilizado por Maffesoli (2004) para referirse a una tendencia de la posmodernidad, que a diferencia de la modernidad, pretende romper con la racionalización instrumental a nivel cultural que ha dominado (y podría decirse que en cierta medida aún también domina) las relaciones humanas.

surgimiento de tendencias contrarias que revalorizan el potencial comunitario que caracterizan a la posmodernidad.

Una de las principales características de estas neotribus es que no se orientan al logro de fines más allá de estar juntos y reconocerse en un grupo en el cual los sujetos se sienten unidos e importantes. Y esto se lleva a cabo por medio de la apariencia, del sentido de la estética como medio que posibilita por un lado, el reconocimiento propio y mutuo, y por el otro, la apropiación de espacios.

Estas nuevas tribus tienen algunas características comunes más allá de la identidad que representan y construyen. Algunas de éstas son la imagen, los símbolos y el espacio compartido, lo vivido como *nosotros*, y éstas se cimientan en la función de lo emotivo o afectual y la *proxemia*. Este último concepto refuerza la idea de estar juntos físicamente, representa una simbolización de lo corporal y la convergencia entre el espacio y el tiempo.

Es este *nosotros* sentido en un grupo de pertenencia, que a su vez puede ser también de referencia, el abordaje que interesa rescatar cuando se piensa en grupalidades del tipo de las que Maffesoli (2004) caracteriza como neotribus.

2.5. La virtualidad y el ciberespacio

Así como la revolución de la imprenta y de la urbanización, hoy estamos en presencia de una revolución de tales magnitudes. Pierre Lévy (2011) afirma que estamos apenas en el comienzo de esta nueva era y que es casi imposible imaginar lo que sucederá de cara hacia las próximas generaciones. Pero en las sociedades contemporáneas la revolución de los medios digitales se basa en tres puntos básicos: la *interconectividad*, la *ubicuidad* y la *autonomización* de las manipulaciones de los símbolos. Todas estas características de la vida humana se asocian con las tecnologías de la información.

En cierto sentido, relacionado con lo que hablaba Giddens, la virtualización es esa capacidad de separar el aquí y el ahora, de desterritorializar, de reinventar una cultura. Estas formas de ser y de pensar reestructuran la realidad social con mucha fuerza y hasta con violencia (Lévy, 1999:22). Sin lugar a dudas, la virtualización cuestiona la clásica visión y concepción de la identidad, desde que nos permite estar en uno y todos lados y en uno y todos los tiempos: la brecha de dimensiones que se abre genera una reflexión sobre nosotros mismos totalmente diferente a las de otras épocas.

La virtualidad parecería ser un eje claro detrás de los conceptos anteriormente manejados, pero se vuelve necesario poder incorporar conceptos que remiten esencialmente al tema. Lévy (1999) se refiere a la virtualidad como un fenómeno que comienza con el lenguaje y el simbolismo relacionado a la potencialidad, y más que nada a la realidad. La virtualización “Se presenta como el movimiento de ‘convertirse en otro’ -o heterogénesis de lo humano-. (...) Lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo la superficie de la presencia física inmediata.”¹⁰ Es en potencia, la capacidad de verse como otro que tiene la humanidad, de colocarse en una tercera persona y generar una autorreflexión.

André Lemos (2007), en su adaptación de tesis de doctorado tutelada por Lévy, abre un interesante e intenso debate sobre las visiones de lo que genera esta nueva forma de vida en relación a la virtualización y la cibercultura. De un lado las visiones desencantadas de J. Baudrillard y P. Virilio, que afirman que el rumbo de las tecnologías digitales de la comunicación no generan otra cosa la repetición desinteresada de los actores, quienes no son capaces de reflexionar(se) y terminan siendo apenas repetidores de informaciones abundantes y de alguna manera, caóticas. Baudrillard advierte que a más información, menos comunicación, y Virilio agrega que el receptor pasivo apenas obtiene una reflexión parcial de los acontecimientos. La visión deshumanizadora se corona con la radicalización de la sociedad del espectáculo y de lo obscuro, en donde ya no hay nada más para mostrar, ni para ver, y desaparece la ilusión, dado que todo ya se ha tornado transparente y visible. Contra esta visión se enfrentan las perspectivas de McLuhan, Maffesoli, Pierre Lévy y del mismo Lemos, quienes hacen hincapié en que las tecnologías de la cibercultura son interactivas y retribalizantes, y generan otros modelos de comunicación, como el todos-todos, que pone en cuestión la vigencia de otros modelos clásicos (uno-todos). No se trata de un desierto social, como propone Baudrillard, sino más bien de una búsqueda de las raíces del ser humano mismo.

Por su parte, Balaguer (2005-2006) dedica expresa atención sobre el apartado de la virtualidad, sobre todo en lo que refiere al cuerpo. En su artículo *Dos caras de una moneda: fluidez y materialidad en los cuerpos posmodernos* el autor explica el apasionante dilema de la “vuelta al cuerpo”, hecho que sucede cuando luego de

¹⁰ Lévy, P. (1999). Pág. 14.

experimentar *la multipresencia y liquidez del cuerpo*, al decir de Bauman, las personas “retornan” a su realidad de los límites de lo corpóreo. La virtualidad genera una ilusión que no puede ser cumplida por la realidad presencial, “El sujeto se funde con el objeto, desaparece, se disuelve como en la Matrix. Esa doble o múltiple presencia, según el caso, presenta algunas complicaciones cuando el cuerpo material reclama estar solamente aquí.”¹¹

En este sentido, la virtualidad nos permite presentarnos de la manera que más queramos, incluso aunque no se parezca a lo físico. Pero es entonces cuando el cuerpo físico único reclama su aquí y ahora más vívidos y quiebra la fantasía de la multipresencia. El proceso mencionado es sin dudas uno de los desencuentros más fuertes entre cuerpo y mente de la actualidad, y es aún más interesante analizar los procesos a través de los cuales los seres intentamos aliviar esa dualidad del ser y del *sí mismo* entre la fluidez y la materialidad.

A propósito de esto, Turkle en su charla TED 2012 ¹² explica cómo en la virtualidad uno puede presentarse de la manera que quiera, y se puede controlar y pensar los momentos en los que se tiene una conversación virtual. No hay riesgo a equivocarse porque hay una mediación en la comunicación: pensamos y luego escribimos. Parecería que hay más control sobre el mundo virtual y es así que se presenta una tendencia a alejarse del mundo presencial. Es más fácil elegir a qué prestarle atención en el ciberespacio. Elegimos la manera en la que queremos presentarnos, y eso se hace mediante la edición, de forma tal que, por ejemplo, se puede elegir borrar elementos de la presencialidad que no podríamos de otra forma.

Pero no se trata solamente de cómo nos vemos, sino también de cómo nos expresamos, qué decimos, más en relación al hipertexto. Balaguer (2009) en su artículo *Editorial Facebook y las ()timidades* aborda las identidades en Internet y el rol de la intimidad que en ellas ocupa. Si bien plantea tres maneras en las que este *nuevo espacio psicosocial* puede ser un alterante de la intimidad, se tomará el planteo que ha parecido más profundo, en el sentido de que desentraña un nuevo paradigma en la manera de concebir la aparente dualidad entre la esfera pública y la privada: “Los jóvenes han sido fundamentales para que esto sucediera; han sido los caballos troyanos en esta dirección del cambio de subjetividad. Instaurada la conexión, viviendo en red y vuelto todo exterior, vemos que casi ha desaparecido lo interior. (...)”

¹¹ Balaguer, R. (2005-2006) Pág. 2.

¹² TED Talk de Sherry Turkle, disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=t7Xr3AsBEK4>

Identidad virtual e identidad real se han acercado y ya casi no se distinguen una de otra.”¹³ Parecería que en torno a la identidad, la virtualidad está jugando un papel fundamental en la expresión y el compartir la información, y qué información.

Dentro del ciberespacio, y a partir de los contenidos que cada uno y otros comparten, justamente la existencia de *los otros* es un factor de mera importancia para el *sí mismo*. Balaguer (2009) habla de la importancia de *los otros*, de su presencia, más que nada en relación a la virtualidad, y cómo la red social se vuelve un *sostén del self*. Este concepto se refuerza mutuamente con la propuesta de Riesman (1964) al determinar la importancia de *el otro* para el *sí mismo* en la sociedad actual, para los “dirigidos por los otros”.

La virtualidad y el ciberespacio cambian la forma de comunicarnos, como causa y consecuencia, y esto modifica la forma en la que nos relacionamos y reflexionamos sobre nosotros mismos. La información se alimenta y retroalimenta de las opiniones, debates, reflexiones, autorreflexiones y comentarios que hacen y rehacen la forma de pensar y de comunicarnos. Internet resulta así un medio más interventor en la autonomía de los individuos que la usan/producen, a diferencia de otros medios de comunicación clásicos. No sólo se puede publicar libremente sino también tener acceso a todas las informaciones publicadas, a una gran suma de fuentes de información, de cualquier país y personas (Levy, 2011). Y esto da lugar a transformaciones,

*“No se trata ya de una difusión o de un transporte de mensajes, sino de una interacción en el seno de una situación que cada cual contribuye a modificar o estabilizar, de una negociación sobre significados, de un proceso de reconocimiento mutuo de los individuos y de los grupos vía la actividad comunicativa. La clave es la objetivación parcial del mundo virtual de significados sometido al reparto y a la reinterpretación de los participantes en los dispositivos de comunicación todos-todos.”*¹⁴

Internet se ha convertido en una red que hoy tiene millones de usuarios como de usos, donde la información está en todos y en ningún lado. Hoy, en medio de la era del *informacionalismo* (o *postindustrialismo*) de Castells (2000), un modo de desarrollo guiado por el capitalismo de finales del s. XX, Internet es una herramienta masiva que atraviesa la aldea global y es parte de la globalización. ¿Y cómo es que esta era afecta al sujeto, una vez que el sujeto ya ha afectado a la creación de ésta

¹³ Balaguer, R. (2009).

¹⁴ Lévy, P. (1999) Pág. 102.

como individuo o colectivo histórico? Castells afirma que “En un mundo de flujos globales de riqueza, poder e imágenes, la búsqueda de la identidad, colectiva o individual, atribuida o construida, se convierte en la fuente fundamental de significado social.”¹⁵ En una época en donde lo que subyace y a lo que se tiende es a la individuación, donde el sistema es pujante en este sentido, las personas se sienten solas. La necesidad de encontrarnos es la que nos lleva a formar vínculos, relaciones. Pero al igual que muchas otras cosas en la *sociedad de la información*, estos vínculos son efímeros, débiles, poco comprometidos.

2.6. Antecedentes de investigación

H. Miller (1995), en su investigación llevada a cabo en la Universidad de Nottingham Trent llamada *The presentation of the self in Electronic Life: Goffman on the internet*, toma una postura en relación a las comunicaciones electrónicas comparadas con las tradicionales y vistas desde la óptica de la presentación del *sí mismo* de Goffman. Afirma que las comunicaciones electrónicas parecen más limitadas y no tan ricas, pero a su vez generan nuevos problemas y oportunidades en lo que refiere a la presentación del *sí mismo*. En este escenario plantea que durante los encuentros cara a cara se comunica mucha información sobre nuestro *sí mismo* de manera paralela (información que gotea o “leaks through”), y tal vez no tan central, al asunto de interés que se está comunicando.

