

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

Floggers:
la identidad virtual en la neo-tribu montevideana

Trilce Medina Tello
Tutor: Rafael Bayce

2013

1. Introducción

La vida de los seres humanos a través de la historia ha estado determinada por procesos sociales propios de cada época; algunos son pasajeros y se convierten en anécdotas, modas. Otros perduran y transforman las sociedades y se convierten en características de las mismas. Hoy podemos decir que vivimos el inicio de la revolución de los medios digitales en donde la virtualización, entendida como la capacidad de separar el aquí y el ahora, de desterritorializar, adquiere un papel central y nos atraviesa como sociedad, modifica las formas de ver el mundo y de aprender, de crecer, de trabajar, en fin, define nuestro cotidiano (Levy, 2011). En este sentido esta investigación quiere dar cuenta de una nueva forma de socialización, y/o sociabilidad, a través de la cuál diversos grupos generan identidad y construyen un *nosotros* vía interacción Web.

En este contexto y tomando como base el proyecto “Floggers: La identidad virtual en la neotribu montevideana” realizado en conjunto con María Abba y Cecilia Cabrera¹, esta monografía pretende profundizar el análisis sobre la formación o creación de identidades grupales con características de ‘neo-tribu’ que surgen en el espacio virtual.

Elegimos a los Floggers como una de las expresiones de este fenómeno que comenzaba a tomar grandes dimensiones en la época que se inició este trabajo. Fue una manera de acercarnos a esta nueva forma de comunicación llevada adelante por adolescentes pertenecientes al grupo etario que se relaciona con la tecnología naturalmente, ya que nacieron y crecieron en una sociedad de las tecnologías de la información y la comunicación, los llamados ‘nativos digitales’.

Los Floggers tienen una característica particular y es que comienzan a interactuar virtualmente y a través de la comunicación asidua generan identidad y sentimiento de pertenencia. Luego, sienten la necesidad de encontrarse de manera físico-real para conocerse y vivir el presente compartido.

Tanto el concepto de ‘neo-tribu’ de Michel Maffesoli (1973) para definir a los Floggers, como el de ‘presentación del yo’ de Erving Goffman (1957) para entender la conformación de identidad, son centrales en esta monografía.

Somos conscientes de que la creación de identidad es inherente al individuo y se da en todas las sociedades y épocas. Lo que cambia es la forma mediante la cual la misma se genera y mantiene el significado que tiene la interacción para los individuos que forman parte de esta neo-tribu.

¹ Miembros del proyecto realizado en el seno del Taller Central Sociología de la Cultura a cargo del Dr. Rafael Bayce y el Mg. Carlos Muñoz en el período 2008-2010.

2. Tema-problema de investigación.

Objeto de estudio: Adolescentes pertenecientes a la neo-tribu Floggers

Tema: El surgimiento de una nueva forma de socialización, y/o sociabilidad, a través de grupos cuya identidad se construye en la interacción vía Web y cómo a su vez esta puede modificar la actuación de las personas en el mundo real.

3. Preguntas problema

- ¿Por qué se siente la necesidad de crear grupos (neotribus) específicamente identitarios cuyo elemento en común es la forma de compartir un espacio virtual?
- ¿Qué características cumplen y deben cumplir estos jóvenes para pertenecer a la neo-tribu Floggers? ¿Cuál es el grupo etario que más se identifica con estos grupos?
- ¿Qué significado tiene y qué representa para este grupo cumplir con las características identitarias?
- Respecto a las identidades web, ¿cómo ellas cambian, si es que cambian, la actuación de las personas que la poseen?
- ¿Cómo se manejan las posibles interrupciones entre un ámbito de la realidad y otro (virtual y físico real).
- ¿Dónde y por qué se juntan a realizar el ritual? ¿Por qué se escoge este lugar y no otro?

4. Objetivos

4.1 Objetivo general:

- Analizar la conformación de la identidad virtual de la neo-tribu montevideana Floggers enmarcado en el contexto de la **modernidad líquida** tomando en cuenta para ello las características y consecuencias que tiene la apropiación de la virtualidad y de la territorialidad física para este grupo en particular. Comparar la interacción del mismo tanto a nivel virtual como físico-real a fin de establecer cuál es la naturaleza propia de estos vínculos y cómo están co-determinados ambos ámbitos de realidad.

4.2 Objetivos específicos:

1. Indagar sobre las características que tienen los individuos que forman parte de este grupo para poder definirlos como una neo-tribu en términos de Michel Maffesoli.
2. Investigar la creación de la identidad Web en el contexto de la modernidad líquida teniendo en cuenta la función que cumple dentro de la neo-tribu Floggers, el motivo de su creación hasta sus consecuencias respecto a la identidad físico real.

3. Realizar un análisis de los vehículos conductores de significación mediante los cuales se realiza la 'presentación del yo' virtual.
4. Analizar las implicancias emotivas, la selección de contenidos y la forma en que se realiza la presentación de la privacidad a través de la interacción Web.
5. Indagar el impacto que tiene la identidad web en el espacio físico intentando ver si la presentación del yo que se hace en sociedad, respeta las características de la presentación virtual. Analizar la interacción cara a cara que los mismos mantienen en sus espacios específicos de pertenencia de la neo-tribu.
6. Analizar el recorrido histórico de esta neo-tribu desde su creación hasta su final.

5. Hipótesis

- 1) La apropiación de las tecnologías de información por parte de la sociedad da lugar a procesos socioculturales que generan nuevas prácticas de socialización y de significación de las identidades.
- 2) El vínculo a nivel virtual y la creación de identidades en este medio surge por la necesidad de contacto que se ven limitadas por la forma de vida en las sociedades modernas.
- 3) Más allá de que la interacción cara a cara es necesaria en cualquier ámbito de la vida, en la actualidad la identidad virtual y la físico-real son parte del individuo que utiliza estas tecnologías y se co-determinan.

6. Estado del arte

Los Floggers son adolescentes que se han criado y socializado en un mundo mediado por las tecnologías de comunicación. Según Marc Prensky (2001) los 'nativos digitales' se relacionan diferente a los inmigrantes digitales porque según el autor **piensan** diferente. Se habla precisamente de una 'brecha digital' y generacional que cambia la cultura y la forma de procesar la información que tienen estos adolescentes. La diferencia cognitiva hace que, según el autor, los nativos digitales se caractericen por preferir lo secuencial a lo lineal, el hipertexto al libro, entre otros. Por otro lado existe también una tendencia a trabajar en red y a preferir la información rápida e inmediata. Sin duda esta diferencia es cultural ya que la herramienta digital es uno de los mecanismos de socialización de esta generación a diferencia de la anterior en la cual no se interactuaba mediante una computadora. Han internalizado desde su niñez los hábitos de la era virtual. Crecieron y desarrollaron su socialización primaria aceptando de forma natural las facilidades tecnológicas que le ofrece el mundo externo o exterior sin cuestionarlas ya que las aprehende como dadas.

“La realidad de la vida cotidiana se presenta ya objetivada, o sea, constituida por un orden de objetos que han sido designados como objetos antes de que yo apareciera en escena. El lenguaje usado en la vida cotidiana me proporciona continuamente las objetivaciones indispensables y dispone el orden dentro del cual éstas adquieren sentido y dentro del cual la vida cotidiana tiene significado para mí.”(Berger, P. Luckmann, T. 1986: 39) Esta realidad se presenta al individuo como un hecho externo y coercitivo, el uso está institucionalizado para el individuo.

Por tanto, la creación de una identidad web es el resultado del uso de esos materiales que estuvieron allí desde siempre para él y en muchos casos podría ser una herramienta que ayude a definir, retocar o colaborar con su personalidad. La identidad web adquiere una objetividad en el sentido de que después una vez creada, fue desarrollándose hasta obtener una historicidad y plasmarse como institución que es lo que vemos hoy en día, en el 2013 año en el que la mayoría de las personas que tienen internet utilizan una red social o varias, es decir, tienen identidad virtual; es una ‘realidad dada’.

El involucramiento de los Floggers con su ‘yo’ virtual es tal que el efecto que logra esa creación dura hasta por fuera del mundo virtual y penetra en el mundo físico-real. No solo la creación de una identidad virtual modifica algunos aspectos de las relaciones sociales en el “mundo real”, sino que se llega al punto de conformar tribus urbanas originadas a través de la virtualidad. No solo comparten un espacio virtual, sino que esto se lleva a espacio real.

Si bien por un lado los observadores o visitantes del sitio, no pueden detectar cuán transformado se encuentra el avatar, o la figura de representación de una persona, de la persona real, y que muchas veces de eso se trata tener una identidad virtual, sucede que notamos una necesidad de conocerse como avatares en la vida real. Entonces la pregunta sería: ¿hasta dónde es posible engañar y hacer una imagen falsa y deseable al mismo tiempo de la verdadera cuando luego el individuo va a presentarse y darse a conocer en el mundo físico-real como avatar? O para expresarlo en términos de Goffman, ¿es posible manejar las ‘disrupciones’ del personaje?

El artículo “Reality Check. Can a virtual identity change you for good?” publicado por la Universidad de Stanford ilustra brevemente una de las dimensiones del fenómeno social que estudiamos y es: *“How can these real digital alter egos transform our real-world selves?”* Es decir, como la interacción mediante un avatar, puede generar cambios en nuestro comportamiento en el mundo real y cómo a su vez nuestro self virtual puede engañar a los otros y a nosotros mismos.

Para ilustrar este fenómeno se presentan diferentes experimentos de realidad virtual en donde las personas ven su avatar interactuar en un mundo creado. En el mismo los individuos se comportan como si existiera realmente, le dan ‘acento de realidad’ a la misma y se mueven esquivando objetos que de hecho no existen físicamente:

“It is delightful and horrifying at the same time – a small demonstration of how vulnerable we all are to digital illusion. (...) In our increasingly digital society, video games, Chat rooms and social networking sites let us make friends, solicit dates or attend classes, all in the guise of a digital self”...digital alter egos, in a online role-playing games like world of war craft or second life.”(Platoni, K. 2008:48)

¿Cómo afecta esta capacidad de tener una personalidad virtual nuestra personalidad real?
“...social mechanics of this virtual existence, in which identity is malleable and things are not always what they seem. 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. (...) How is this changing who we are as humans? How is that affecting the human identity?”
(Platoni, K. 2008:48)

Es muy interesante el planteo que se hace acerca del contacto visual en la interacción cara a cara, y como esta permite ver y percibir cosas que en la interacción a través de un avatar son imposibles
“...you can make your avatar seem to gaze at multiple people; they’ll pay more attention that they would in a face-to-face conversation, and be twice as likely to agree with you. In real life, mimicking people’s behaviour can persuade them; in cyberspace, where every movement is digitally tracked, you can be a more accurate and subtle copycat” (Platoni, K. 2008:49).

Esto es una muestra clara de la dificultad que hoy en día tenemos de relacionarnos cara a cara con las personas. Es más fácil decir algunas cosas que pueden ser castigadas o mal vistas en la interacción física y que pueden ser aceptadas y hasta halagadas en la interacción Web donde interactuamos con más personas y a su vez cada una de ellas es partícipe y puede modificar el significado de nuestra interacción. El ‘trabajo sucio’ de la presentación del yo virtual en términos de Goffman, es mucho más detallista y permite planificar cada frase y elemento de la foto antes de postearla en Internet; en algún sentido es más fácil controlar las impresiones de los receptores.

Una de las cosas que nos proponemos responder, es si esta interacción vía Web es, primero, diferente a la cara a cara, y en ese caso si es complementaria a esta. Lo que sí podemos responder desde ahora, es que la velocidad y la despersonalización de la interacción es típica de la modernidad en las grandes ciudades. Las interacciones se deslocalizan y recombinan en diferentes distancias espaciotemporales.

Pero la interacción no se agota en el ámbito virtual. Los Floggers como grupo también se juntaban en el Montevideo Shopping para conocerse, mirarse, tocarse. Según Berger y Luckmann la interacción cara a cara es necesaria porque es la que cumple el rol más importante a la hora de construir realidad. *“La realidad de la vida cotidiana se organiza alrededor del “aquí” de mi cuerpo y el “ahora” de mi presente. Este “aquí y ahora” es el foco de la atención que presto a la realidad*

de la vida cotidiana.”(Berger, P. Luckmann, T. 1986:39). Lo interesante es justamente llegar lo más cerca posible de esta realidad cotidiana para así entender el porqué de la pertenencia a la neo-tribu. La interacción mediante computadora permite la autonomía general, pero también la nostalgia corporal y en este sentido Schutz plantea que es en la interacción cara a cara, (en donde la *durée*, y el tiempo cósmico conforman el presente vivido), donde el espacio es compartido con el otro y se genera un **nosotros**, una experiencia *nuestra*, porque solo en esta situación se comparte la experiencia, se ven los gestos, corporalidad, la inflexión de la voz, sus expresiones y gestos al hablar². Es en cada nueva interacción que el yo se puede ver reflejado en el otro y reconocerse como un mí mismo. “*Mi participación simultánea en el proceso en curso de la comunicación del Otro establece, por ende, una nueva dimensión temporal. Él y yo, nosotros, compartimos mientras dura el proceso un presente vivido común...*” (Schutz, A. 1974: 207). Juntarse a realizar el ritual y a conocerse físicamente es necesario, porque es la única manera que tienen de compartir una experiencia **en conjunto**, con proximidad espacial y temporal, y que cada uno sea parte del presente compartido del otro.

7. Marco teórico

¿De qué hablamos cuando hablamos de Floggers?

“hoola me pasoo – pazathe dale dale qe no kuesta nada...”³

Empecemos por definir los conceptos que vamos a utilizar en la presente monografía para saber de qué estamos hablando cuando nos referimos a ellos. En primer lugar definiremos ‘Fotolog’. Ya algunos conocerán los ‘blogs’ (en español, bitácora), que tiene como característica la actualización frecuente por parte de una o varias personas, que recopilan cronológicamente texto, artículos, noticias. Una de las modalidades de blogs (entre tantas) es la que nos concierne, el Fotolog. Que al igual que el Blog tiene una actualización constante pero a diferencia de este, lo que marca básicamente la tendencia de la página es la actualización de una foto. A través de esta surge la posibilidad de agregar un comentario y un título por parte del autor. Esta puede ser comentada por quien quiera (si el autor así lo permite). A partir de este formato se crea una ‘comunidad virtual’ que son los Floggers (forma “canchera” de decir Fotologger) ya que en la misma interactúan un conjunto de personas que comparte un lugar virtual común. Vínculos, interacciones y relaciones de todo tipo tienen lugar en este espacio no físico, es decir, virtual.

² SCHUTZ, Alfred. “Estudios sobre la teoría social”: (pág. 207)

³ ●bservación de Fotolog de /soiiehupinazul

No todos los individuos que tienen Fotolog son Floggers. Lo característico de los individuos que forman parte de este grupo es que **comparten** rasgos que le dan identidad propia y diferente de los integrantes de otros grupos, tales como sentimientos comunes, lenguaje distintivo, imagen común, vestimenta propia, actitudes, maneras de pensar, etc. en dos ámbitos diferentes de la realidad. Por un lado cada Flogger tiene un ‘avatar’⁴, y mediante el mismo interactúa con otros a nivel virtual, y por otro, cuando fue necesario se empezaron a ver cara a cara, reforzando así la identidad compartida.

Como cualquier fenómeno cultural, los Floggers no escapan al proceso intrínseco de la cultura. Es un dualismo más entre los sujetos y objetos producidos por la distancia que un grupo de personas toma respecto de la naturaleza; “...*la cultura es una síntesis única del espíritu subjetivo y del objetivo, cuyo sentido último, ciertamente, solo puede residir en el perfeccionamiento de los individuos.*” (Simmel, G. 1988:232).

El Fotolog no habla, nos muestra, nos guía. Es una forma que está objetivada y que contiene dentro de ella significados sociales. Cuando vemos un Fotolog en blanco sabemos que no está vacío, sino que fue construido por alguien para que tenga esa estructura. En el momento en que comenzamos a objetivar en nuestras subjetividades, nos pensamos con esta estructura ya que, según Simmel, además de ser un producto, la cultura es un proceso que se expresa 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 que puede tomarlo, para subjetivarlo o resignificarlo.

En el momento en que el sujeto exterioriza sus contenidos en formas objetivadas, se produce una distancia entre el sujeto y el objeto, proceso intrínseco a la cultura, donde el objeto adquiere una lógica propia por la cual se autonomiza de su creador. Esta distancia entre sujeto y objeto aumenta según Simmel, a medida que va aumentando la división del trabajo, la multiplicidad de puntos de vista de la interpretación del objeto y la diversidad de los intérpretes. La autonomía del objeto, a partir del momento que ya no expresa solamente la subjetividad del sujeto, puede llegar a imponerle a éste su propia intencionalidad. Los sujetos entonces pueden llegar a adoptar la lógica que el propio objeto les imprime.

Por consiguiente, este proceso sería para Simmel un desarrollo trágico. La tragedia de la cultura consiste en que los sujetos pierden el control sobre el significado primero de lo que objetualizan. El ‘cruce de círculos’ cada vez mayor debido a la cantidad de personas que se van sumando al grupo comienza de alguna forma a determinar los contenidos, que lentamente se alejan de los fines

⁴ Identidad generada y retroalimentada en Internet.

originales. Los objetos adquieren lógica propia que coacciona al propio individuo, impidiéndole una nueva forma de creación y resignificando solamente lo ya creado por él o por otros.

Neo tribalismo

*Estar junto à toa*⁵

Desde hace unas décadas hacia aquí empieza a llamar la atención a los teóricos de las Ciencias Sociales el fenómeno de la conformación de pequeños grupos de jóvenes en las grandes ciudades que recuerdan a las antiguas tribus primitivas que se mantenían unidas con rituales y características como son las escalas jerárquicas en los grupos, territorialidad y relacionamiento entre miembros. A este fenómeno se le llama “neo-tribus urbanas” y definiremos a los Floggers como una de estas con la salvedad de que además de ritos e interacciones físico-reales, existe un mantenimiento del vínculo a nivel virtual. Ahora bien, ¿por qué definimos a los Floggers como neo-tribu?

Los adolescentes tienden a agruparse con sus pares naturalmente, como forma de independizarse de sus padres, salir de su casa, sentir la “libertad” que nos da ese crecimiento en el momento en que podemos empezar a movernos solos. Por otro lado se da una especie de rebelión simbólica que hace que los jóvenes sientan la necesidad de romper con los códigos de vestimenta o lenguaje establecidos de la sociedad en la que viven. Si bien estas características son comunes en la etapa adolescente no son todos los grupos que pueden ser llamados tribus urbanas. El término ha sido definido y redefinido muchas veces y más allá de que el término ha sido calificado como ambiguo y amplio, elegimos utilizarlos ya que “...es útil para ‘mirar’ una serie de fenómenos nuevos que están ocurriendo hoy en el mundo que aluden a nuevas formas de sociabilidad de los jóvenes, nuevas formas de agrupamiento juvenil y de apropiación de la ciudad.” (Filardo, V. 2002:7). Es verdad que puede ser confuso ya que puede referirse a tribus urbanas como los *punk* que surgen a partir de un movimiento cultural del cual toman características, pero que se resignifican local y temporalmente. No es el caso de los Floggers que surge sin tener una referencia clara anterior y crea su identidad en torno a una página en Internet, siendo de esta forma, la primer neo-tribu urbana que se apropia en primer lugar de un espacio simbólico, la página Fotolog.com.

Luego de clasificar a los Floggers como tribu urbana definiremos formalmente el concepto basándonos en Michel Maffesoli (1973) como referente teórico del concepto.