En relación a lo anterior Miller (1995) sostiene que las comunicaciones electrónicas son parte de un sistema interactivo, aunque uno muy restringido. Relata un ejemplo en relación a la vergüenza, aquella fuerza controladora y reguladora en la interacción cara a cara. En una interacción virtual, puede que una persona encuentre la página web de alguien ridícula, pero es muy poco probable que su dueño se entere, pues no lo va a notar en la otra persona, es decir, no va a recibir esa información que “gotea” en una expresión facial o el timbre de la voz en la interacción cara a cara. Quizás, quien piensa que es ridícula se lo haga saber, porque no hay mucho que lo detenga.

Pero entonces ¿cómo podremos saber más de esa persona y cómo esa persona nos puede hacer llegar más de su *sí mismo*? Miller (1995) afirma “...show me what your links are, and I’ll tell you what kind of person you are.”¹⁶ Se abre así un nuevo

¹⁵Castells, M. (2000) Pág. 28.

¹⁶ Miller, H. (1995) Pág. 4.



abánico de posibilidades de expresarnos que no son las convencionales, sino a través del hipertexto y las imágenes. La comunicación a través de las imágenes no parece ser muy difícil del comprender, pero Miller afirma que a través del hipertexto la información que “gotea” es paralingüística (estilo, estructura y vocabulario) más que no verbal, o paracomunicacional (cómo es manejado el espacio virtual en relación a formas más acostumbradas de hacerlo).

Finalmente, Miller (1995) concluye que, más allá de la fantasía del ciberespacio, presentar un *sí mismo* en medios virtuales no parece ser cualitativamente diferente a hacerlo por medios tradicionales, y, lo más importante, esa presentación puede ser conectada muy fácilmente con la presentación no electrónica de ese *sí mismo*. El resultado es que las comunicaciones electrónicas, al decir del autor, son un interesante medio a través del cual podemos mostrar y hacer afirmaciones sobre nosotros mismos.

En el artículo escrito por la periodista Kara Platoni llamado *Seeing is believing* de la revista Stanford de la Universidad de Stanford (2008) se plantea cómo se dan las relaciones entre una identidad virtual y una presencial según los estudios del Prof. en Comunicación J. Bailenson, que además es director del Laboratorio de Interacción Humana Virtual. Si bien el ejemplo específico que aplica es sobre un juego llamado Second Life, algunas de las características del proceso parecen ser asimilables a otros casos. Según Platoni, Bailenson habla sobre las libertades que nos permite Internet, y al mismo tiempo cómo esto puede generar incertidumbre, “It is delightful and horrifying at the same time – a small demonstration of how vulnerable we all are to digital illusion.”¹⁷.

Bailenson está preocupado por generar cuestiones acerca de cómo un *sí mismo* virtual puede afectar nuestras vidas como seres humanos, y si esto provocará cambios en la identidad a nivel humano en general. Aunque resulta sumamente interesante, se hace imposible abordar toda esa problemática, pero su propuesta sí puede enriquecer la manera en la que llega a esas cuestiones. Dice “The rules are different online, affecting everything from how we treat one another to how we comprehend ourselves, and blurring where our real identity overlaps with the virtual one.”¹⁸ Y es esta cuestión la que se intenta abordar a lo largo de este trabajo: no se trata de dos mundos separados.

¹⁷ Platoni, K. (2008) Pág. 50.

¹⁸ Ibidem. Pág. 50.

Los estudios de Bailenson indican que la experiencia que se adquiere virtualmente puede al menos a corto plazo, cambiar la manera en la que las personas se relacionan en el espacio físico. Explica que ver en forma de tercera persona a nuestro propio *sí mismo* alterado, modifica nuestro comportamiento en la vida física.

Por otra parte, y acercándonos algo más geográficamente, M. J. Morales, en su investigación *Internet: ¿un espacio de socialización?* (2009) realiza un trabajo analítico sobre las interacciones de los jóvenes en Internet a través de diferentes vías de comunicaciones online. Su estudio se concentra en el empoderamiento por parte de las juventudes de Internet como medio de comunicación y mucho más que eso: como medio de socialización secundaria preferido especialmente por los jóvenes en donde se establecen grupos de pares. Una importante conclusión a los efectos del presente trabajo, establece que el “mundo de la vida” de estos adolescentes está conformado por lo que sucede a nivel virtual como así también real (aunque yo preferiría llamarlo mundo presencial), es decir, que se encuentran imbricados y no parece haber una diferenciación intencional o clara en sus discursos, más bien es todo junto y en interacción lo que conforman ese “mundo de la vida”.

Morales (2009) establece también que los jóvenes estudiados se apoderan de los medios virtuales de comunicación y socialización para establecer una identidad y generar integración. Y uno de los grandes motivos de esto se explica por ser un ámbito en el que casi no aparece la presencia del mundo de los adultos. Esto significa que en el ámbito virtual las relaciones entre jóvenes se dan de manera “privilegiada”.

Con lo anteriormente expuesto es pertinente pensar de qué manera la cibercultura atraviesa la pantalla, utilizando la información anterior de manera de disparador.

En suma, estamos atravesando una era en la que son evidentes los cambios en la socialización y las maneras en las que nos comunicamos. Pero además de eso, también se han transformado, y seguirán, las formas identitarias en las que nos percibimos como *sí mismos* y como nosotros. La significación y resignificación de la aceleración de los cambios, acaban produciendo tendencias macro en la que los individuos precisan rescatar un modelo de vida comunal, que religue, frente a la complejidad de un mundo que cuesta comprender. Una de estas ventanas que se han abierto es el acceso a lo virtual y cómo esto repercute en nuestras identidades.

3. METODOLOGÍA

3.1. Tema-problema de investigación y objetivos

Antes de hacer explícitos los objetivos es necesario y paso previo, realizar o contribuir con las definiciones de algunos conceptos que son clave en el tema de investigación, que enmarquen la presentación del caso.

Este trabajo se basa en el estudio de caso de los floggers, y es conveniente presentar las definiciones en tal orden. Los floggers, concebidos como neotribu urbana¹⁹, eran unos usuarios determinados por características luego explicadas, del sitio web www.fotolog.com. Como su nombre lo indica, es un blog²⁰ de fotos. Este espacio es una especie de bitácora de fotografías en la que los usuarios suben imágenes que pueden acompañar de un texto. Otros usuarios pueden ver la misma y además comentarla. Constituye una red social, una comunidad virtual, que como esto indica, es un espacio virtual en el cual los usuarios, que tengan un fotolog, pueden interactuar, sin la necesidad de conocerse en persona, sintiéndose parte de ello.

3.1.a. Pregunta problema

¿En qué medida los floggers montevideanos son una expresión cultural de identidad en la modernidad tardía en forma de neotribu urbana asociada a un sitio virtual?

3.1.b. Hipótesis

Los floggers en Montevideo aparecen en forma de neotribu expresando una identidad sentida de forma colectiva, creándose y recreándose tanto en la virtualidad como en la presencialidad. Y es en el marco de la modernidad tardía que estas manifestaciones culturales toman un sentido.

3.1.c. Objetivos

Objetivo general: La intención de este trabajo es analizar el fenómeno de los floggers como neotribu en Montevideo enmarcado en la modernidad tardía,

¹⁹ Es concebido por nosotras en el trabajo "Floggers: la identidad virtual en la neotribu montevideana", pero además los medios de comunicación durante 2007 y 2008 les atribuyeron esa característica.

²⁰ Blog es, según la Wikipedia: "un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente."

identificando principalmente cómo se relacionan en los espacios en los que socializan: la presencialidad y la virtualidad.

Objetivo específico: Indagar cómo se perciben los floggers montevideanos entre ellos y cómo son percibidos por el resto de la sociedad.

3.2. Estrategia y abordaje metodológico

Al estudiar los floggers como grupo de manera particular, se busca una representatividad cualitativa, la que deviene de lo que se llama comúnmente *estudio de caso*, que formará parte de la estrategia metodológica. Para lo antedicho, y dada la naturaleza del objeto de estudio, será necesario establecer un abordaje cualitativo, que permita acceder a la experiencia vivida y su significado para los actores. Se pretende describir y analizar los significados que los actores les atribuyen a la práctica usual en relación al grupo, y de su relación con la sociedad. Se busca además describir el fenómeno de los floggers como una experiencia contextualizada.

Dicho lo anterior, la elección de un diseño metodológico emergente, caracterizado por su flexibilidad, responde justamente a la naturaleza del objeto de estudio. El trabajo de campo se desarrolló sin problemas que no pudieran solucionarse, y finalmente se alcanzó conformidad con el relevamiento de datos obtenidos. Es pertinente aclarar, además, que dada la flexibilidad con la que se planteó el esquema metodológico, esto permitió adaptarnos a nuevas direcciones. Al tratarse de un enfoque cualitativo, es posible la realización del análisis entre los datos que se van recogiendo, durante el mismo momento del campo, y esto resultó conveniente a los fines de este trabajo.

Partiendo de la base de que el conocimiento es de carácter intersubjetivo, la elección del abordaje y estrategia se fundamenta en lo que afirma Schutz (1974): “Es un mundo de cultura porque, desde el principio, el mundo de la vida cotidiana es un universo de significación para nosotros, vale decir, una textura de sentido que debemos interpretar para orientarnos y conducirnos en él.”²¹ Será crucial descubrir el ‘acento’ de realidad adjudicado por los actores, entender y explicar por qué se origina el fenómeno, cómo interactúan entre ellos y por qué ha desaparecido.

²¹ Schutz, A. (1974) Pág. 41.

3.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis es colectiva y se trata del grupo de jóvenes que pertenecen a la neotribu urbana “floggers”²² en Montevideo, Uruguay, para el primer semestre del año 2009.

3.4. Técnicas de recolección de datos

Para poder cumplir con la estrategia metodológica se escogieron cuatro técnicas de recolección de datos que se detallan a continuación.

3.4.a. Observación etnográfica

Es una técnica fundamental para seguir las pautas de una estrategia cualitativa que intenta desentrañar el *cómo ser flogger*. Estas observaciones se realizaron en dos ámbitos a saber, en el virtual y en el presencial.

Se decidió que la primera técnica a utilizar sería la observación virtual de manera de levantar datos que permitieran guiar mejor las otras técnicas. En el primer caso se optó por una observación mediada por la computadora para acceder a la página fotolog.com, más específicamente a los usuarios. Si queríamos entender el sentido de la interacción y desentrañar el significado de las acciones, entonces debíamos observar cómo era el fotolog, qué les ofrecía a los usuarios y cómo este espacio era usado y significado por ellos.

Esta observación se realizó, en especie de seguimiento²³ durante abril y junio de 2009²⁴ (con excepciones), a aquellos usuarios que tenían más popularidad medida por la cantidad de firmas que recibían de los demás y la cantidad de amigos. La selección fue arbitraria a seis usuarios: /shodamianchus2, /soiichupinazul, /laredii, /mazzeflow2, /federcho, /cumbio (argentina). Pero también con esas mediciones podíamos detectar a los menos populares, a los que también observamos, aunque con menos dedicación y simplemente tomando nota de las diferencias con los primeros. Tratamos de establecer una selección estratégica de casos y, dentro de todo, buscar en

²² A priori se identificó a los floggers como aquellos usuarios del sitio fotolog que además de subir (o postear) imágenes o fotografías diariamente, hacían de esta actividad su punto inicial para conocerse y juntarse cara a cara con los otros.

²³ Observamos esos usuarios en diferentes días, no específicos.

²⁴ Las fechas de observaciones virtuales varían entre el 2009 y el 2010. Al ser este sitio web un blog, nos permitía observar anteriores fotos subidas en otros meses e incluso años. Por esta razón la fecha de estas observaciones no es precisa, sino estimada.

los datos variación y tipicidad dentro de la heterogeneidad, logrando ver los patrones pero también las diferencias entre ellos para poder establecer comparaciones.

De los anteriores se observó: nombre de usuario, foto central, textos escritos debajo de la misma, emoticones, cantidad de firmas y comentarios de los visitantes, cantidad de amigos (Favourite friends), tipo de miembro (gold o común), secuencia de las fotos subidas (de otros meses, o incluso de años anteriores).

Si bien están establecidas estas observaciones en determinado período, lo cierto es que durante el trabajo nunca se dejó de observar los usuarios seleccionados y otros de fotolog, pero eran observaciones de las que no se tomaron nota.

Luego de haber reunido cierta información que diera pie a cómo posicionarse ante la observación presencial, es que se llevó a cabo esta última en paralelo con las virtuales, ya que no había ningún inconveniente en ello y éramos tres personas para lograrlo.

Esta observación presencial, no participante, para los encuentros en el espacio físico de los floggers, se eligió con el fin de relevar conductas verbales y no verbales y comportamientos.

Se creyó conveniente realizar las observaciones presenciales en el Montevideo Shopping, en donde se juntaban los floggers. Esta información la adquirimos a través de los medios de comunicación y básicamente era de conocimiento público que los floggers se juntaban en este shopping los días sábados y domingos. Aún así corroboramos esa información mediante la observación de los fotologs.

Se relevó la apariencia, edades, forma de trato entre ellos y acciones de los floggers que identificamos, que allí se presentaran los días en los que realizamos las observaciones. Esto sucedió entre mayo y junio de 2009 específicamente. Y en total fueron cuatro observaciones, que fue el número alcanzado dado el principio de saturación teórica. Las observaciones tuvieron un promedio de dos horas, en general, pero varió dependiendo del caso. Simplemente concurrimos a la puerta del Shopping Montevideo en donde se identificaron y se observaron.

Una de las limitaciones para las observaciones presenciales fue que a priori pensamos que habría más floggers de los que realmente encontramos. Aún así realizamos las observaciones, tomando en cuenta que en comparación con lo que aparecía en los medios un tiempo atrás (2007, 2008) había una diferencia con lo que encontramos en ese momento, por lo cual éstas observaciones constituían dato de cualquier manera.

La técnica de análisis de datos para estas observaciones etnográficas, de ambos tipos, fue el análisis de la observación hecho de manera manual.

3.4.b. Información secundaria: documentación audiovisual

Fue relevante identificar relatos sobre cómo algunos medios de comunicación construían el “ser flogger”. La documentación audiovisual se consiguió en Internet, más específicamente, en youtube.com. A los fines de este trabajo, este material se seleccionó de acuerdo con su contenido de relevancia, aportando una visión, si se quiere, externa a la concepción del flogger. Si se pretende indagar cómo son percibidos por los otros, entonces los medios de comunicación emiten información relevante. No sólo la televisión aportó información, sino también algunos videos de youtube.com hechos por particulares²⁵.

El proceso de selección de los audiovisuales de youtube.com se realizó durante todo el período de trabajo de campo y excediendo este también²⁶. Nuevamente, la ventaja de que el material esté en youtube.com consiste en el almacenamiento de información de años atrás, con lo que se podía identificar por fecha, incluso anteriores al trabajo. Algunos audiovisuales son del año 2007, otros del 2008 e incluso del 2009, y este trabajo se realizó en paralelo a otras técnicas de recolección de datos visto que era sencillo de hacer y aportaba información de interés para complementar la planificación de las otras técnicas.

Se llegó a algunos audiovisuales por enlaces en los fotologs, y a otros buscando directamente en youtube.com con palabras como “floggers Uruguay”, “floggers famosos Uruguay”, “floggers en la televisión”.

De los dieciocho enlaces logrados como corpus, cinco son sobre los floggers en la televisión uruguaya, dos son críticas a floggers, dos son elogios a floggers populares y nueve son sobre los floggers en Argentina por los medios de comunicación²⁷. La cantidad no hace a la cualidad, pero resultó más sencillo encontrar información

²⁵ Dada la inmensa cantidad de material en Internet, sobre todo el youtube.com, se realizó una selección de lo que aportaba más relevancia de acuerdo con este trabajo.

²⁶ En el Anexo 4 están listados los enlaces de la documentación, que de hecho se revisó que aún siguiera existiendo esa información en la página. Dado que el campo se realizó en el 2009, hubo algunos enlaces que para ese momento se habían tomado como información que hoy ya no existen, por lo que se reemplazaron de otra fuente o fueron sustituidos por otro material similar que terminara aportando similares insumos que el anterior.

²⁷ La decisión de considerar la documentación argentina se resolvió porque el fenómeno también se dio paralelamente (y hasta con anterioridad), según los medios y las fechas de la información, en Buenos Aires. Fenómeno que luego se desarrolló en Montevideo. Resultaba interesante ver cómo se dieron los acontecimientos en Argentina en relación a los floggers, desde que había mucha más información, tal vez por un tema de dimensiones.

argentina, nunca asumiendo que eso también sucedía en Montevideo, pero sí a modo de referencia.

Para analizar los datos de los audiovisuales se aplicó el análisis de los contenidos de los mismos, desentrañando significaciones implícitas que recogiera información de interés.

3.4.c. Entrevista vía chat

Estas entrevistas semi-estructuradas tienen la característica fundamental de ser realizadas virtualmente. Metodológicamente se utilizan una serie de señales de contexto socioemocional para llevar a cabo expresiones paratextuales, como los emoticones, por ejemplo. Además, otra ventaja pensada fue la despersonalización que brinda en Internet este medio de comunicación, el chat, que en este caso resultó conveniente debido a que los entrevistados brindaron información que cara a cara se creyó más difícil comunicar. Esta técnica se adapta al medio en el cual los floggers socializan, y eso no es menor a la hora de pensar en profundizar la recolección de datos.

Fue esencial que estas entrevistas se realizaran luego de haber empezado con las observaciones y de haber recogido información audiovisual, que nos dieran pie sobre cómo proceder a armar un guión abierto de entrevista.

Para realizar las entrevistas vía chat elegimos los floggers por su popularidad en el sitio web fotolog.com. A partir de lo que se pre-analizaba en las observaciones se decidió la selección de los floggers, y la realización de la entrevista dependió de la disponibilidad que ellos tuvieran. Estas entrevistas se realizaron hasta la cantidad de alcanzar un nivel de saturación que pareció satisfacer las necesidades teóricas del trabajo y aportando datos de relevancia para el mismo.

Para contactarlos encontramos las direcciones de correo electrónico en los fotologs mismos, y así los agregamos al chat para iniciar conversación. Las entrevistas sucedieron en la mayoría de los casos en varios momentos (partes), ya que a veces se cortaba porque ellos debían irse, y luego otro día se retomaba. En algunos casos consideramos que debíamos preguntarles más cosas y los volvíamos a contactar. No hubo días específicos para realizarlas ni para recontactarlos, sino que eso estaba ligado a nuestra disponibilidad y también a la de ellos.

Las entrevistas vía chat se realizaron entre junio y agosto de 2009 y se lograron siete: maru, laredii, niquito, damianchus, mazzeflow, picodulce y soiiichupinazul.

Algunas fueron realizadas a los usuarios que ya habíamos observado en fotolog.com, con la intención de conseguir un entendimiento más profundo conectando la información de la entrevista con la observación. Pero también elegimos algunos no tan populares con el propósito de encontrar diferencias, que entendimos se logró.

Para analizar las entrevistas chat se utilizó el análisis de la conversación aplicado a la virtualidad, en el que los sujetos dan sentido a las realidades mediante la conversación, que se presenta como un terreno apto para desarrollar un estudio empírico, relevante y riguroso de las formas en las cuales los sujetos orientan su accionar y representan el mundo en el cual viven.

Fue una ventaja el hecho de que esta técnica permitió generar realmente un buen vínculo para el intercambio de información. Aún siendo las entrevistas intermitentes, se consiguió recoger información que se cree suficiente para lo que se esperaba.

3.4.d. Entrevista basada en un guión

Se realizaron entrevistas personales a cuatro informantes calificados seleccionados. Este tipo de entrevista no se encuentra del todo organizada sino que adquiere forma durante el proceso de comunicación, si bien se hizo un guión para tener en cuenta²⁸.

Se intentó con esta técnica acceder a conocimientos específicos de personas consideradas de interés. Para ello fue positivo contar con la mayor información posible a la hora de las entrevistas, de manera que fue la última técnica en ponerse en ejecución, desde mayo a setiembre de 2009, en diferentes momentos y dependiente de la disponibilidad de los informantes.

A priori se organizaron tres entrevistas a informantes calificados. La selección de se los mismos se realizó accediendo a los que teníamos la posibilidad de hacerlo, previa consulta. Se eligió al Ps. Julio Diperna, porque trabajaba en un centro educativo con adolescentes; al Lic. en Ciencias de la Comunicación, especializado en Sociología de la Comunicación y docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Álvaro Gascue por recomendación y por sus trabajos escritos sobre el tema; al Ps. Clínico y Educacional Roberto Balaguer, postgraduado en Psicoterapia Psicoanalítica de Niños y Adolescentes y de Adultos, por sus reconocidos estudios y trabajos sobre el tema.

²⁸ Ver Anexo 6.

La excepción al caso es la entrevista que se realizó de manera estandarizada por correo electrónico a Verónica Caballero. Ésta surgió justamente a partir de información levantada por las otras técnicas anteriormente mencionadas, de donde se desprendía la presencia de otro actor en el fenómeno de los floggers (además de ellos mismos y de los medios de comunicación): las productoras de staff²⁹. Se eligió a esta informante calificada porque se entendió que podría compartir información de relevancia de acuerdo con lo que iba revelando en el momento. No coincidíamos para realizarle una entrevista personalmente, por lo que se optó por hacerla vía correo electrónico.

Finalmente se obtuvieron cuatro entrevistas a informantes calificados, que se procesaron manualmente a través del análisis de entrevista, con el cometido de buscar insumos científicos que dieran sentido a los datos y los complementaran.

3.5. Dimensiones de análisis

Una vez pre-analizados los datos, a través de las diferentes técnicas anteriormente descritas, se comenzó la etapa de construcción de dimensiones que dieran sentido a esos datos en relación a los objetivos propuestos. Se definieron finalmente tres dimensiones que se detallarán a continuación.

Una primera dimensión es la *presentación del yo*, que se divide en dos subdimensiones, una dedicada a la *presentación del yo virtual* y la otra a la *presentación del yo presencial*. Esta división es de carácter pragmático, desde que resulta más fácil separar para analizar. No se trata de dos mundos desconectados uno del otro, pero sí presentan características diferentes o formas que se presentan en diversos contenidos y que merecen ser tratados de manera diferente.

A continuación se definieron dos dimensiones más que presentaron una fuerte relación: la dimensión de la *identidad atribuida* funcionaría como contraparte de la de *autopercpción*, ya que se complementan en interacción. El sistema es reflexivo, porque el hecho de la existencia de la externalización de algo, hace modificar conceptos. Esta externalización genera también subjetividades. La subjetividad que crea en los demás (que no son del grupo) el grupo mismo, al exteriorizarse, genera cambios y muchas veces no coincide con las subjetividades de quienes pertenecen al grupo. Por eso se vio la necesidad de separar esta dimensión de atribución de

²⁹ En el momento de la ejecución de la entrevista, Verónica Caballero era la única productora oficial de floggers en el Uruguay; antes hubo otras.

identidad, de la autopercepción, para luego en la interpretación explicar cómo funcionan paralelamente.