Según Maffesoli, este resurgimiento del tribalismo (o proceso de tribalización) se debe a que en las sociedades modernas actuales, el ser humano necesita contraponerse al ‘individualismo en masas’ de las grandes ciudades, uniéndose a grupos en donde se siente parte de algo fuera de él mismo. En

⁵ Expresión utilizada por Michel Maffesoli en la versión en portugués del libro “O tempo das tribus” que significa estar juntos porque si, sin otra razón que esa.

estas tribus los jóvenes crean y recrean su identidad a partir de algunas características comunes. Algunas de estas son los significados compartidos, el espacio físico, una imagen específica que cumple la función de que todos se sienten parte del mismo grupo. Según Maffesoli la tribu urbana funciona como comunidad emocional y tienen un fuerte componente afectivo. En palabras del autor *"...privilegiaria a função emocional e os mecanismos de identificação, de participação que lhe são subseqüentes (...) nunca será demais insistir: à autenticidade dramática do social corresponde a trágica superficialidade da socialidade. Já demonstrei, a propósito da vida quotidiana, como a profundidade pode ocultar-se na superfície das coisas. Daí a importância da aparência... No sentido indicado acima, a estética é um meio de experimentar, de sentir em comum e é, também, um meio de reconhecer-se."*(Maffesoli, M. 1987:108)

Esta neo tribu en particular no tiene un proyecto político ni de cambio macrosocietal; no se encasilla en ningún partido político y tampoco le interesa. No manifiestan ser parte de ninguna ideología y podría decirse que tienen una forma de ver el mundo similar con respecto a lo que desean como neotribu que es estar juntos y reconocerse en un grupo en donde se sienten unidos e importantes, dentro del cual pueden ser famosos y relevantes ya que en cualquier otro ámbito de la vida pueden sentirse perdidos o sin importancia en la masa. En palabras del autor:

"Não podemos deixar de assinalar a eflorescência e a efervescência do neo-tribalismo que sob as mais diversas formas, recusa reconhecer-se em qualquer projeto político, não se inscreve em nenhuma finalidade e tem como única razão ser a preocupação com um presente vivido coletivamente." (Maffesoli, M. 1987:105). Es decir que las tribus funcionan como un refugio para el individuo, por eso su fuerte compromiso emocional.

La estética cumple una función importante en términos de conformación de identidad y es la de reconocerse como grupo en relación a los otros que no son miembros del grupo. Esta neo-tribu en particular utiliza una vestimenta llamativa que rompe a propósito con lo clásico y que se resume básicamente a pantalones justos y coloridos (chupines) diversos accesorios y un peinado extravagante que requiere mucho trabajo y prolijidad.

Por otro lado los Floggers como tribu urbana cumplen la característica que presenta Maffesoli de que estas no suelen ser muy duraderas y es por esta razón que las relaciones que se dan dentro de ella son tan intensas;

"De fato, ao contrário da estabilidade induzida pelo tribalismo clássico, o neo-tribalismo é caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão (...). Através de sucessivas sedimentações constitui-se a ambiência estética da qual falamos. E é no seio de tal ambiência que, pontualmente, podem ocorrer essas condensações instantâneas, tão frágeis, mas que, no seu momento, são objeto de forte envolvimento emocional." (Maffesoli, M. 1987:107).

Esta misma intensidad de la que hablamos hace que la neotribu sea tan significativa para sus miembros que encuentran en ella su forma de pensar y de sentir. Por eso es que suelen ser cerradas hasta el punto de generar rituales a seguir que determinan la pertenencia a ella. Estos rituales se realizan en un territorio específico y cumplen la función de compartir la experiencia física en espacios concretos en donde se da la interacción interpersonal. En el caso de los Floggers existe además del Fotolog como territorio virtual y simbólico de encuentro, las reuniones que se dan los fines de semana en el Montevideo Shopping (entre otros).

Todos estos elementos que conforman una exterioridad de los miembros en cuanto a vestimenta, accesorios, música, bailes, lenguaje único, rituales, formas de pensar, apropiación y resignificación de un territorio determinado, hacen que se conforme en la neo-tribu un grupo que es único y diferente a todos los demás construyendo así una identidad colectiva.

Modernidad líquida

“Ser o no ser, vivir es elegir...”⁶

La época que vivimos, definida por Bauman como “modernidad líquida”, es el escenario perfecto para el cambio, lo dinámico, lo rápido. Las cosas fluyen, se transforman rápidamente. En las zonas con más desarrollo tecnológico de nuestro país las filiaciones sociales adscriptas de antemano como podían ser antes la etnia, lugar de nacimiento, clase social, trabajar en determinado lugar, familia entre otras, ya no determinan nuestras vidas e identidades a rajatabla. Hablar de identidad e intentar definirla significa, justamente, **que es cada vez más indefinida**; dice Bauman que “...*la construcción de identidad se ha trocado en experimentación imparable*”. (Bauman, Z. 2005:179).

Dentro de esta búsqueda de identidad intentamos generar relaciones que nos satisfagan individual y momentáneamente. Según el autor la sociedad nos cría como consumidores natos, esto es lo que nos da identidad. “*En una sociedad de consumo, compartir la dependencia del consumo- la dependencia universal de comprar- es la conditio sine qua non de toda libertad individual; sobretodo, de la libertad de ser diferente, de <<tener identidad>>*”. (Bauman, Z. 1999:90).

Como muchas cosas, las relaciones humanas también han sufrido modificaciones desde la aparición de Internet. La posibilidad de interactuar a partir de un avatar genera nuevas posibilidades y le da un significado diferente al concepto de “amistad”; en palabras del autor:

“A diferencia de las “verdaderas relaciones”, las “relaciones virtuales” son de fácil acceso y salida. Parecen sensatas e higiénicas, fáciles de usar y amistosas con el usuario, cuando se las compara con la “cosa real”, pesada, lenta, inerte y complicada.” (Bauman, Z. 2005:5).

⁶ Parte del repertorio de murga “La Mojigata” 2010

En este contexto de liquidez tenemos herramientas que nos permiten saciar el deseo, las ganas de cosas nuevas todo el tiempo. El Fotolog es una de ellas, en la cual los jóvenes que la utilizan como forma de generar amistades, encuentran en la página una gran cantidad de personas con el mismo fin. Internet genera posibilidades de conexión y desconexión que son instantáneas e ideales para este tipo de sociedad.

Identidad. Presentación del yo.

“La búsqueda de identidad es la lucha constante por detener el flujo, por solidificar lo fluido, por dar forma a lo informe.” (Bauman, Z. 1999:89).

La creación de identidad es un proceso intersubjetivo. Se construye a partir de la interacción de los sujetos con las relaciones sociales en las que cada uno está inserto en un momento histórico determinado. Desde nuestra subjetividad nos interrelacionamos con otros sujetos que actualizan nuestra interacción y forman nuestra identidad. Esto significa que existe una interdependencia entre los procesos sociales y la forma de ver el mundo y a sí mismo que el sujeto tenga en un contexto histórico, económico, socio-cultural determinado.

Cuando hablamos de los Floggers entendemos que tienen una identidad compartida que se construye en base a la presentación que realizan virtualmente y también de forma física; por lo tanto experimentan juntos y se reconocen como grupo. Esta identidad está determinada tanto por la idea que el propio grupo tiene sobre sí mismo, como por la idea que tienen los que están fuera del mismo. A esta última la llamaremos identidad atribuida.

Para describir la identidad de este grupo utilizaremos el concepto de ‘presentación del yo’ de Erving Goffman que problematiza sobre la forma que tienen los individuos de presentarse ante los otros. Para ello es importante definir primero el concepto de ‘fachada social’ que según Goffman es *“la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación.”* (Goffman, A. 1957: 34). La misma se compone por el medio, apariencia y modales que son el sostén de la acción. En el caso de los Floggers en su presentación virtual la fachada sería el Fotolog y todos los ingredientes del formato, además de lo que el actor elija mostrar. A la vez la fachada *“...tiende a institucionalizarse en función de las expectativas estereotipadas abstractas a las cuales da origen, y tiende a adoptar una significación y estabilidad al margen de las tareas específicas que en ese momento resultan ser realizadas en su nombre. La fachada se convierte en una «representación colectiva» y en una realidad empírica por derecho propio.”* (Goffman, E. 1957:17). Es decir que son pautas de acción específicas que institucionalizan una forma de

presentarse que es 'correcta' dentro de los cánones establecidos en una sociedad en determinado momento histórico.

El actor a su vez tiene varias 'máscaras', varias presentaciones que todas juntas forman el 'yo'. La actuación del individuo está determinada por el público en el cuál se presenta, que en el caso de la virtualidad es abierto, nunca sabemos con exactitud quién nos está mirando el perfil, pero sabemos que lo mirarán y esto ya nos determina. Esto requiere que esté muy bien preparado en todas las fotos y genera una dificultad extra en controlar las posibles 'disrupciones' que pueda haber entre su actuación virtual y físico real.

En el caso del 'avatar', sucede que el personaje tiene herramientas de presentación que no tiene en el mundo físico-real y su fachada es el Fotolog. El *avatar* es más permisivo para realizar cambios complejos y la característica en especial que tiene es que solo queda dentro del personaje. Se puede realizar una revolución estética en nuestro 'yo virtual', para ese momento y ese personaje sin alterar el resto. Enmarcados en un contexto en el cual la estética es muy importante y las identidades muy cambiantes, desde la virtualidad podemos movernos al ritmo 'fluido' de la modernidad, dentro de lo que *somos* podemos cambiar de apariencia y sentimientos todo el tiempo.

8. Diseño metodológico

"Cuando se me planteó (contará más tarde) la exigencia de medir la 'cultura', vi que la cultura debía ser precisamente aquella condición que excluye una mentalidad capaz de medirla."⁷

a) Implicancias metodológicas

La presente investigación fue realizada con técnicas cualitativas ya que por razones ontológicas, es decir, la naturaleza del fenómeno que hemos escogido estudiar y basándonos en nuestros objetivos, vemos que todos ellos están formulados bajo el supuesto de que la realidad creada, el "nosotros" de esta neotribu urbana es intersubjetivamente generado. Ese mundo es interpretado de una manera diferente a la que nosotros interpretamos de esa experiencia: las experiencias que ellos viven son diferentes a las que vivimos en nuestra adolescencia, y de las que vivimos ahora. Nuestras bases generacionales y nuestros 'conocimientos de receta' son diferentes, y eso nos va a permitir ver la diferencia y analizar mejor esa instancia.

Por eso utilizamos una metodología para poder comprender el sentido de sus acciones y cómo estas ayudan a construir el fenómeno que investigamos. El marco teórico tiene implicancias metodológicas y resumiremos a continuación las principales según los autores.

⁷ Adorno, Theodor citado en Matterland, A. & Matterland, M. (1997): "Historia de las teorías de la comunicación" (Pág.: 53)

Schutz plantea que el científico social debe construir una metodología de 'tipos ideales' o 'métodos de motivaciones' para comprender las acciones subjetivas de los actores, en el sentido weberiano, es decir 'dotadas de sentido'. Para poder comprender por qué se juntan, cómo conforman su identidad, que significado tienen sus interacciones, cuáles son los motivos que los llevan a actuar de la manera que actúan, etc. Para la metodología cualitativa es real lo que los actores creen como real en su interacción diaria. Desde esta perspectiva lo que es real depende del sentido asignado y no de cualidades de las cosas⁸.