Dimensión	Subdimensión	Fuente de datos	Categorías	Indicadores	Técnica de análisis
Presentación del yo ³⁰	Virtual	Observaciones virtuales, entrevistas a floggers y a informantes calificados	Apariencia, fachada, códigos, interacción y expresividad	Nombre de usuario, foto central, textos escritos debajo de la misma, emoticones, cantidad de firmas y comentarios de los visitantes, cantidad de amigos (Favourite friends), tipo de miembro (gold o común), secuencia de las fotos subidas.	Análisis de observación, de entrevistas y de contenidos
	Presencial	Observaciones presenciales, entrevistas a floggers	Apariencia, fachada, códigos, interacción y expresividad	Apariencias, vestimenta, acciones	
Autopercepción		Entrevistas a floggers	Grado de participación en la neotribu	Rol autopercebido	Análisis de la conversación
			Grado de utilización del fotolog	Tiempo y dedicación autopercebida	
			Proyección a futuro	Alusiones a esta categoría	
Identidad atribuida	Documentación audiovisual	Entrevistas a floggers y a informantes calificados	Percepciones	Alusiones a estas categorías	Análisis de contenidos
	Entrevistas a floggers		Percepción que tienen los "otros" de ellos		Análisis de la conversación
	Entrevistas a informantes calificados		Percepciones en general		

3.6. Crítica metodológica

La adaptación del campo de un trabajo de taller muy amplio a este trabajo de monografía más específico resultó un desafío. Es importante destacar que se desplegaron varias técnicas de recolección de datos, dentro de las cuales se seleccionaron algunos datos que se orientaran a los objetivos planteados en este

³⁰ Uno de de los autores del marco teórico que dotaron de sentido algunas de las decisiones tomadas de cara a la metodología del trabajo fue Goffman, de quien resultará más útil a nivel metodológico la presentación del yo, donde atribuiremos parte de lo que es la identidad del individuo. La idea es analizar los escenarios o 'fachada' en los que se realizan las interacciones, desde el montaje que realiza el actor hasta su acción misma.

trabajo. Se resolvió no utilizar en su totalidad los datos generados por las diferentes formas de recolección dado que esta cantidad superaba ampliamente el cumplimiento de los objetivos de este trabajo.

Por otro lado, no puede dejar de ser mencionado el hecho de que fue fundamental para la ejecución de la metodología la ventaja de nuestro previo conocimiento y familiarización con en el tema, incluso antes de pensar en un trabajo orientado a las identidades virtuales, dos de nosotras ya contábamos con una cuenta en este sitio web y conocíamos su funcionamiento³¹. Este hecho facilitó la forma de planificar el trabajo de campo a nivel metodológico.

Finalmente, a lo largo de todo el trabajo se llevó a cabo el intento por alcanzar un criterio aceptable de credibilidad, tanto en el uso de los datos, como en el análisis de los mismos y con otros actos como conversaciones con colegas, profesores, entre otras cosas. Aún sabiendo que epistemológicamente nos enfrentamos con una realidad de la que somos parte como sujetos, nuevamente subyace el esfuerzo por lograr un criterio de calidad.

³¹ El hecho de contar con un perfil de antemano nos permitió acceder a fotolog.com sin necesidad de inventar uno, y aunque no es necesario contar con uno para acceder al sitio web, sí nos proveía de la información "tras bambalinas" sobre la personalización de cómo llevar a cabo la presentación.

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El análisis y la interpretación de datos se realizarán de acuerdo al orden establecido por las dimensiones de manera de poder tocar todos los puntos para, posteriormente, conectar conceptos de manera transversal, en donde las mismas conversen. Para tales efectos se utilizó el análisis de las observaciones, de la conversación, de contenidos y de entrevista, como insumos dentro de una *estrategia analítica general*³², que se basa en las orientaciones teóricas y el diseño metodológico. Mediante las formas de análisis antedichas se buscó identificar los aspectos que nutren las dimensiones.

4.1. Presentación del yo

Para nutrir la Presentación del yo como dimensión se utilizaron las observaciones virtuales y presenciales, las entrevistas a informantes calificados y las vía chat a los floggers como fuentes de datos, tratando de identificar los siguientes indicadores: apariencia, fachada, códigos, interacción y expresividad. Estos indicadores intentan, de alguna manera, dar forma a la dimensión.

Primero, se desglosará el análisis de la *identidad presencial* dentro de la presentación del yo, que se da fuera de su identidad como usuario de Internet y que se comparte con su grupo de pertenencia.

Si analizamos la *Apariencia*, entendida como la percepción nuestra de los floggers y la *Fachada*, como la descripción lo más detallada posible sobre el escenario en el que se presentan, vemos que la apariencia es compartida por los miembros de la neotribu, y el lugar físico que se comparte es el Montevideo Shopping por excelencia, además de los clubs de baile. Pero también debemos identificar esa tendencia por no diferenciarse estéticamente por sexo, más bien parecen intentar tener una apariencia asexual³³.

Las observaciones también muestran que no siempre fue fácil reconocer a los floggers en su entorno físico de encuentro, ya que algunos presentaban apenas pocas características visuales de las que les atribuimos a priori a los floggers. Y esto era esperable ya que, como en todo grupo de pertenencia, algunos se presentan como claros pertenecientes y otros no tanto. Aquellos que se encuentran en el límite difuso de la pertenencia-referencia solo cumplen con algunas características. Y esto refuerza la idea de que era una neotribu y no un grupo concreto del que se es parte o no

³² Valles, M. (1999) Pág. 390.

³³ Ver observación N° 2 en Anexo 3.

definitivamente. Algunos floggers cumplen con más características y otros con menos.

También se distinguió fácilmente la edad de los chicos, como adolescentes que como límite llegarían a los 18 años, detalle que incide a la hora de ver quiénes son los que se presentan físicamente en los lugares a encontrarse.

Hablemos de los *Códigos*, entendidos como el intento por descifrar formas de hacer y de comunicarse entre ellos; será la descripción de los códigos que rigen su comportamiento en persona. Por un lado, encontramos que usaban la cámara de fotos de los celulares para tomarse fotos en sus encuentros en el Shopping Montevideo, y que aunque las poses que adoptaban eran de distraídos, esto les exigía una preparación, de su look, de su cabello y ropa. Sacaban fotos hasta que alguna les gustara.

Por otro lado, también notamos que había líderes, por las formas en las que hablaban y se dirigían a los otros, y que éstos parecían tener más edad que los primeros. El fenómeno de la distinción-emulación se da directamente relacionado con la edad y con los que parecen ser los líderes. Generalmente los ‘distinguidos’ son los floggers con más años (más específicamente entre 18 a 20 años y que se acercan al comienzo de estudios terciarios) que ya han adquirido más experiencia y son los que marcan la tendencia a seguir de los más jóvenes que quieren sentirse parte del grupo.

Es interesante analizar el concepto de privacidad que manejaban los chicos, cuando tres parejas en la parte posterior del Montevideo Shopping se besaban de manera casi ensayada, una al lado de la otra³⁴. De acuerdo con las observaciones, surge la referencia al concepto de proxemia, que analiza las comunicaciones expresadas en los espacios que los seres humanos precisamos para interactuar. Se trata de una comunicación de carácter no verbal. Así, vemos que en aquellos momentos en donde dos parejas se besan en el mismo espacio, una al lado de la otra, e intercambian palabras, tiene un significado desde el punto de vista de la apropiación de los espacios en la ciudad y de cómo ellos interpretan que es aceptable hacer eso.

Además se vio en las entrevistas a los floggers cómo los chicos se llamaban por el nickname (nombre de usuario) del fotolog, y no por sus nombres, cuando se referían entre ellos, y a ellos mismos, en los comentarios que se hacían sobre cada post o en

³⁴En lo que podría llamarse un ritual colectivo identitario. Para más detalles ir a Anexo 3.

persona. Los floggers se conocen en el cara a cara por medio de este nickname finalmente.

En cuanto a la *Interacción* y la *Expresividad*, entendidas como la forma en que se diferencian entre ellos, cómo interactúan, y para el análisis en la interacción presencial, tal vez la *Expresividad* fue la más difícil de detectar a la hora de la interpretación, pero se vio en términos de compañerismo entre los pares de la neotribu. Cuando los floggers se juntan, conversan, se enseñan entre ellos los pasos de baile. Se ubican en grupitos pequeños probablemente conocidos entre ellos y luego se unen a otros grupos. En algunas ocasiones hasta se logró ver cómo un grupo de chicas estaba ansiosamente esperando ser admitido en las conversaciones de otro pequeño grupo. Evidentemente algunos floggers eran más conocidos en el fotolog que otros. Los floggers no se juntan por algún motivo político, o instrumental racionalista, simplemente se juntan para verse físicamente.

Es momento ahora de tratar la presentación del yo a través del fotolog, es decir, de la *identidad virtual*. A través de las observaciones a los fotologs se generó capacidad para armar una estructura identitaria básica que pudiera dar cuenta de cómo se representan a ellos mismos y además, cómo se relacionan entre ellos, para lo cual, contamos también con las entrevistas chat.

La *Fachada* virtual es una descripción del escenario virtual en el que se presentan los sujetos, el análisis de las características del sitio web fotolog.com como espacio para esa presentación de cada uno³⁵. Fachada no son solamente las características de la foto como usuario de fotolog.com, sino también cómo presentaban esa página de espacio personal para los demás y qué mensaje intentaron dejar en quien visita su página. La mayoría de estos chicos subían fotos todos los días, y aquellos que eran usuarios Gold, más de una por día, de manera de asegurarse la aparición de su actualización más de una vez por día en los fotologs de amigos. Ellos mismos son los que crean la ambientación en la página, que toma el lugar de reflejo de su identidad, es la fachada. En todos los casos variaban los colores, textos y diseños de acuerdo con el usuario.

Tomemos la *Apariencia* como la manera en la que se presentan visualmente a ellos mismos, sobre todo en las fotos que suben al fotolog. Al subir la foto o imagen al fotolog ésta, la mayoría de las veces, es alterada por ellos mismos tratando de lograr

³⁵ Información ampliada en Anexo 2.

una mejor imagen. Buscan una apariencia que el mundo presencial probablemente no les dé, es decir, se busca un ideal retocando la imagen para expresar cómo quieren que los demás los vean. En muchas de las fotos centrales de los fotologs las poses parecerían ser de distraídos, o casuales. No obstante, fue a través de la observación presencial que constatamos que ninguna foto era espontánea. Esto significa que la fotografía está preparada, no es casual y no están distraídos: es apenas una estética que muestran.

La fotografía es central en el Fotolog y sirve para mostrarse, para dar una imagen de lo que son, de su apariencia física: el peinado, los piercings, facciones de la cara, el cuerpo que tienen, la ropa que usan, el color de la ropa y la marca. Comprobamos lo antedicho en la entrevista con Gascue, quien afirma que la fotografía es una representación simbólica de la personalidad, es decir, que en la página de fotolog los chicos encuentran una manera de presentarse simbólicamente, que es diferente de la presentación física.

De acuerdo con los *Códigos* usados en la virtualidad, se intentó comprender los que rigen el comportamiento en este ámbito como usuarios de fotolog.com. Comenzando por el lenguaje que utilizaban para comunicarse, se trata de una jerga con particularidades escritas, no tanto habladas, sino del hipertexto. Y esto es característico de un grupo de pertenencia, “Porque es un modo de auto-reconocimiento, es decir, yo domino la jerga de mi grupo, yo soy parte del grupo”³⁶, comentaba nuestro informante calificado Gascue en su entrevista. Esto reafirma la idea de que esta neotribu comparte códigos que hacen a la misma, y en la que compartirlos quiere decir pertenecer.

Pero además, este es un lenguaje en el que se incluyen los emoticones como principales expresiones, que se acentúa con las caritas, que tratan de aportar algo más que el texto mismo, tratan de relativizar el hipertexto y de contextualizarlo con esa expresión.

Tener muchos amigos y ser más vistos en el fotolog era meta para varios floggers, “-Marucha dice: y que expectativas tenés sobre eso? -Laaa Maaaruu /lachupiii dice: llegar a tener mucha fama (...) y tener muchos mas amigos”³⁷. La dinámica de alcanzar la fama se presenta como un código dentro del grupo, de donde se

³⁶ Entrevista a Álvaro Gascue, Anexo 6.

³⁷ Entrevista a Maru, Anexo 5.

desprenden acciones para alcanzar eso: pedirle a otros para ser miembro gold, firmales a todos para que aquellos devolviesen la firma, entre otras.

Pedirse las firmas en el muro entre ellos es un acto de reciprocidad (yo te firmo y vos me firmás) que se daba con cada uno de los amigos en fotolog. Tal es así, que este mecanismo llevó con el tiempo a que los comentarios entre ellos no tengan contenido alguno, no digan nada más que la descripción de lo que están haciendo, de manera de sumarle una firma. Dejan mensajes entre ellos que indican que pasaron por el fotolog para dejar una firma, cosas como “hoola me pasoo – pazathe dale dale qe no kuesta nada ...”³⁸, o “(L pasateebesoss =)”³⁹.

Revisando las imágenes subidas en años anteriores, 2006, por ejemplo, o incluso antes, los comentarios de las otras personas eran sobre la foto que el usuario subía, o dirigidos al usuario, porque se conocían. Ya para el 2008 o 2009 el significado cambió, y apenas se dejaban mensajes para que eso se tuviera en cuenta a la hora de devolver las firmas. Esta transformación del significado de los comentarios lo podemos ver como una *tragedia* en el sentido de Simmel, ya que pierden el fin original de los mismos, pierden el sentido primero de la objetivación del comentario y adquieren lógica propia. Con el pasar del tiempo cada vez se veían menos comentarios que aludieran a la imagen o texto, o si quiera a la continuidad de las imágenes que había subido el usuario. Comentar una foto dejó de ser lo habitual, y se pasó a realizar la misma forma pero con diferente contenido, esto es, a hacer un “acto de presencia” más que un comentario con un contenido específico.

Si observamos el comportamiento de los usuarios, vemos que varía según la jerarquía de los mismos. Los usuarios más visitados no tenían la necesidad de firmar en todas las fotos ajenas pidiendo que le firmen en el suyo, se trata de una práctica casi exclusiva de los usuarios que necesitan que su fotolog.com sea visualizado. Los floggers con mucha popularidad tienen la ventaja frente a los otros de que son visitados sin que ellos lo tengan que pedir, son colocados en favoritos sin tener que entregar nada a cambio. Los más populares subían de cinco hasta ocho imágenes iguales, sin cambiar el texto debajo debajo de la misma. Y por lo que se vio, eso evidencia un estilo de posteo a seguir.

Yendo ahora a la *Interacción* y la *Expresividad* en el sitio fotolog.com vemos que se utiliza un lenguaje particular. Como ya se mencionó, está volcado a los

³⁸ Observación de fotolog de /soiiichupinazul. Anexo 1.

³⁹ Observación de fotolog de /lareddi. Anexo 1.

sentimientos, que son resignificados. Expresan una emotividad exagerada en la interacción, ejemplo de esto encontramos obviamente, en las observaciones a fotologs: “a TE aMo mucho (L)”⁴⁰, “AMOR HACE CLICK EN EL LINCK PARA AGREGARME A TUS EFFES:)”⁴¹. Lo antedicho se puso a prueba por lo mencionado por los informantes calificados. Al entender de Gascue, estamos ante una *hiperexpresividad de afectividad*, que dentro de esta resignificación del lenguaje que no ve como llamativo, lo encuentra necesario para mantener las redes que unen al grupo. Gascue además afirma que estas sensaciones de inseguridad y manifestación de la emotividad se debe a la etapa de la vida por la que están atravesando estos chicos: la adolescencia. Al igual que Gascue y Diperna en sus entrevistas, Balaguer afirma que se trata de una necesidad de contención que tienen los chicos y que se expresa por medio de la potenciación de la emotividad y sus expresiones, y agrega: “un flogger sin sentimientos y que no escriba en su fotolog todo el amor que siente por sus amigos, ¿qué clase de flogger es?”⁴².

En suma, en el análisis de la presentación del yo se encuentran varias características que hacen a la identidad estética (entendida como una ética de lo visual) y códigos entre los que se manejan los floggers. Desde la apariencia hasta la expresividad, los indicadores señalan que esta neotribu cumple con las características de un grupo de pertenencia, y se presentan como tales ante otros. Tal grupo presenta varios tipos de pertenencia, quienes están en el núcleo (los más famosos) que cumplen con la mayoría de las características, y alrededor de estos hay otros círculos concéntricos de floggers que pueden ser más o menos pertenecientes dependiendo de las características que presenten.

4.2. Autopercepción

La autopercepción fue entendida como una dimensión fundamental en la identidad sentida y expresada. Se comenzará por mencionar las diferentes respuestas que fueron relevadas a la pregunta sobre si se consideraban floggers o no.

Una breve presentación de los chicos a los que les realizamos entrevistas chat, puede poner de manifiesto que nuestro objeto de estudio era variado y que las percepciones sobre los floggers en sí variaban de acuerdo a cómo ellos se sentían al

⁴⁰ Observación fotolog de Jaredii, Anexo 1.

⁴¹ *Ibidem*.

⁴² Entrevista a Roberto Balaguer, Anexo 6.

respecto. Se tomaron los aspectos más interesantes de las entrevistas vía chat para tal fin.

“Maru” se catalogó como flogger. Se sentía flogger en todas sus instancias y en todos sus ámbitos. No era una de las floggers más populares del Uruguay pero aspiraba a serlo, y a tener muchos amigos. Le dedicaba muchísimas horas a su fotolog ya que consideraba que era lo más importante para un flogger. Y entendía que las reuniones en Montevideo Shopping se hacían porque en Argentina se encontraban en el Shopping del Abasto. Este encuentro no era muy significativo para ella. A su vez consideraba que eran un grupo abierto. Y algo fundamental para este trabajo, es que no cree que pertenezcan a una tribu, más bien afirma que son una moda.

“la redii” no se consideraba flogger pero afirmó que todo el mundo creía que lo era. Al igual que la entrevistada anterior, nos contó que son un grupo abierto en el que hay algunos más populares que otros.

“niquito”, aunque no se consideraba flogger en ese momento, lo fue antes y lo único que siguió manteniendo era el peinado. Concurría a los mismos lugares que los floggers para ver a sus amigos. Piensa que eran un grupo abierto y que si bien era una moda, reconocía que existen personas que se toman muy en serio este tema. Señala que cada vez había menos floggers y que esto se explica porque la moda pasa y prefieren transformarse en “planchas”. Cree que el fotolog existió antes que reunirse cara a cara entre ellos, que se utiliza para conocer gente y hacer amigos. Afirma que había floggers más famosos que otros, y lo más interesante: “niquito” integra el flogger staff⁴³.

“damianchus” era uno de los floggers más famosos de nuestro país, salió en varios programas de televisión. Dijo que aunque para el exterior aparentaba ser flogger sólo se sentía uno de ellos cuando estaba en su fotolog ya que lo que hace al flogger es tener una cuenta en fotolog.com. Por ende, explicó que esta especie de obsesión era lo que más importaba. Afirmó que no excluían a nadie, y sostenía que era una moda y no una tribu y lo argumentaba de la misma manera que lo hacía “cumbio”, la flogger líder en Argentina⁴⁴. Algo interesante que nos contó fue que en su opinión era una

⁴³ Pertenecer al Staff significa haber sido elegido por una productora que selecciona chicos para realizar eventos, vender ropa, accesorios, etc. La imagen del chico es usada para tales fines a cambio de dinero o productos.

⁴⁴ “cumbio” se llama Agustina, y se hizo famosa a través del fotolog adquiriendo popularidad. Dijo ella, y algunas versiones periodísticas, que fue una de las primeras en comenzar con la idea de juntarse con otros chicos, con otros floggers. Decidimos calificarla como referente por la ola de comentarios, notas y entrevistas periodísticas (o ‘periodísticas’ de programa de televisión de revista a las 5 de la tarde y a las 10 de la mañana) que levantó esta chica liderando este nuevo acontecimiento, (su fotolog: www.fotolog.com/cumbio).

moda a que le quedaba poca vida y que así como la líder argentina, en Uruguay también había muchos que a esta movida le sacaban provecho económico, él era uno (por ser reconocido entre los floggers algunas marcas de ropa lo contrataban para desfilas). Conjuntamente con este provecho se agregaba la fama y el hacer amigos nuevos. Aseguró que entre los floggers de nuestro país existía competencia por ver quién llegaba a mayor popularidad y que tenía muy buena relación con los floggers más populares de Argentina. Damianchus no podía asistir al shopping en los horarios establecidos para los encuentros porque al ser popular, los productores que lo contrataban para desfiles y eventos le impedían hacerlo.

“Mazzefflow”, si bien era uno de los floggers más famosos (ya Maru nos testificaba esto), él no se consideraba uno de ellos en lo más mínimo. Hizo un relato de la historia de este fenómeno y comentó que no había edad para ser flogger; uno popular en Argentina tenía 23 años. Mazzefflow tuvo fotolog antes de que comenzara la movida flogger y por tener más visitas fue que lo catalogaron como flogger. Nos dijo que lo relevante para ser un flogger era la estética junto al fotolog y sobre todo estar continuamente “en la movida”, es decir, encontrarse y relacionarse con personas que estén en la misma onda. A diferencia de los otros entrevistados, él consideraba que tanto el fotolog como el encuentro cara a cara eran importantes ya que el fotolog permitía conocer gente nueva y el encuentro cara a cara era justamente eso: un encuentro. Al ser su fotolog uno de los más visitados lo llamaban para que desfilara en eventos, boliches y para que promocionara marcas de ropa, a veces marcas de ropa flogger, a lo que accedió sin objeciones y aunque en su cotidianeidad la vestimenta que utilizaba fuese otra, le convenía porque recibía ropa a cambio que, según él, a veces era de su agrado y lo trataban bien durante el resto de la noche o durante el evento.

“picodulce” en el momento de la entrevista no era flogger pero lo fue anteriormente. Antes se vestía como flogger y usaba el fotolog, pero se dio cuenta de que él no era tan “fisurado” y dejó de ser así. En su momento lo hizo porque consideraba que era lo que estaba de moda y de esa forma atraía muchas chicas. Afirmó que era por estas razones que se tenía una cuenta en fotolog, para conocer y hacer amigos.

“soiichupinazul” contó que era flogger sólo por la manera de peinarse, vestirse y usar el fotolog y que no era un sentimiento sino un estilo. Además de considerar que era una moda pasajera, entendía que todos los adolescentes llegan a una edad en que

deben cambiar este estilo para poder acceder a un trabajo, por tanto él no aspira a seguir con esta moda en el futuro.