Por otro lado, para Berger y Luckmann acercarse a la cotidianidad de los sujetos en cuestión es imprescindible para entender su realidad social. Simmel plantea que para el análisis es necesaria la descripción exhaustiva de cada situación. Cuanto más describamos, más específico es el caso; y, desde el interaccionismo simbólico Goffman propone el análisis dramático de lo que llama 'la presentación del yo', la presentación del individuo, con el objetivo de descubrir en el análisis mismo de la vida microsocial la razón de la presentación y su sentido. El planteo se basa en el estudio de la vida social como 'actuaciones' (co-presencia física, público o auditorio y personaje representado). En la interacción cara a cara se identifican un marco físico concreto, que delimita un escenario, y el preestablecimiento de fachadas.

b) Unidad de análisis

La unidad de análisis de este proyecto es el grupo humano que conformaba la neo-tribu montevideano Floggers en el año 2009. La unidad de análisis es **colectiva**.

c) Justificación metodológica y técnicas utilizadas

❖ Muestreo

Teniendo en cuenta las características teóricas del proyecto y la elección de técnicas de recolección y análisis referentes a la metodología cualitativa, se consideró que la forma de muestreo más adecuada es la teórica. El criterio utilizado para decidir el cese del muestreo fue la *saturación teórica*, momento en el cual se comienzan a encontrar ejemplos similares que se repiten y ninguna información adicional surge en el campo.

❖ Explicación de técnicas de recolección y trabajo de campo

Fue debido a nuestro marco teórico que elegimos como una de las técnicas fundamentales la observación etnográfica⁹. Ésta fue realizada en dos ámbitos diferentes de realidad, tanto para la

⁸ Schutz, Alfred (1962) "Hablamos de ámbitos de sentido y no de subuniversos, porque lo que constituye la realidad es el sentido de nuestras experiencias, y no la estructura ontológica de los objetos" (Pág: 215)

⁹ Entendida como observación cualitativa externa en la cual el observador registra acontecimientos, conductas no verbales, comportamientos, etc., y a su vez no pertenece ni participa en el grupo que es objeto de estudio.

presentación del individuo en forma virtual (etnografía virtual¹⁰) como para la cara a cara. Analizamos dentro de la observación los escenarios o ‘fachada’ en los que se realizaban las interacciones, desde el montaje que realiza el actor hasta su acción misma.

A la vez utilizamos el concepto de Sorokin ‘vehículos conductores de significación’; *“La mayoría de las interacciones dotadas de sentido entre los seres humanos no ocurren por percepción extrasensorial, sino mediante la cooperación de los vehículos sensoriales -acciones externas y objetos materiales- que exteriorizan, materializan, objetivan y socializan las significaciones inmatrimales.”*(Sorokin, P. 1966:78).

Estos vehículos pueden ser simbólicos *“...influyen sobre la otra parte, no tanto por sus propiedades físicas como por la significación simbólica que se le atribuye, -o físicos- (...) aquellos en los cuales las propiedades físicas del vehículo conductor son utilizadas por una de las partes para influir sobre el estado mental o las acciones exteriores de la otra.”* (Sorokin, P. 1966:80).

Ambos nos sirvieron como definición para encontrarlos tanto en el mundo virtual como en el físico-real. En el Fotolog tuvimos la oportunidad de observar y dotar de sentido aquellos vehículos de significación simbólicos tales como la fotografía, el color de las letras, los comentarios, los amigos que están atentos a sus actualizaciones, el título de la página y de la foto diaria, entre otros. Se puede incluso definir al Fotolog como **una cadena de significación**. En el análisis que llevamos a cabo en el ámbito físico-real abrimos el espectro a otros vehículos conductores como son los físicos sonoros, vinculados al habla, y además los pantomímicos.

Se analizó el modo de vida del grupo desde afuera, como observadores pasivos y realizando en cada una de las intervenciones una descripción exhaustiva de las situaciones.

Luego de las observaciones se eligieron algunos actores que consideramos importantes dentro de la neo-tribu y se les realizaron entrevistas a través del chat ya que entendimos que se lograría un intercambio más sencillo para ellos por la lógica que eligen para dialogar cotidianamente. La entrevista por Chat tiene como característica la despersonalización, en este sentido, la persona se siente más “segura” en términos de confidencialidad.

También nos fue muy útil la entrevista a informantes calificados¹¹ ya que consideramos que para lograr un entendimiento más profundo del objeto era necesario incluir otras interpretaciones del fenómeno provenientes de diferentes disciplinas, como por ejemplo la psicología y las ciencias de la comunicación.

¹⁰ Entendida como observación de las prácticas e interacciones mediadas por la computadora. En nuestro caso se realizó el seguimiento a 6 perfiles y se tomaron notas de campo

¹¹ Se optó por realizar entrevistas del tipo semi-estructurada, en la cual, según Valles, cuenta con una guía de preguntas y temas a seguir con un orden que no necesariamente tiene que ser respetado. Este tipo de entrevista no se encuentra del todo organizada sino que adquiere forma durante el proceso de comunicación

Por último utilizamos fuentes secundarias tales como videos de youtube como archivos creados por no Floggers sobre los Floggers.

El trabajo de campo del presente proyecto fue realizado entre Marzo y Agosto del 2009 junto con mis compañeras Cecilia Cabrera y María Noel Abba.

El campo se dividió en dos etapas fundamentales: la primera fue de **observación etnográfica** realizada en los espacios donde se encuentran los Floggers a realizar el ritual, tanto a nivel virtual (observación de páginas de Fotolog) como físico real (Montevideo Shopping).

Luego de realizada esta etapa del campo se realizaron las **entrevistas** tanto a informantes calificados como a miembros de la neo-tribu Floggers.

Observación etnográfica: A **nivel virtual** se realizaron observaciones prácticamente diarias a distintos Fotologs de miembros de la neo-tribu. Específicamente se recolectaron datos para analizar básicamente la presentación del yo a seis Floggers elegidos luego de la primera observación global.

A **nivel físico real** se hicieron cinco salidas a campo en los días en que la neo-tribu se juntaba en el Montevideo Shopping y alrededores. También se puso el foco en la dimensión de presentación del yo.

Entrevistas: Se realizaron ocho entrevistas a través del chat a los Floggers que consideramos que podían brindarnos la mayor cantidad de información para responder nuestros objetivos representativos en el algún sentido. Se realizaron preguntas que abarcaron todas las dimensiones de análisis.

En simultáneo realizamos las entrevistas a informantes calificados que fueron elegidos de acuerdo a varias disciplinas y puntos de vista. Se realizaron 4 encuentros con: 2 psicólogos (Julio Diperna y Roberto Balaguer), un Sociólogo con actuación en las Ciencias de la Comunicación (Alvaro Gascue) y con la productora de los Floggers en Uruguay (Verónica Caballero).

d) Resumen de corpus de datos logrado

En el anexo se presenta el campo efectivamente logrado con los respectivos análisis de cada una de los siguientes datos:

- 6 observaciones etnográficas de forma virtual a 6 Floggers en diferentes días con las correspondientes observaciones.
- 5 observaciones en el Montevideo Shopping y análisis de las mismas.
- 8 entrevistas vía chat realizadas a miembros de la tribu. Algunos fueron indicados por sus compañeros y otros elegidos por nosotras teniendo en cuenta las observaciones a los Fotolog. Algunas de ellas fueron cortadas y se siguieron otros días, en estos casos se presentan como parte 1, 2 o 3 de la misma entrevista.

- Entrevista a 4 informantes calificados con sus respectivas observaciones.
- Links

e) Plan de análisis¹²

Dimensiones		Muestra	Categorías	Indicadores	Técnica de análisis	
Presentación del yo	Virtual	Observación etnográfica virtual	Códigos	Fotolog (Nombre, título, foto, caption, fotos a la derecha, fotos a la izquierda, comentarios, Gold member, grado de exhibición, Selección de amigos, red de links.	Análisis de los conductores de significación.	
		Entrevista a Floggers	Fachada			
		Entrevista a informantes calificados	Interacción			
	Físico-real	Observación etnográfica físico real.	Entrevista a Floggers	Emotividad	Alusiones sobre la presentación	Análisis de la conversación
				Entrevista a informantes calificados	Descripción de la presentación	
				Códigos	Elementos que confirman pertenencia a la tribu (vestimenta, peinado, accesorios, bailes, uso de la cámara)	
Entrevista a Floggers	Interacción	Alusiones sobre la presentación	Análisis de la conversación.			
Entrevista a informantes calificados	Emotividad	Descripción de la presentación				
Autopercepción		Entrevistas a Floggers	Grado de participación en la neo-tribu.	Alusiones conversacionales sobre la idea que tienen ellos mismos de su identidad.	Análisis de la conversación.	
			Grado de utilización del Fotolog.			
			Proyección a futuro			
Identidad atribuida		Entrevistas a Floggers	Conceptos sobre el grupo	Alusiones en la conversación a rasgos atribuidos a la neo tribu	Análisis de la conversación. Análisis de contenido.	
		Materiales secundarios	Percepciones y atribuciones	Ideas sobre los Floggers presentadas en los videos, programas de T.V y archivos.		
Historia		Entrevista a Floggers	Comienzo, desarrollo y final.	Alusiones conversacionales sobre la historia de la neo-tribu	Análisis de la conversación. Análisis de las observaciones	
		Entrevista a informantes				
		Observación etnográfica				

El presente estudio distinguió cuatro dimensiones analíticas para el abordaje de la temática, a saber: la presentación del 'yo' (virtual y físico real), la autopercepción, la identidad atribuida y la historia.

La primera dimensión analítica presentación del yo virtual se realizó básicamente un análisis del Fotolog como 'cadena de significado' en el cual se describieron las herramientas que tiene la página para crear una identidad virtual. Se realizó un listado de indicadores que se observaron en distintos Fotologs. Por otro lado se realizó un análisis de contenido de las conversaciones con los Floggers ya que dentro de estas, hablan de cómo se visten y describen algunas características de su identidad. Por otro lado, en las entrevistas a los informantes calificados existen alusiones a la presentación del yo de

¹² Para ver el plan de análisis y el análisis por dimensiones ver Anexo: Análisis completo.

los Floggers que también suman al análisis. En la presentación del yo físico real se analizaron las observaciones hechas en el Montevideo Shopping, sus formas de comportamiento, bailes, vestimenta. También se utilizó el análisis de contenido de las entrevistas, tanto a los Floggers como a los informantes.