Las diferentes respuestas recibidas por los entrevistados vía chat generaron incertidumbre en algunos casos y afirmaciones en otros. Algunos afirmaban que se sentían floggers dentro y fuera del fotolog, es decir, que asumían una identidad compartida con otros miembros del grupo. Otra clase de respuesta encontrada fue que habían sido floggers, pero que en la actualidad dejaron de serlo por distintas razones que nombraban. Y por último algunos decían que no lo eran, pero que sus actitudes tanto en el fotolog como en su forma de mostrarse presencialmente, contradecían un tanto la afirmación, y asumimos que les daba un poco de vergüenza decirlo. Aunque también encontramos cómo algunos comenzaban hablando de los floggers en tercera persona y en determinados momentos hablaban en primera persona, por lo que discursivamente se entendió que sí eran parte. Para comprender un poco más las razones en la diferencia de las respuestas Mazzefflow explicaba que “los mas conocidos del sitio en general, los q tienen mas visitas y todo no son onda flogger”⁴⁵ y esto está íntimamente relacionado con lo que se explicará acerca de la identidad atribuida.

A partir de las presentaciones vimos cómo los chicos se van posicionando tanto dentro como fuera de la neotribu, como más o menos famosos, como más adentro o más lejano de “la movida flogger” y eso da a entender el *grado de participación*. También se vieron las diferencias de tiempo que le dedicaban a su página en fotolog.com, aunque todos al menos la atendían una vez por día, que consta en las publicaciones diarias de fotografías, y esto da indicios del *grado de utilización* del fotolog.

Por último pudimos registrar en los entrevistados su *proyección a futuro* que indicaba cómo se piensan en el futuro. En este punto lo interesante fue que para cada uno era diferente, aunque la mayoría coincidía en que no pensaban seguir siendo floggers en el futuro, ni seguir vistiéndose de esa manera ni usando ese peinado. Esto refuerza la idea anteriormente mencionada de cómo la adolescencia es una etapa de la vida especial en la que se buscan formas de ser y se va construyendo un *sí mismo* más adulto. De todas maneras, no se descarta que sea una neotribu, aunque sea visto como una moda, por lo que más adelante se explicará.

⁴⁵ Entrevista a Mazzefflow, Anexo 5.

En definitiva, la autopercepción variaba en los diferentes entrevistados, lo cual era lógico. Si bien no todos se sentían floggers, todos estaban involucrados con la neotribu, ya sea porque le dedicaran tiempo al sitio o por el rol que jugaron en relación a la misma. La autopercepción reveló las formas en las que los chicos se aproximan a la neotribu, y si bien este análisis es interesante, no puede ser desprendido de la forma en la que son percibidos por los otros, que será atendido a continuación.

4.3. Identidad atribuida

La idea principal para esta dimensión era tomar en cuenta cómo la sociedad y los medios de comunicación han respondido ante el fenómeno de los floggers, y lógicamente se toma desde un lugar ajeno a la pertenencia del grupo. En este sentido, va a definir desde otra perspectiva procesos que se dan dentro de la neotribu. La información y los datos que se recaban en la documentación audiovisual es muy amplia pero bien concisa: la gente vio una expresión de un grupo de jóvenes que además de ser usuarios de fotolog.com se juntaban en el shopping y estaban vestidos de maneras identificables y sus peinados también así lo eran.

Comenzaron a aparecer pistas de este fenómeno por el 2007 tanto en Buenos Aires como posteriormente en Montevideo en los medios de comunicación, porque además de ser llamativos con sus formas de presentación, lo hacían de a grupos grandes en los shoppings. Aparecían en programas de televisión que con noteros concurrían hasta el lugar mismo de encuentro, y luego más tarde comenzaron a citarlos a los programas para sentarse y charlar, de manera de entender mejor de qué se trataba “esto de los floggers” y mostrárselo a la teleaudiencia.

Como ya es sabido, los medios de comunicación, y la televisión en particular, son generadores de opinión. Es posible ver cómo en algunos programas los chicos son tratados con respeto y cómo en otros básicamente se burlan de ellos. También es fácil ver cómo son criticados y pocas veces defendidos por “los otros” en los comentarios de los videos de información documental recogida: desde “montevideo shopping desgraciadamente ta lleno de la gilada esta”⁴⁶ hasta “(...) se terminan vistiendo o como unos bobos o como unos payasos , sin contar su carencia de logica y sapiencia la verdad son unos huecos y ensima dicen que no , son huecos en el sentido

⁴⁶ Comentario de video “Floggers en ‘Bien despiertos’ Canal 12”. Anexo 4.

de estar "arraigados" como dijo el damian ese , arraigados al materialismo , lo exterior , gente maduren de una vez , la verdad son unas mierdas y las gente que los insulta los quiere ayudar"⁴⁷. Y por eso nos da a entender que otro de los motivos por el cual, por ejemplo "picodulce" deja de ser flogger es que el peinado para el costado provoca que le griten cuando se encuentra en la vía pública, "...sabes cuantas veces me peli cn gente q descansaba y pila no me pelieporq me caggaban a palo"⁴⁸. También entendimos por qué a algunos se avergonzaban de ser floggers. Esto ha creado consecuencias tales que fomentan la desetiquetación del flogger como tal. El ser flogger, para muchos, se había convertido en un estigma.⁴⁹

Por otro lado, en Uruguay existía al momento del trabajo de campo, una sola productora oficial con staff flogger, que organizaba desfiles y eventos con los chicos. Ésta se fijaba en los chicos que más firmas tenían en su fotolog, en los que mayores visitas tenían y los convocaban a formar parte del staff. Ellos pasan a integrar el staff flogger y a ser los nuevos referentes y los populares, generando direccionamiento sobre la moda flogger. Además, los acuerdos que firmaban con los chicos establecía que éstos tenían que ir a donde los productores querían y tenían prohibido asistir a las reuniones en Montevideo Shopping en determinados horarios, con el argumento de generar expectativa para cuando se mostraran en otros lugares determinados y estipulados para desfilan o promocionar productos. Y esto genera un eslabón más en la cadena de la dinámica del grupo, desde que se encontró, por ejemplo este tipo de casos, en donde niqito nos cuenta que "ahora estoy en el flogger staf y vamos por bailes desfilando, pero me metieron no me qise meter"⁵⁰. Por supuesto que nadie lo obligó pero parece que tampoco lo buscó.

Pero antes de las productoras también había otro tipo de eventos, Mazzelfow menciona que "por ejemplo la flog fest en red [boliche], q pasaba nfotos de usuarios conocidos y me acuerdo q las fotos asi de los primeros, habia de todas las ondas (...) lo q pasa q son vivos - los de las marcas - y es un medio q no les vale casi nada - y mueven - en argentina ahi se movio pila de guita - aca no tanto - a mi por desfilan no me dieron mucho"⁵¹.

⁴⁷ Ibidem.

⁴⁸ Entrevista a picodulce, Anexo 5.

⁴⁹ Ver anexo 7: Imagen encontrada en google por la palabra "flogger".

⁵⁰ Entrevista a niqito, Anexo 5.

⁵¹ Entrevista a Mazzelfow, Anexo 5.

Es necesario destacar que actualmente los floggers ya no se juntan en el Shopping y probablemente en ningún lado. Tampoco salen más en los medios. Muchos de los chicos entrevistados advierten ya que varios floggers se han vuelto más “cumbieros”⁵², incluso los nuevos floggers que ingresaban eran de esa misma onda, que escapaba de la lógica primera que era ser flogger. Poco a poco la neotribu dejó de ser tal y duró entre unos tres o cuatro efímeros años, en donde el grupo fue cambiando constantemente a nivel general, pero también así el núcleo más fuerte.

4.4. Síntesis de hallazgos

Se confirma que los floggers constituyen una neotribu, cuya característica más específica ha sido la apropiación del espacio virtual, además del físico, en el que la identidad es una construcción lograda a través de la imagen, el lenguaje, formas de comunicación, de consumo y estrategias escénicas. Y si hay escenario, hay actores. Los actores son aquellos portadores de varias máscaras, que hacen a la identidad. Los floggers muestran un personaje presencialmente y en el fotolog, y estos no están alejados conceptualmente. Resulta incluso difícil separarlas. El fotolog es apenas un lugar-tiempo más en donde poner de manifiesto el *sí mismo*, de otra manera: virtualmente.

Por otro lado, en relación a la pertenencia del grupo y de acuerdo con los datos relevados, es posible ver la influencia de la realidad presencial sobre la virtual y viceversa, dado que aquellos floggers que adquieren fama en el fotolog por el hecho de tener muchas firmas y subir muchas fotos diarias, modifican su comportamiento en el espacio presencial. Vimos cómo la productora construía el “ser flogger”, convocándolos a desfiles y a ser de los más famosos con book de fotos, no dejándolos ir al Shopping en determinados horarios. Esto trasciende el hecho de fomentar la dinámica interna de distinción-emulación, porque esa objetivación es luego subjetivada por los floggers menos pertenecientes, que aspiran a ser como ellos. Resultó ser que varios de los más famosos ni lo eran, apenas si se vestían así porque les convenía, ya que obtenían un rédito económico o vestimenta gratis.

A su vez, los que quieren adquirir popularidad utilizan este mismo proceso pero al revés, mostrándose en el espacio presencial, en los lugares de encuentro físico, para adquirir popularidad luego en el fotolog. Se trata de una co-determinación de las

⁵² Varios entrevistados vía chat mencionaron el cambio que de a poco iba tomando más fuerza: cada vez la onda era más cumbiera.

realidades. Esta necesidad de los floggers menos conocidos de ser visitados hace que tengan que mostrarse más en el Shopping, que a través de las observaciones confirmamos que quienes concurrían al Shopping no eran los más populares. Podría decirse que algunas necesidades que se presentan en el escenario virtual se intentan compensar en el presencial.

Los que parecen mantener intacto el sentido de pertenencia son los jóvenes generalmente más chicos⁵³, que están comenzando a ser parte del grupo y necesitan sentirse así porque encuentran en éste un refugio en la etapa de crecimiento y crisis de la personalidad. La exacerbación de las características de un grupo es típica de las personas que comienzan a frecuentarlo y que necesitan la aprobación de los otros para sentirse seguros. Y del otro lado, tenemos a los que marcaron tendencias dentro de esta neotribu, que ya han conseguido todo lo que esperaban de ella y empiezan a perder el interés de formar parte de la misma porque la dejan de necesitar.

Hay un interés puntual por ser reconocido dentro del ámbito de los floggers, es lo deseable y a lo que aspiran los floggers más jóvenes. Es, nuevamente, la dinámica de la emulación lo que rige este comportamiento, los floggers más jóvenes serían los que emulan y los distinguidos los que marcan tendencia, los más famosos. Y esto no demuestra otra cosa que una carrera que corren por conseguir la 'fama', o popularidad (conceptos equivalentes para ellos). Posiblemente traten de obtener una *gratificación* en el sentido parsoniano, cuando las firmas y formas de elogios entre ellos constituyen el mecanismo a través del cual el flogger experimenta la sensación de pertenencia al grupo, de que comparte los mismos códigos y que es parte de eso.

Se ha logrado ver con los datos cómo se fue generando un sentido de pertenencia de acuerdo con la identidad, que se crea por similitudes y diferenciaciones, por rebotes y retroalimentación, de lo proyectado e introyectado. Y en este proceso hubo varios actores, los floggers más pertenecientes, los medios de comunicación, "los otros", la productora, las marcas que promocionaban sus productos, los floggers no tan floggers, los floggers argentinos, como los más importantes. En este proceso de resignificación de identidad con tantos actores terminó por vencer una tendencia despectiva hacia los floggers, antecedida por una que los colocaba como una novedad ante los medios, identificable en varios comentarios de los entrevistados vía chat y en la documentación audiovisual. Se burlaban de ellos, incluso algunos programas

⁵³ Visto en las edades de los entrevistados que dicen ser floggers y las edades estimadas de los observados presencialmente.

televisivos. Y esto acabó generando vergüenza en quienes se sentían floggers por eso mismo. Fueron “culpados”⁵⁴ de inservibles, y con poca respuesta hacia esto, la neotribu disminuyó en integrantes y finalmente desapareció⁵⁵.