Para la segunda dimensión, autopercepción, se tomaron en cuenta las entrevistas por chat y se analizó el contenido de las mismas en cuanto a cómo se sienten ellos como grupo, cómo se describen y se reconocen. Esta dimensión está intrínsecamente relacionada con la tercera, identidad atribuida, analizada desde la entrevistas a ellos mismos, así como materiales secundarios que pudimos ver, vemos cómo se habla de ellos por parte de no miembros del grupo y cómo esto a su vez repercute en su autopercepción.

Por último, la dimensión de historia fue interpretada con un análisis de contenido de las entrevistas tanto a los informantes calificados como a los Floggers en las cuales se toca el tema del cambio percibido por ellos. Por otro lado se puede observar tanto en el Fotolog como en el Shopping el pasaje del tiempo debido a las diferencias en las publicaciones y a la magnitud de los encuentros.

9. Análisis e interpretación

A- *Presentación del yo*

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 física que interactúa fuera de la Web; genera insumos para la interacción y refuerza las relaciones; la identidad físico-real y la virtual se codeterminan mutuamente generando ambas obligaciones y demandas al individuo que es parte del grupo.

La principal característica de la presentación del yo de los Floggers es que se realiza en dos dimensiones de realidad diferentes; cada una tiene sus características y su forma de actuar por eso decidimos separarlas en dos subdimensiones: *identidad virtual* e *identidad físico real*. Estas dos actuaciones (virtual y físico real) se co-determinan. El actor intenta mantener una coherencia dentro de las mismas. Sus posiciones, formas de ser, proceder, responder, comportarse, actuar, son similares y acordes a lo que se espera de un Flogger.

En el mundo líquido los seres humanos tendemos a reforzar las interacciones de calidad con cantidad de *conexiones* que nos satisfacen de alguna manera, que multiplican nuestro cuerpo y llenan el vacío existencial que nos deja el hecho de que nos es muy difícil y cada vez más encontramos,

hablar cara a cara con una persona, ya que la velocidad de la vida en las ciudades, las obligaciones y formas de trabajo que existen actualmente ayudan a que la herramienta virtual nos sea fácil y accesible. Cada generación de individuos se adecua al mundo en el que vive. La identidad de esta neo-tribu nace en el ámbito virtual y luego cuando empieza a tomar forma se encuentran para realizar rituales en el ámbito físico real. Esto habla de una apropiación y de una naturalización de las herramientas tecnológicas como ámbito de socialización.

Desde Goffman podemos analizar el fenómeno como diferentes facetas de una misma persona que expresa a través de diferentes 'máscaras' las cosas que la misma le permite. **La parte virtual de la identidad plantea un abanico de posibilidades de variación de la estética que la física no permite por el hecho del límite corporal; de hecho son complementarias una de la otra y contribuyan a la integridad del individuo de la misma manera;**

"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." (Goffman, E. 1957:31)

La finalidad de la presentación del yo en la virtualidad que ofrece el espacio fotolog.com es hacerse de una identidad, es reflejo de su personalidad, de lo que es y de lo que quiere ser y expresar.

A.1- Identidad físico real

La presentación de la misma se da fuera de su identidad como usuario de Internet y lo identifica no solamente dentro de su grupo sino que ante todos los individuos. Esto es fácilmente observable debido a la interacción que se da en el Shopping Montevideo el cual se elige como lugar de realización del ritual por la seguridad, exposición y diversidad de gente que hay en el mismo. Por otro lado se da una especie de "imitación" a los Floggers de Argentina que comenzaron a juntarse en el Shopping Abasto. El fin de semana es estratégico debido a que no tienen obligaciones curriculares y circula mucha gente.

En el mismo los vimos compartiendo espacios con las personas que concurren a él con fines absolutamente diferentes al de ellos. Es decir, **mostrarse vestidos de una misma manera en el medio de un lugar en donde las otras personas no tienen nada que ver con el estilo;** es muy notorio quien comparte los códigos como para sentirse parte del grupo, quien se viste y peina como Floggers, en otras palabras quien "está en la movida". Con esto no queremos decir que se encierran en un lugar para estar solos, todo lo contrario, prefieren llamar la atención y se colocan donde transita más gente. Es entendible que realicen esto como forma de mostrarse ya que vivimos en una

sociedad del espectáculo en la cual la intimidad se muestra, se exterioriza. Las únicas veces que los hemos visto alejarse es en el momento en los cuales realizan actividades del **ritual colectivo identitario** como parejas besándose apasionadamente de forma ensayada o enseñarse pasos de baile.¹³ Creemos importante destacar que en cuanto a su forma de vestir y peinarse no presentan una marcada diferenciación entre los géneros.

Vemos, después de lo dicho, que la identidad se crea por similitudes y diferenciaciones, por rebotes y retroalimentación, de lo proyectado e introyectado.

De acuerdo con aquella observación que hicimos, de la que desprendimos el concepto anterior, nos gustaría hacer referencia al concepto de **proxemia**¹⁴, que analiza las comunicaciones expresadas en los espacios que los seres humanos precisamos para interactuar, para relacionarnos. 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.

La entrevista realizada al Psicólogo Roberto Balaguer aclara un poco mejor el concepto de privacidad que se da en este tipo de grupos en los cuales se da una nueva forma de intimidad 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."*(Balaguer, R. 2009: s/n).

En cuanto a la **privacidad** creemos que se está dando una transformación de la misma, en el sentido de que lo privado se vuelve público, que son características de lo tribal, o neo-tribal, en donde lo privado y lo íntimo están superdeterminados por lo colectivo. El cuidado del yo se exterioriza, pasa del interior al exterior. Esta continua interacción del individuo con la computadora, en una red, conectada a otras personas también con computadoras, hace que se tome como normal el hecho de expresar ciertas cosas en un **lugar de confianza** en el que el individuo generó relacionamiento, vínculos.

Siguiendo con el hilo de la presentación del yo queremos traer a colación un comentario que Verónica Caballero, productora de un staff de Floggers, nos dice al respecto de sus reuniones en el Shopping. **La no presencia de los más populares en la misma forma, parte de un proceso de 'distinción-emulación'**; los que se distinguen dentro del grupo son los que no comparten este

¹³ Análisis de observación nº 4

¹⁴ Concepto tomado de diccionario y prenociones nuestras.

encuentro y aquellos que todavía no adquirieron esa popularidad y son 'busca fama', son chicos que necesitan ser vistos.

Este fenómeno está directamente relacionado con la edad. Generalmente los 'distinguidos' son los Floggers con más años (más específicamente entre 18 a 20 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. Dentro de los Floggers que quieren emular observamos que se da una especie de jerarquía que está representada por individuos que tienen rasgos más acentuados, que tienen una postura y forma de hablar más segura y respetable.

Sabemos, porque lo hemos analizado en las entrevistas vía Chat, que en un momento los Floggers que hoy son más populares se juntaban en el Shopping, pero que la cuota de fama y la mercantilización del movimiento Flogger los alejó de cierto modo de estos encuentros. Aquí vemos la tan mencionada influencia de una realidad sobre la otra. **Los que adquieren fama en el Fotolog por el hecho de tener muchas firmas y subir muchas fotos diarias modifican el comportamiento en el espacio físico-real, pero a su vez los que quieren adquirir popularidad utilizan este mismo proceso al contrario, mostrándose adquieren popularidad en el Fotolog; es una co-determinación de las realidades.**

Emular es el estímulo de una comparación valorativa que nos empuja a imitar, a aspirar a ser como aquellos con los cuales tenemos la costumbre de clasificarnos. Veblen concibe al hombre como agente, y es por esta característica que menciona que tiene gusto por el trabajo eficaz y desagrado por el esfuerzo inútil; a este instinto Veblen lo denomina '*instinct of workmanship*'. A través del mismo es que explica los procesos de distinción y emulación: "*El resultado es que el instinto del trabajo eficaz se exterioriza en una demostración de fuerza que tiene sentido emulativo*" (Veblen, T. 1985:26). No en vano la producción estética, la preocupación por la apariencia, la ropa escogida, la cantidad de horas invertidas en el 'trabajo sucio', hace que el yo quede presentado de una manera tan particular.

Con esto queremos decir que la producción es perfeccionista. El compromiso es grande y la competencia es detallista, no cualquiera se transforma en un modelo a seguir ya que para ello hay que cumplir muchos requisitos: **el peinado** debe ser similar y seguir un estilo determinado, por ejemplo el pelo lacio planchado sin ningún tipo de onda (no hay Floggers con pelo enrulado) con grandes cerquillos que llegan a cubrir gran parte del rostro y que muchas veces es complementado con un arreglo poco peinado en la parte de atrás en contraposición a la prolijidad del que cae sobre la cara. Otro requisito fundamental es la ropa. **Es bastante difícil encontrar tonalidades oscuras en las mismas**, es como una ruptura con lo clásico que prácticamente no aparece. Creemos que es una forma de llamar la atención muy notoria ya que genera un quiebre entre lo que es del grupo y lo que

si lo es. Estos dos requisitos de pertenencia al grupo son lo que más se perciben desde el exterior del mismo, son las características más marcadas de los Floggers. Esto nos lleva al análisis que realiza Simmel de la moda en el cual dice que la función de la misma es:

“...por un lado la inclusión en un grupo de iguales. la unidad de un círculo caracterizado por ella, y precisamente por eso el cierre de este grupo a los que se sitúan más abajo, la caracterización de éstos como no pertenecientes a aquél. Unir y diferenciar son las dos funciones básicas que se conjugan aquí de manera inextricable...” (Simmel, G. 1938:29).

De todo lo anteriormente mencionado dejamos especialmente para el final un elemento que es, a nuestro entender, el objeto que más los identifica y que nos dará el puntapié inicial para comenzar el análisis de la **identidad virtual**: la cámara de fotos o celular con cámara. **La cámara es el nexo entre la realidad física y la virtual**, lo que nunca puede faltar es la foto, la representación visual de la presencia en el lugar.

“El sujeto se funde con el objeto, desaparece, se disuelve como en el Matrix. Esa doble o múltiple presencia, según el caso, presenta algunas complicaciones cuando el cuerpo material reclama estar solamente aquí.

Las necesidades del cuerpo son sentidas como intrusismos que desarticulan la relación inmersiva con la red. Ese estado de fusión con el objeto que provee una ilusión de simultánea presencia aquí: sentado; y allá en la escena observada, es un estado del cual es difícil salir. Por eso, el <<volver al cuerpo>> es sentido por las personas como una limitación a sus posibilidades de licuidificación y multipresencia a través de las redes. Volver, desconectarse es molesto, obliga a recordar la existencia de un cuerpo limitado.” (Balaguer, R. 2005-2006:2).

1.1- Lo primero que es necesario responder con respecto a la identidad web es lo que nos preguntábamos en nuestros objetivos: el origen de la necesidad de la creación de la misma por parte de estos adolescentes. El aprendizaje cognitivo que se da en la infancia con la cercanía a los juegos de computadora o consola de juegos, hacen que tengan esa facilidad para comprenderse dentro de los mecanismos cibernéticos. Balaguer menciona que los adolescentes de ahora no solo nacen en un mundo en el cual la relación con la computadora es común y lo adquieren como normal, sino que además ellos no tienen la capacidad de concentrarse en un tópico por mucho tiempo. Están permanentemente cambiando, son multipresentes. Es así como la computadora forma parte de su vida y constituye un elemento más de socialización. La identidad web se da naturalmente por el hecho de que en el pasaje de la socialización primaria a la secundaria, la misma es una vía, como todas las demás tradicionales, para socializar.

Los límites de la identidad web son más laxos, el círculo del individuo se cruza con muchos otros que sería imposible que sucediera con una identidad físico real, permite una cantidad de libertades que la identidad físico-real no, pero **la virtualidad es una dimensión de la identidad, y no una identidad distinta**, por ello es imprescindible tener en cuenta, que siempre hay un actor por detrás de la interacción y aunque se hable dentro de la virtualidad de comunidades virtuales, éstas son formadas por actores disgregados en el espacio físico.

Hechas estas aclaraciones comenzaremos con el análisis de la presentación de esta identidad virtual que es necesariamente detallista y exhaustivo ya que son varias las cosas a observar. **Las herramientas de distinción en este medio son sutiles** y están fuertemente ligadas a la presentación físico-real, es decir, como dijimos anteriormente las distintas realidades se co-determinan.

En primer lugar para ser Flogger se debe tener una **cuenta en el sitio Fotolog.com**, y además de ésta, el usuario debe tener una especie de **adicción a la página que genera que se le dedique de cuatro a seis horas diarias (o más) de mantenimiento**. Fue por eso que le dedicamos gran parte de la investigación a la observación de los usuarios de Fotolog.com.

La mayoría de estos chicos suben fotos todos los días, y aquellos que son **usuarios gold, más de una por día, de manera de reforzar la identidad**. Como cada vez que actualizan o suben una fotografía aparecen en la red de links de cada usuario que lo tiene como amigo, cuanto más veces suba, más veces podrá aparecer. Hay una especie de interés por ser reconocido, visible, famoso dentro de ese ámbito.

Los chicos son los encargados de **diseñar los fondos de pantalla, las fotos, el color de letra en el que escribirán, y en el que van a escribir sus amigos, son encargados de la apertura del libro de comentario, y a su vez del texto debajo de la foto o imagen que publicarán. Ellos mismos son los que crean esa ambientación en la página, que toma el lugar de reflejo de su identidad**. Son productores de su imagen y manejan las herramientas de edición perfectamente. La legitimidad del Flogger va de la mano con la cantidad de amigos que se tenga y también la cantidad de firmas. Lo que importa no es la **calidad** del contenido de lo escrito, sino la **cantidad** de comentarios. Esto genera una especie de 'libertad' que le permite al usuario expresarse sin preocuparse tanto por lo que expone ya que cuando tienen "fama" se respeta más al usuario independientemente de la foto del día.

En esta sociedad del espectáculo hay una carrera que corren los chicos por conseguir la popularidad. Las firmas y formas de elogios funcionan como 'gratificación' entre ellos; constituyen el mecanismo por el cual el Flogger experimenta la sensación de pertenencia al grupo.

Los chicos se manejan con códigos para lograr la mayor cantidad de firmas posible entre ellos, aunque sea el mismo usuario que firme varias veces. Puede ser que se las pidan entre ellos, también

usan el texto debajo de la imagen o foto que suben para anunciar la premiación a quienes les firman, a veces también dejan su comentario en los usuarios de otros chicos pidiendo firmas en el suyo, entre otras cosas que mencionamos en las observaciones de los usuarios de Fotolog.com. Tal es así, que este mecanismo ha llevado 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: están dejando un mensaje; de manera de sumarle una firma. Es un ritual que no se piensa, es obligatorio¹⁵.

Esta transformación del significado de los comentarios lo podemos ver como una *tragedia* en el sentido de Simmel, ya que el fin no es el contenido del mensaje sino el mensaje en sí. La objetivación se vacía y adquiere lógica propia. El comentario en un principio se realizaba sobre las fotos, los usuarios comentaban sus opiniones sobre la imagen y el texto debajo. Hoy se ven realmente pocos comentarios que aludan a la imagen o texto, o si quiera a la continuidad de las imágenes que ha subido el usuario. Es trágico porque lo que coacciona a los Floggers es lo que salió de ellos mismos. Es un proceso que se fue desarrollando durante los años de esta investigación y nosotros lo pudimos observar, porque no comenzó siendo de la manera en la que terminó. Esto quiere decir que la imagen también pierde su cometido inicial que no era dado por la estructura de Fotolog.com, sino por el sentido que le atribuían los usuarios.

“Se trata de la lógica inminente 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.” (Simmel, G. 1988:227)

En una de las entrevistas realizadas a Mazzefflow nos menciona, incluso, que muchas veces utiliza el espacio debajo de la imagen para promocionar eventos, reuniones o fiestas organizadas por otros, por los mismos lugares bailables o por los staffs. **La lógica de la fama, el cuidado de la estética y el consumo de una imagen se convirtió en el eje principal de la participación.**

Continuando esta interpretación sobre la *presentación del yo – web* queremos referirnos con especial cuidado al **lenguaje** que utilizan. Lenguaje que es solamente escrito como usuarios de Fotolog.com. Se ve en ellos la necesidad de transmitir a través de los *emoticones* más información que lo que los caracteres de la escritura cibernética les pueden ofrecer. Así los comentarios van

¹⁵ Baudrillard, Jean (1998): “Ya no estamos en el drama de la alienación, sino en el éxtasis de la comunicación. Y este éxtasis sí es obsceno. Obsceno es lo que acaba con toda mirada, con toda imagen, con toda representación. (...) Ya no es la obscenidad de lo oculto, reprimido, oscuro, sino la de lo visible, de lo demasiado visible, de lo más visible que lo visible, la obscenidad de lo que ya no tiene secreto, de lo que es enteramente soluble en la información y la comunicación”. (s/p)

acompañados de un sentimiento que se expresa a través de un rostro. Debemos destacar que una de las caritas más usadas por los Floggers fue, o es, la que simula vergüenza sonrojando los cachetes.¹⁶

Por mucho tiempo los chicos aparecían en las fotos o imágenes que subían al Fotolog tapándose la boca con el puño de su mano cerrada, de alguna manera traduciendo este emoticón del que hablamos anteriormente. Este es un indicio del proceso de ida y vuelta entre las subjetivaciones de las objetivaciones de las que habla Simmel, entre las expresiones de los chicos y las lograditas de la computadora, que a su vez, intentaron, en su creación, parecerse a las caras de las personas.

Por esta razón fue que agregamos la categoría de la *Emotividad* dentro de esta subdimensión; nos indicaría ese plus en la interpretación del comentario que están haciendo, una expresión de rostro que expresa una emoción.

Sobre los códigos de lenguaje que los chicos que estudiamos utilizan podríamos decir que no solo se trata de la introducción de expresiones faciales, sino que también se extiende a las frases. Le agregan letras 'H' al final de las palabras, o simplemente multiplican las vocales (en su mayoría, pero también pueden ser consonantes) en la mitad o final de las palabras. No solo transformaron el lenguaje para comunicarse entre ellos de manera que dijera lo que realmente querían expresar, sino que también lo resignificaron. Un lenguaje que dice lo que tienen para decirse.

Este lenguaje de nuevos códigos está volcado a sentimientos. Lo que nosotros encontramos como excesivo en la expresión de los mismos es normal para ellos. Al punto de determinar que quien se expresa de esta manera es verdaderamente perteneciente al grupo. Al entender de Gascue, estamos ante una **"hiperexpresividad de afectividad"**, que dentro de esta deformación del lenguaje que no ve como llamativo, lo encuentra como 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 Balaguer y Diperna, Gascue 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**. Balaguer dice en la entrevista que le realizamos: "(...) en este sentido es muy importante el papel que juegan los otros. Y esto se conecta también con las emociones que hablábamos hoy. El apoyo de los otros es sumamente importante. Y esto hace a lo que denomino el sostén del 'self'. **Las redes sociales actúan como sostén**, distribuido entre todos los contactos."¹⁷

La fotografía representa un pasado reciente, es el acceso a una vivencia. Fotolog se traduciría entonces, en una bitácora de momentos y vivencias transmitidos en forma de imagen, que a su vez el

¹⁶ Esta carita viene predeterminada en el MSN y se escribe :\$. El resultado es una carita (emoticon) avergonzada con los cachetes sonrojados.

¹⁷ Entrevista a Roberto Balaguer.

sistema de Fotolog.com como página permite el acompañamiento de la foto con un texto, que no siempre se corresponde con la descripción de la imagen, o tiene algún tipo de relación con la misma. Volvemos al concepto de resignificación, en este caso aplicado sobre la imagen.

Nosotras nos preguntamos qué es lo que expresan estos chicos en la foto que no logran expresar en la relación cara a cara. Corresponde hacer esta pregunta simplemente porque al subir la foto o imagen al Fotolog esta, la mayoría de las veces, sufre cambios, modificaciones hechas con ciertos propósitos por parte de los chicos, como podría ser, verse mejor. **Se busca una perfección que el mundo real no puede dar**, es decir, se busca una idealidad más aproximada, más apreciable además de elaborada. Los chicos, la mayoría de las veces, no usan la fotografía como una expresión de la realidad tal cual es, sino que es el momento en el que pueden darse el lujo de que la foto también exprese lo que ellos están buscando. Dentro de esa presentación del yo que enmarca el ser usuario de Fotolog.com, la fotografía cumple una función que une una expresión artística tanto como de la realidad físico-real, en el caso de los Floggers, quienes mayormente, suben fotografías en las que aparecen sus caras y/o cuerpos.