4.5. Entretejiendo conceptos

Ubicando el fenómeno de los floggers en nuestra modernidad tardía podemos decir que esta neotribu se formó por una necesidad de los individuos que la componían de sentirse parte de algo más cercano que la sociedad de masas en la que vivimos. Muchos de los testimonios avalan esta idea ya que para ellos es muy importante la pertenencia a la neotribu para poder conseguir amigos y conectarse con gente nueva todo el tiempo. Se evidencia cómo los pertenecientes a estas comunidades depositan su confianza en este grupo para construir sus rasgos identitarios y cómo manejan la posibilidad de encontrarse tanto en un momento y un espacio dados como todo lo contrario, en Internet a través del fotolog.

Sin duda estamos en una sociedad en donde lo que importa es la opinión de *el otro*, que es verdaderamente evidente en los floggers, lo que Riesman (1964) llama de *individuo dirigido por los otros*. Las actitudes de estos individuos pueden ser modificadas según expectativas y preferencias de otros. Básicamente es por la opinión de *los otros* que los floggers tienen vergüenza de declararse como tales, vistas las agresiones que reciben tanto presencial como virtualmente. Pero a su vez, también es por *los otros* que los floggers eran floggers, que se sentían como un grupo en el que compartían todo tipo de códigos.

Cualquier vehículo conductor de significación puede ser por su reproductividad cultural, objeto de resignificación por nuevos receptores que no necesariamente contemplan o viven el objeto con el aura particular que le daba su contexto original. Pero además, la influencia de los vehículos conductores de significación en los propios sujetos portadores de los vehículos, los predispone a hacer determinada cosa y no otra. No solo la manera de vestirse del flogger tiene una significación sobre el propio sujeto, sino que también las conductas que esta vestimenta genera en otros, potencian el efecto que ésta tenía. Toda la cultura material es una continua significación y resignificación de objetos y de vehículos conductores, que constituye el proceso de creación cultural.

⁵⁴ Ver Críticas a floggers en documentación audiovisual, en Anexo 4.

⁵⁵ Varios entrevistados fueron floggers y al momento de la entrevista ya no lo eran.

Esta lógica es la que explica tanto el nacimiento como el declive de esta neotribu de impulso intenso pero corto en tiempo. Se trata de la misma dinámica que lleva a que el grupo buscara la fama y una vez conseguida ésta repercute de manera no esperada, generando más atracción en nuevos seguidores que no cumplían exactamente con las características de antaño. A esto se le suma los medios como generadores de opinión, y todo junto es resignificado por todos, tanto por los floggers como por *los otros*. La tragedia consiste en cómo los floggers y el fotolog se convirtieron en un vehículo conductor de significación fetichizado. Además parecería ser un hecho que debería acontecer por su propio devenir y porque nunca podría ser para siempre de la misma manera, por eso podemos decir que fue un fenómeno pasajero.

La identificación, en un sentido parsonianiano cada vez más importante en el desarrollo de los seres, se da básicamente en la preadolescencia y la adolescencia. Los mecanismos de identificación permiten romper con algunas de las normativas que se generaron durante la socialización primaria y aferrarse a alguna idolatría, por ejemplo. Se confirma en la entrevista con Diperna, que se trata de un proceso común del individuo, quien en un momento dice “yo dejo eso, yo no pertenezco porque ya directamente no lo necesito, porque encontré otra cosa: porque me encontré a mí”⁵⁶. Según Diperna, esta forma de interacción en grupo corresponde a la formación de identidad típica de la adolescencia, el grupo fortalece la identidad exigiendo para su pertenencia, formas de vestir, accesorios, etc. Para los floggers es la necesidad de sentirse parte de algo, de sentirse con otro. Y para eso deben diferenciarse de otros, a través de las características que ya se mencionaron, y con los adultos. El grado de secretismo que adquiere el fotolog.com, alejado del mundo adulto es sin dudas un dato que confirma ese carácter adolescente de quebrar con la generación adulta.

Nuevamente es posible confirmar que se trata de una neotribu, como expone Maffesoli, pero en este caso por el hecho de que éstas presentan rápidas transformaciones, cambios, que se acompañan con la forma de vida en la posmodernidad. Esto justamente es lo que sucedió con los floggers. Se ha resignificado y hoy son un recuerdo. Los floggers fueron desapareciendo ya que los primeros se fueron acercando a la madurez o adultez y los más jóvenes no tenían tanto

⁵⁶Entrevista a Julio Diperna, Anexo 6.

interés en seguirlos y no se crearon nuevos líderes floggers, sino que ya tenían otra “onda” diferente, algunos eran más cumbieros, por ejemplo.

Como hemos visto en el análisis de los datos, *el acento de realidad* está en puesto por los floggers tanto en el medio presencial como en el virtual. Pero nuevamente la cuestión se abre, ¿es alguna de estas formas de relacionamiento más importante que la otra? A la luz de los datos es evidente que no. Pero se podría afirmar que la neotribu floggers no funcionaría si no tuviera encuentros presenciales o virtuales, esto es, sin alguna de las dos formas de socializar. De hecho, se complementan. Al parecer, primero se conocen por medio del fotolog y luego en persona. Pero ¿por qué recurren a verse en persona si ya han establecido una relación por medios virtuales? Pues para formar un vínculo tan fuerte se necesita la presencialidad, se necesita compartir ese espacio-tiempo. Schutz dice: “El presente vivido compartido de la relación Nosotros presupone la *copresencia* de los copartícipes...”⁵⁷. Pero más que nada esto sucede para reforzar la identidad porque se reconocen en el otro, en su par. Así se vuelve evidente la idea de que los encuentros cara a cara son una manera de complementar el ‘nosotros’ creado en la virtualidad, y hasta podríamos decir de resignificación.

Se suele hablar mucho de la inmediatez que permite Internet, pero es necesario hacer énfasis aquí en la mediatez de la comunicación e interacción por medios virtuales como el fotolog, en este caso. Como ya se mencionó, el encuentro mediado por la computadora no comparte el mismo tiempo-espacio. La interacción entre los individuos se da en espacios físicos diferentes y en tiempos diferentes pero compartiendo la virtualidad. El usuario de fotolog puede recibir, pensar y luego emitir. Lo que Schutz denomina *dureé* es similar cuando los individuos comparten una experiencia, pero no la compartirán en la interacción vía fotolog.com porque ésta es mediada y mediata, cada uno hará las interpretaciones de los diferentes acontecimientos dentro del fotolog.com. Sólo cuando se da la intersección del *tiempo cósmico* con la *dureé* es que, según Schutz, se habla de que se vive una *experiencia compartida*. Es esto mismo lo que atrae a los individuos a la interacción cara a cara, esa necesidad de conocerse en una relación inmediata, en vivo y en directo y poder adquirir la percepción de las otras personas de una manera diferente.

Esta realidad que se genera a partir de la interacción mediata a través del fotolog genera una construcción de intersubjetividad que no es tan fuerte y precisa como la

⁵⁷Schutz, A. (1962) Pág. 208.

presencia cara a cara de los sujetos. Es decir, ninguna de las interacciones es más importante que la otra, pero sí esa mediación de tiempo permite que la creación de esa realidad tenga un espacio de reflexión entre la “ida” y la “vuelta” de la información y la simbología que se comparte. Mientras que en la interacción cara a cara casi no hay tiempo de pensar, porque es inmediata y por eso, dicen Berger y Luckmann “... ninguna otra forma de relación puede reproducir la abundancia de síntomas de subjetividad que se dan en la situación “cara a cara”. (...) Todas las demás formas de relación con el otro, en diversos grados, son “remotas””.⁵⁸

Se afirma que la identidad creada a través de un usuario de fotolog, que respeta y sigue pautas de apariencia, modales, significaciones típicas de un grupo en particular es tan real como la presencial que interactúa fuera de la realidad virtual. Ambas tienen un componente de realidad que se potencia cuando están vinculadas. Los floggers se reconocían cara a cara por el fotolog cuando se juntaban entre ellos.

Pero ¿cómo es que estos mundos o espacios se conectan? ¿Cómo se relaciona la identidad virtual con la física? La cámara de fotos es el nexo principal entre la realidad física y la virtual, lo que nunca puede faltar es la foto, la representación visual de la presencia en el lugar. La fotografía representa un pasado reciente, es el acceso a una vivencia. El flogger de alguna manera debe demostrar que estuvo allí, y que se juntó con esas personas, para lo cual debe sacarse una foto y publicarla en su fotolog.

La identidad virtual permite presentar a un *sí mismo* en un amplio abanico de posibilidades que la presencial no otorga dado el límite de lo corpóreo. En la virtualidad es posible manejar estéticamente los límites corpóreos, las imágenes, los ángulos de las fotos, etc. Esto hace que la virtualidad sea complementaria de la presencialidad y contribuyan a la integridad del individuo de la misma manera.

Si dijéramos que estas dos formas de presentarse son las máscaras que tiene un actor, entonces podríamos afirmar lo que Goffman (2009): “En cierto sentido, y en la medida en que esta máscara representa el concepto que nos hemos formado de nosotros mismos –el rol de acuerdo con el cual nos esforzamos por vivir, esta máscara es un nuestro ‘*sí mismo*’ más verdadero, el yo que quisiéramos ser.”⁵⁹ Esta complementariedad viene justificada porque, como los entrevistados lo decían, es importante tener ambas identidades, y las actividades o el relacionamiento que se dan

⁵⁸Ibidem, Pág. 47.

⁵⁹Goffman, E. (2009). Pág. 33-34.

en cada uno de los medios (virtual y presencial) no es sustitutivo, son actividades complementarias.

Resulta fácil explicar la emotividad que demuestran los floggers por medio de la idea que explica Maffesoli (2004): cómo hasta en lo más superficial se demuestran cosas muy profundas. Cómo a partir de lo que veíamos como exageración de expresión de la emotividad se expresa la idea tan profunda y necesaria para el individuo como la pertenencia a un grupo y la importancia de lo que representa eso para ellos. Ya Balaguer (2009) hablaba de la importancia de los otros y cómo actúan de “sostén del self”, más que nada, aplicable al caso de los floggers y de las redes sociales virtuales.

Se vive a través de las redes sociales virtuales, y en particular en el fotolog, una nueva forma de vivir la intimidad. Los floggers se mostraban en una comunicación todos-todos permitida por Internet, se mostraban en fotos, posando, con amigos, en el shopping. En definitiva, mostraban lo que hacían para que los de más supieran. Balaguer (2009) plantea una nueva forma de intimidad: la outimidad: “Es decir, como una variación de la intimidad, una mutación de la misma que busca en lugar de preservarse dentro, preservarse fuera. La intimidad busca cuidar al yo, la outimidad también, pero se traslada la conservación del interior al exterior.”⁶⁰

En este sentido vemos esta transformación no sólo en la presentación física de los floggers sino también y quizás más acentuadamente en la identidad virtual ya que los límites dentro de esta intimidad son más difusos. Esta forma de actuar, de expresarse, es un patrón que se da esencialmente en la actual *sociedad informacional* de la que habla Castells, en donde la intimidad se construye desde la seguridad y la confianza ante las incertidumbres más generales (Castells, 1998:19).