Llama la atención en algunas fotos la intención que hay de respetar el **estereotipo de belleza** que existe en nuestra sociedad. Muchas veces los *modales* adoptados recuerdan las poses usadas en las publicidades que vemos en la televisión. Caras atrevidas, coquetas. Peinados perfectos, poses ensayadas. Hay una tendencia en las fotos que va más allá de las características estéticas que tiene la neo-tribu.

Suben imágenes posando. Incluso, la mayoría de las veces, quienes sostienen la cámara son ellos mismos. **El autorretrato, con la intención de expresar su misma imagen para la que produce un peinado y una vestimenta, es una forma frecuente de comunicación a través de la foto, característico en este grupo.** El hecho de que la mayoría de las veces sean fotos sacadas por ellos mismos nos da la impresión de que es el momento en el que sintieron que debían sacarse la foto porque tenían ganas. Para poder hacer esto es necesario portar una cámara de fotos digital o un teléfono que la tenga para que no haya límites de momentos a registrar; las fotos pueden ser sacadas en un instante en el cual posan con cara de distraídos o fotos que quieren representar en una mirada o postura una cantidad infinita de sensaciones. Eso sí, **ninguna foto es espontánea.**

La forma de funcionamiento de la página Fotolog.com ha creado una necesidad de actualización de la foto que se ha vuelto una dinámica característica de este grupo. La actualización rápida de la foto permite que el nombre de usuario y la foto actual de su página aparezcan en la página principal del Fotolog de otro usuario. El hecho de que esto funcione así hace que muchas veces se intente **cambiar rápido la foto ya que es una forma de mostrarse más tiempo en las páginas de usuarios ajenos** en las cuales aparte de la nueva foto aparece un link de acceso directo al usuario que

renovó la foto. Esta característica es muy importante porque está directamente relacionada con otra de las prácticas y aspiraciones de los Floggers. Por ejemplo, el hecho de ser **usuario “gold”** permite subir más de una foto por día y esto permite actualizar más veces la página; esto tiene un supuesto implícito, más allá de que sabemos que todos piensan bien la foto que van a subir, el que no es usuario gold (que generalmente son los Floggers menos populares) tiene una única chance por día de presentarse a través de ella y a menos gente porque **cuantos más amigos tiene un usuario, en más “perfiles” aparece.**

Si observamos con atención los comportamientos de los usuarios vemos que estos varían según la jerarquía de los mismos. **Los usuarios más visitados no tienen la necesidad de firmar en todas las fotos ajenas pidiendo que le firmen en el suyo**, esta en realidad es una práctica casi exclusiva de los usuarios que necesitan que su Fotolog.com sea visitado. 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. Esta necesidad de los Floggers menos conocidos de ser visitados hace que tengan que mostrarse más en el Shopping. Como anteriormente habíamos mencionado cuando hablábamos de que los “busca fama” eran los que se mostraban en lugares públicos estratégicos no es sino la otra parte del proceso que explicábamos anteriormente. **Las carencias de una realidad se intentan compensar en la otra.**

Esta idea nos retrotrae a la teoría de los círculos de Simmel en el cual el cruce de los mismos hace que la persona desarrolle un ‘espíritu público’; es decir, si la cantidad de círculos es creciente el individuo es cada vez más conocido en su objetivación.

Avalando la idea de la integración de los códigos (y otras cosas) en el lenguaje asociado con la identidad virtual Balaguer nos mencionó en la entrevista que **“Me parece que la identidad digital debe ser cuidada cada vez más y no se trata ya de la vieja identidad virtual, la identidad falseada del chat, sino de la identidad que se va forjando en la red a medida que uno va interactuando y dejando huellas digitales.”**¹⁸

Todos los elementos del Fotolog y la forma en que este grupo los utiliza son *vehículos conductores de significación*. La página web Fotolog.com para cada usuario está compuesta de estos, tanto la fotografía, como los links, y colores que utilizan para la presentación de su yo virtualmente. Estos tienen propiedades simbólicas como medio en el que transmiten significado, siempre y cuando se compartan las pautas culturales. Lo importante aquí es lo que transmiten y no los vehículos por sí mismos. Importa que ellos sepan de qué se trata lo que transmiten las fotos. Otra aplicación podría

¹⁸ Entrevista a Roberto Balaguer.

hacerse sobre los comentarios que ellos se hacen, y lo relevante es que **transmiten el significado** que analizamos anteriormente, la **emotividad** y el **sentido de pertenencia** al mismo grupo y los diferencia.

Sorokin nos permite decir que la socialización se da por medio de los *vehículos conductores de significación*, que evidentemente concuerda y termina de cerrar lo que explicamos anteriormente en esta interpretación sobre las relaciones que tienen ellos en ambos espacios, físico-real y web.

"En nuestro mundo fluido, comprometerse con una sola identidad para toda la vida, o incluso menos que para toda la vida, aunque sea por un largo tiempo aún por venir es arriesgado. Las identidades están para vestirlas y mostrarlas, no para quedarse con ellas y guardarlas (...)" (Bauman, Z. 2005:188).

El fenómeno que analizamos está enmarcado en esta época que llamamos de modernidad líquida en la cual muchos individuos, incluso los Floggers eligen **sentirse parte de un grupo** donde expresar su identidad, de algo más grande que su propia individualidad para apaciguar el sentimiento de soledad que se tiene en las grandes masas. De alguna forma esta es una de las razones, entre otras, por la cual eligen ser parte del mismo. Para los 'Floggers' este espacio virtual es un círculo al cual pertenecen y es fundamental en su vida cotidiana.

Los Floggers **son una neo-tribu urbana** que tal como Maffesoli teoriza **dura poco y son muy intensas**. En el caso de los Floggers podríamos decir que estos se agrupan no con un fin común, sino porque **cada individuo tiene la necesidad de compartir con otros sus propias vivencias**. No tienen un objetivo común o propósito colectivo, sino que se unen por el hecho de vivir un momento individual, de satisfacción de deseos, juntos; en otras palabras, funciona como una **válvula de escape** a este sentimiento de soledad del individuo moderno.

El punto en el que vemos una de las mejores conexiones con la teoría que expone Maffesoli es en el hecho de que las neotribus presentan rápidas transformaciones, cambios, que se acompañan con la forma de vida en la modernidad. Esto justamente es lo que sucede con los Floggers, que si bien más adelante interpretaremos directamente la dimensión de la historia, es preciso mencionar que mientras realizábamos la investigación que nos llevó dos años **la neotribu mutó mucho hasta el punto de desaparecer. Se resignificó y se transformó**. Hubo un tiempo en el que fueron cambiando de estilo a medida que la moda cambiaba. No solamente acontece con los Floggers, sino que sabemos por nuestro acervo de conocimiento, que estos rápidos y constantes cambios han aparecido en otras neotribus, como **los emos o los glam** (si es que podemos tomarla como una diferente, de lo contrario sería un antecedente de la transformación para convertirse en Flogger). *"Essa nebulosa afetual permite compreender a forma específica assumida pela socialidade em*

nossos dias: o vaivém massas-tribos... De fato, ao contrário da estabilidade induzida pelo tribalismo clássico, o neo-tribalismo é caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão...” (Maffesoli, M. 1987:107).

Las comunidades virtuales son grupos de pertenencia, y como tal responden culturalmente a procesos de representación e interacción simbólica. Tanto la moda que utilizan, los códigos que comparten, la forma de vestirse, la apropiación de espacios (en el Shopping y en la web), el estar al tanto de las reuniones que hacen, las fiestas que organizan y los encuentros, la pertenencia a un grupo, la lógica en las maneras de actuar, todas estos ingredientes hacen de los Floggers una neo-tribu.

Otra de las características del grupo es la emotividad mediante la cual expresan sus sentimientos. Maffesoli explica que aún en lo más simple o superficial se demuestran cosas muy profundas. Antes de realizar la investigación teníamos un cierto prejuicio hacia lo que creíamos exagerado, pero en realidad lo que se demuestra con esto es la importancia que tiene este colectivo para sus participantes por el hecho de ser el soporte emocional tan importante en la etapa de la adolescencia. Muchos de los testimonios que tenemos avalan esta idea ya que para ellos es muy importante la pertenencia a la tribu para poder conseguir amigos y conectarse con gente nueva todo el tiempo.

En relación con esta línea de pensamiento y analizando el Fotolog específicamente como producto cultural de la sociedad de consumo, vemos cómo respeta esta lógica de lo descartable. La actualización de la imagen es fundamental y debe ser cambiada por lo menos una vez por día porque si no queda obsoleta, no sirve. Este mecanismo mediante el cual se actualiza el ritual es parte de las reglas del juego y está sumergido en un mundo en el cual la tecnología funciona como una forma de control en la cual los Floggers entienden que la web es el único lugar donde pueden ser ‘ellos mismos’. Ahí sienten que nadie puede reprimirlos. Son realmente libres; pero, ¿serán libres realmente?

Para finalizar con esta dimensión y analizando únicamente el discurso de los miembros del grupo, aparentemente no tienen problemas para la inclusión de personas o nuevos miembros, ya que según ellos no importa la orientación política o condición religiosa o económica, sino que lo importante es vivir el presente compartido. Su discurso es que no discriminan a nadie. Pero esto no es tan así; entre líneas se puede ver que existe una clara referencia negativa hacia los planchas, que podrían ser considerados en términos de Mead como el ‘otro significante’ negativo de los Floggers.

Por otro lado, específicamente hablando de su comportamiento sexual podemos decir que tienen una concepción abierta ya que defienden las distintas opciones de relacionamiento y muchos las eligen y muestran. Hay muchos homosexuales que tanto en las fotos como en los encuentros lo exponen. **Este es uno de los puntos fuertes de su identidad el hecho de mostrarse iguales sin**

importar el género. A veces es difícil identificarlos y esto hace que se genere discriminación hacia el grupo desde afuera de la neotribu que analizaremos más adelante cuando interpretemos la dimensión de la **identidad atribuida.**

Luego de la interpretación que hemos hecho hasta ahora nos vemos en condiciones de respondernos a la pregunta sobre el **carácter** de las identidades. **Podemos decir que la identidad virtual y la físico-real no son opuestas, son complementarias y son una misma identidad, hay una co-determinación de las realidades.** Estamos en condiciones de realizarnos la pregunta de **por qué sienten la necesidad de recurrir al encuentro cara a cara.** Y es aquí entonces que traeremos a colación a Schutz, para explicar la unión entre las subdimensiones de la presentación del yo. Las personas que se juntan en el Shopping **refuerzan la identidad** y viven físicamente el 'nosotros' porque se reconocen en el otro.