Los floggers se juntaron presencialmente, incluso en su mayoría sin conocerse de antemano (aunque sí se reconocían del fotolog). Es indiscutible que los floggers en ese aspecto se presentaron cara a cara e intercambiaron conversaciones que luego compartían nuevamente en el fotolog.com de manera virtual, mediante las fotos. Los floggers crean y recrean realidad tanto en la virtualidad como en el medio presencial. No es cierto que la virtualidad sustituye a la realidad física, aún las personas quieren interactuar físicamente. Lévy (1999) afirma que experimentamos emociones en frente a una pantalla, y que el fenómeno real es el aumento de la interconectividad.

⁶⁰Balaguer, Roberto (2009): Artículo electrónico “Editorial Facebook y las ()timidades”.



5. CONCLUSIONES

Este trabajo pretendía interiorizarse en las actividades y dinámica de los floggers para analizar de qué manera su identidad virtual y la física se relacionaban. A partir del análisis de la información por medio de las dimensiones, se pudo efectivamente lograr una interpretación del fenómeno y alcanzar los objetivos del trabajo.

Para comenzar, es imprescindible situar el fenómeno en una modernidad tardía, en donde las personas tienden a comportarse en masa, y en la que cada vez se ve más distanciado el tiempo del espacio. Vivimos en una nueva matriz cultural, al decir de Balaguer, donde estamos hiperconectados, y se nos hace carne la virtualidad de la multipresencia, en un cuerpo que lo sentimos en varios espacios y tiempos. Esta forma de sentir nos hace pensar también de manera diferente, pero lo más importante: nos permite ser de maneras diferentes.

Una modernidad tardía en donde lo público y lo privado dejan de tener una firme línea de separación para pasar a ser, en muchos casos, algo similar. Lo privado se vuelve público, y lo público se asimila muchas veces como privado. La sociedad de la información no significa la exacerbación de la tecnología, sino de ésta al servicio de una cultura que nos dota de nuevas formas de pensar, sentir y hacer. La nueva forma de comunicarnos que nos permite Internet está basada en un formato todos-todos, en el que somos productores y consumidores de información y contenidos en el mismo acto.

Es en esta modernidad tardía que los floggers han demostrado que la virtualidad no sustituye a la presencialidad, así como posiblemente haya sucedido o suceda en el futuro con otros grupos. Los floggers se conocían en fotolog.com y luego se reconocían en el shopping. Pero ningún flogger era tal si no tenía una identidad presentada en el medio virtual correspondiente, ni si se reunía con los demás presencialmente. La *proxemia* es un elemento muy importante en la neotribalidad, en la que los individuos de la posmodernidad necesitan sentirse juntos, y juntarse para obtener afectividad y no para perseguir un fin instrumental.

Una realidad incidía en la otra y viceversa. En el shopping se llamaban por el nickname, o el nombre del fotolog (damianchus, niqito, dayglam, etc.) y en el fotolog subían fotografías de su encuentro en el shopping. Esto sucedía más acentuadamente si pensamos en la dinámica de emulación-distinción: el status de miembro gold adquirido a través de muchas firmas, “reversas” y popularidad repercutía en el comportamiento de estos chicos en su vida presencial, ya que no concurrían a las

reuniones del shopping en determinados horarios. Pero además desfilan en los eventos pautados por los staffs, repercute en las visitas y firmas del usuario de fotolog. Era una co-determinación de ambos espacios, el virtual en el presencial y éste en el virtual, ninguno antes que el otro, ambos en diálogo constante.

A pesar de la necesidad de separar las identidades presencial y virtual de manera analítica y para intentar obtener buenos resultados, al final siempre se trataba del mismo asunto. Las personas eran las mismas, los floggers eran floggers tanto online como *offline*. Y aunque puede parecer bastante simple pensar que esta neotribu, con sus características que la definen como tal, tenía dos espacios de reunión o dos formas de apropiarse de los espacios, resultó complejo de explicar. La particularidad de esta neotribu, si se quiere compararlo con otras, era exactamente eso: compartir un espacio virtual, además de uno presencial.

Espacio virtual tal que no solamente admitía la comunicación, sino que formaba parte del escenario goffmaniano del ser flogger. Los floggers no sólo se comunicaban en el fotolog, sino que también se expresaban, generaban códigos, símbolos, tendencias a emular y estereotipos a seguir. Se hacían floggers en el fotolog, y también en el shopping.

Ambas máscaras del *si mismo*, el flogger en Internet y el flogger en el shopping, no dejaban de ser uno sólo, una sola persona, una sola identidad, que adoptaba dos formas de presentación en dos medios completamente diferentes. Por un lado, la multipresencia caracterizada por un cuerpo sin límites, y por el otro un *nosotros* sentido en el mismo momento que reforzaba la idea de realidad.

En una sociedad en donde lo más significativo viene representado por lo audiovisual⁶¹, los floggers eran la imagen que daban. Pero además eran floggers como ellos lo sentían y como los demás los veían. El papel que jugaron los mass media a la hora de la conformación de una identidad atribuida como generadores de opinión fue pesado. Si bien la gente los conoció y reconoció en la televisión, también otra gente los aborreció en la misma. Se descubrió que los floggers no eran muy queridos por algunos (basta mencionar dos hechos de muerte en Buenos Aires en ataques a chicos por ser floggers, según aparece en los medios). Cada vez más los floggers, sobre todo los de mayor edad, se sintieron amenazados e incitados a pelear en la calle simplemente por ser flogger.

⁶¹ M. Maffesoli (2004).

Insultos y malos tratos llevaron a algunos floggers su a ocultar su identidad o simplemente dejarla de lado, y adoptar otra apariencia y otras actividades. De a poco los floggers dejaron de juntarse en el shopping, y así también de aparecer en el fotolog: los que se juntaban en el shopping eran cada vez más cumbieros, al igual que los que interactuaban en el fotolog. Pero además, fotolog.com dejó de tener tanto auge por *sí mismo* y también porque Facebook⁶² apareció como una potencia que ofrecía muchas más actividades y formas de interactuar, aunque no necesariamente en relación a los floggers, sino más bien de carácter general.

Entonces, ¿los floggers fueron una moda, una tribu o una neotribu de moda? Me inclino por la tercera opción, desde que además de apropiarse de espacios públicos, compartir códigos, símbolos, una estética y una fuerte emotividad, los floggers fueron un fenómeno poco duradero, pero mientras lo hicieron, los individuos que de éste participaron, se involucraron sentimentalmente de una manera muy fuerte. Y era eso mismo lo que buscaban, sentirse parte de algo, con pares compartiendo códigos y actividades que los hicieran sentir perteneciente a un *nosotros* también compartido. Se sintieron floggers, incluso los medios los registraron y pusieron en escena. Cuando se replegó el fenómeno, probablemente encontraron otros grupos y nuevas socializaciones con las que compartir esa emotividad tan fuerte. Maffesoli (2004) señala que en la posmodernidad los vínculos son más efímeros que en la modernidad, pero se viven con mucha intensidad.

Nacerán y desaparecerán más de estas nuevas tribus, incluso los mismos individuos tal vez participen de varias. Esta fugacidad en las relaciones encontradas en esta neotribu es característica de esta época posmoderna, en la que el impulso neotribal se opone como resistencia a una sociedad de masas e individualista como individualizada.

⁶² En los fotologs era posible ver enlaces dirigidos a los perfiles en Facebook de los mismos chicos.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ARDÉVOL, Elisenda, BERTRÁN, Marta, CALLÉN, Blanca, PÉREZ, Carmen (2003). “Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea”. *Athenea Digital* (online), N° 3, 72-92. Disponible en: <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital>
- BERGER, Peter y Luckmann, Thomas. (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- BALAGUER, Roberto (2009). “Editorial Facebook y las ()timidades”. *Revista Interlink Headlines News* N° 5240, viernes 5 de junio. Disponible en: <http://www.ilhn.com/blog/2009/06/05/interlink-headline-news-nº-5240-del-viernes-5-de-junio/>
- BALAGUER, Roberto (2005-2006). “Dos caras de la misma moneda: fluidez y materialidad en los cuerpos posmodernos”. *Revista Teknokultura 2005-2006*, 1-14 (online). Disponible en http://teknokultura.uprrp.edu/volumenes_anteriores/Vol_5/pdf/phera/Fluidez%20y%20materialidad%20en%20los%20cuerpos_Balaguer.pdf
- CASTELLS, Manuel (2000). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura. Volumen I. La sociedad Red*. México: Siglo XXI. (Versión PDF)
- CASTELLS, Manuel (1998). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen II. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza Editorial. (Versión PDF)
- CASTELLS, Manuel. (2002). “La dimensión cultural de Internet”, intervención publicada en la página web de Universitat Oberta de Catalunya, Instituto de cultura: Debates culturales, *Cultura y sociedad del conocimiento: presente y perspectivas de futuro*. <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>
- DELGADO, Juan Manuel y GUTIERREZ, Juan (Coords.) (1999). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis.
- GIDDENS, Anthony (1995). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península/Ideas.
- GOFFMAN, Erving. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires-Madrid: Amorrortu.
- LÉVY, Pierre (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós Ibérica.
- LÉVY, Pierre (2011). Conferencia de Pierre Lévy en “Seminário Cibercultura e Transformação Social”. Organizado por Petrobras, Río de Janeiro, 26 de agosto de 2011.

- MAFFESOLI, Michel (2004). *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. Ciudad de México: Siglo Veintiuno.
- MARGEL, Geyser (2010). “Primera parte. Acerca del Concepto de identidad” en *Desentrañar el sentido del trabajo. Hacia la comprensión de las configuraciones identitarias laborales*. Ciudad de México: El Colegio de México.
- MERTON, Robert (1964). Capítulos I, VIII y IX en *Teoría y estructura sociales*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- MILLER, Hugh (1995). *The presentation of Self in Electronic Life: Goffman in the Internet*, paper presentado en la conferencia Embodied Knowledge and Virtual Space. Londres: Goldsmiths’ College, University of London.
- PARSONS, Talcott (1984). Capítulos 6, 7 y 13 en *El sistema social*. Madrid: Alianza.
- PARSONS, Talcott (s/f). “La situación actual y las perspectivas futuras de la Teoría Sociológica Sistemática”, Ficha N° 123. Montevideo: Fundación Cultura Universitaria.
- PARSONS, Talcott (1970). Cap. 2: “La teoría del simbolismo en relación con la acción” en *Apuntes sobre la teoría de la acción*. Buenos Aires: Amorrortu.
- PLATONI, Kara (2008) “Seeing is believing”. *Stanford. Reality Check. Can a virtual identity change you for good?* Enero-Febrero 2008, 48-55.
- RIESMAN, David (1964). *La muchedumbre solitaria. Un estudio sobre la transformación del carácter norteamericano*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- SCHUTZ, Alfred (1962). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- SIMMEL, George (1988). “El concepto y la tragedia de la cultura”, en Simmel, G. *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos* (pp. 204 – 232). Barcelona: Península.
- TURKLE, Sherry (2005). *The second self. Computers and the human spirit*. Cambridge, Massachusetts; Londres, Inglaterra: Twentieth Anniversary Edition.
- TURKLE, Sherry (2012). *Connected, but alone?* en TED Talks. Longbeach, California. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=t7Xr3AsBEK4>
- VALLES, Miguel (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social*. España: Síntesis.
- VEBLEN, Thorstein (1985). *Teoría de la clase ociosa*. Buenos Aires: Hispanoamérica.