Bajo el supuesto de una "experiencia" compartida con otros, vemos la necesidad del encuentro cara a cara como una forma de compartir en el presente sin intermediación de tiempo, la misma actividad. En este sentido, es importante la corporeidad, "*ver el sí-mismo de su semejante como una totalidad indivisa en un presente vivido y por consiguiente (...) a mí mismo como actuante en un rol, como un mí.*" (Schutz, A. 1974: 207) Así es que vemos los encuentros cara a cara como una manera de complementar el 'nosotros' creado en la web, y hasta podríamos decir de resignificación.

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, por ejemplo lo que demora un usuario de Fotolog.com en responder a otro sobre su pedido de firma en sus comentarios. Lo que Schutz denomina *durée* es similar cuando los individuos comparten una experiencia, pero no la compartirán en la interacción vía Fotolog.com porque esta es mediada y mediata, cada uno hará las interpretaciones de los diferentes acontecimientos dentro del Fotolog.com, como comentarios o mismo de las fotografías, en diferentes momentos y de diferentes maneras. **Sólo cuando se da la intersección del tiempo cósmico con la *durée* es que, según Schutz, podemos hablar 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, cara a cara, y poder adquirir la percepción de las otras personas de una manera más completa.

2- Esto nos da el puntapié inicial para entrar en la interpretación de la dimensión de la **autopercepción.** Los datos que más nos sirvieron para hablar de esta dimensión son las entrevistas por chat ya que en ellas fue donde tuvimos la posibilidad de preguntarles como se sentían con respecto a la pertenencia a la tribu. Nos encontramos con varias sorpresas en las respuestas de los mismos.

Empezaremos por mencionar las diferentes respuestas que encontramos a la pregunta de si se consideraban Floggers o no. Algunos nos decían que sí, dentro y fuera del Fotolog, es decir que asumían una identidad compartida con otros miembros del grupo. Otra clase de respuesta que encontramos fue que habían sido Floggers, pero que en la actualidad habían dejado de serlo por distintas razones que nos nombraban. Y por último encontramos algunos que nos decían que no, pero que sus actitudes tanto en el Fotolog como en su forma de mostrarse en el espacio físico-real contradecían la afirmación.

Pero bien, antes de continuar con la interpretación queremos aclarar que nosotras no tenemos la intención de encasillar a alguien que cree no ser Flogger como parte de la tribu, pero tenemos que intentar tener presente, que las respuestas que ellos nos dieron pueden estar condicionadas por la percepción negativa que tienen las personas que no pertenecen a la tribu de los que sí lo hacen. Esta última afirmación está muy vinculada con la dimensión identidad atribuida como ya dijimos anteriormente en la definición de las mismas.

Hechas todas las anteriores salvedades intentaremos comparar, para así poder interpretar, lo más objetivamente posible, las respuestas efectuadas por ellos con las formas de actuar de los mismos tanto desde el Fotolog como fuera del mismo.

Comenzaremos con /mazzeflow2. La entrevista que mantuvimos con él fue muy rica en contenido y desde el principio de la misma él nos dejó claro que no se considera Flogger. Lo que en realidad nos llamó la atención de la afirmación fue el hecho de que a él lo habíamos contactado porque algunos Floggers nos dijeron que era de los más populares y nos pasaron el nombre de usuario. Hablando con él, nos contó que no se viste como Flogger y que por su apariencia no lo es. Decidimos entrar a su Fotolog para ver como era el mismo y qué características tenía.

Cuando accedimos por primera vez al mismo nos encontramos con lo que era para nosotros un Flogger típico, no solo por su foto sino por la cantidad de amigos que en ella comentaban. Los mecanismos de comunicación que utilizaba eran también comunes en una persona que pertenece a la tribu y tenía interacción con otros usuarios. No solo eso, sino que al ser de los Floggers más populares tenía redes de links que invitaban a videos en los cuales él aparecía como Flogger, por ejemplo: “los Floggers más lindos de Uruguay”. Con esto nos dimos cuenta de que a él lo consideran Flogger ya que entra en la categoría de los más lindos de los mismos. Es uno de los usuarios más visitados en Fotolog y nos cuenta que tiene más de cuarenta mil agregados. A nosotras no puede dejar de surgirnos la pregunta de por qué él niega ser Flogger pero sigue las prácticas de los mismos dentro del Fotolog.

¿Qué es lo que realmente determina el hecho de la pertenencia? Para él hay una serie de requisitos que hay que cumplir que ocasionalmente coinciden con lo que él realiza. Nos dice que no

se percibe como Flogger, pero que realiza las actividades que tienen que ver con la tribu porque lo retribuye, le es conveniente. Trabaja para una productora, tiene beneficios como entradas gratis a un boliche, promocionar una marca y recibir ropa gratis. Todo esto por ser líder popular de una tribu de la cual no se siente parte; todo el esfuerzo realizado para ser admirado y famoso dentro de un grupo del cual él no pertenece.

Realmente no podemos afirmar ninguna conclusión única acerca de su carácter, ya sabemos que lo que el individuo cree como real es real en sus consecuencias. Por eso creemos que es válido preguntarnos si la respuesta que nos da acerca de su condición está influida por la creencia que ellos tienen de que la sociedad tiene una visión negativa de ellos; aún más en el caso de mazzeflow que tiene dieciocho años y sigue en esta movida, aunque para él, casualmente, no hay edad para ser Flogger.

Con /shodamianchus nos ocurrió una cosa más interesante aún que la anterior, él se siente Flogger cuando está en Fotolog.com, fuera del mismo es la sociedad la que le atribuye esta característica debido a su presentación del yo, pero en realidad lo que determina finalmente la característica de Flogger es el Fotolog.com y no otra cosa. La opinión que tiene acerca de los Floggers es que se trata de una moda a la que luego se le sumó una estética que es la que todo el mundo asocia con los Floggers, pero que en realidad lo esencial está en el Fotolog. Quizás es por esta opinión que cree que sólo es importante tener un usuario en Fotolog.com ya que no ve como necesaria la instancia de encuentro cara a cara con el resto de los componentes de la tribu.

Al igual que mazzeflow, él le saca un provecho comercial al hecho de ser Flogger además del hecho de que gracias a esto conoció a muchos de sus actuales amigos. Es uno de los populares y referencia de muchos, es consciente de su popularidad y parece muy orgulloso de ello.

Luego de terminada la interpretación de las dos entrevistas anteriores nos gustaría realizar una reflexión antes de continuar. Es inevitable que nos surja la pregunta sobre qué es lo que realmente determina que un individuo se sienta como perteneciente a un grupo y qué relación hay entre este sentimiento y la conveniencia en la pertenencia al mismo. Para contestar esta interrogante nos servimos de la ayuda de Merton y su concepto de 'grupo de pertenencia'. Los dos casos anteriormente descritos presentan alguna de las características que según el autor son necesarias para ser definidos como parte de un grupo. Los dos frecuentan la interacción con miembros tradicionales, otros los definen como pertenecientes y en el caso de damianchus se siente parte del grupo, mientras que mazzeflow no lo hace.

Otros casos también entrevistados nos han dicho que sentían una especie de vergüenza de ser Flogger. Este es el caso de laredii la cual forma parte del Staff de Floggers, todo el mundo le dice que lo es, pero a ella no le gusta decir que forma parte de la tribu. El caso de niqito es diferente, fue

Flogger pero ya no lo es, le pareció que ya era suficiente de chupín, pero que mantiene los peinados característicos de la tribu. Más allá de esto sigue manteniendo relación con amigos de la época que continúan siendo Floggers. Por último nos queda el caso de soiiichupinazul que se considera Flogger por la manera de presentarse tanto en la web como en el espacio físico. Y para terminar con los que dejaron de ser Floggers, tenemos el caso de picodulce que nos comenta que dejó de serlo un poco por aburrimiento y también por el hecho de que era muy discriminado en su condición.

A la única entrevistada que vimos absolutamente convencida y orgullosa de su condición fue a Maru. Una chica que nos cuenta que se siente Flogger en todos los ámbitos de su vida y que su meta es llegar a ser muy conocida y tener muchos amigos. Piensa que es una moda y espera que dure mucho ya que le encanta ser parte de ella. No quiere pensar en el hecho de que pueda desaparecer o no, prefiere vivir el presente de la misma.

Luego de presentadas las grandes opiniones que tuvieron los entrevistados acerca de su autopercepción y con algunas observaciones realizadas en sus Fotologs y otros lugares donde aparecían, estamos en condiciones de realizar algunas afirmaciones que creemos necesarias.

En primer lugar nos parece que la idea que ellos tienen acerca de lo que la sociedad piensa de ellos, influye directamente en la definición de ellos mismos como miembros de la tribu.

Por otro lado nos surge la siguiente pregunta: ¿quiénes son los que realmente se sienten Floggers sin dudarlo? Según testimonios de los Floggers entrevistados y ayudándonos de comentarios y teoría hemos concluido que en realidad **los que mantienen intacto el sentido de pertenencia son los jóvenes generalmente más chicos, que estaban comenzando a ser parte de la tribu y necesitan sentirse así porque encuentran en ésta un refugio en la etapa de crecimiento y crisis de la personalidad.** Esta exacerbación es típica de las personas que comienzan a frecuentar el grupo y que necesitan la aprobación de los otros para sentirse seguros.

Por 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. Sobre este aspecto Diperna nos comentó en la entrevista que es un proceso normal 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”¹⁹. Esto es justamente lo que pensamos que sucede con estos jóvenes, más allá de que nosotros creemos que este fenómeno tiene la particularidad de la creación de una identidad virtual, esta también se agota y termina siendo parte del pasado.

¹⁹ Entrevista a Julio Diperna

3- Con respecto a la tercera dimensión, **identidad atribuida**, explicaremos cómo esta se relaciona con, y determina directamente a, la autopercepción de los Floggers y a los fines y expectativas que tienen dentro de la neotribu. Luego de institucionalizada esta identidad, en términos de Berger y Luckmann, la sociedad la reconoce, la estereotipa, la define, la cuestiona, y con esto termina influyendo en ella.

Obviamente la percepción desde afuera del grupo en cuestión va a ser mucho más gruesa, menos específica, y seguramente no va a tener el acervo de conocimiento de los que sí forman parte de la misma. En este sentido va a definir desde otra perspectiva procesos que se dan dentro de la neotribu. Dicho esto, cómo reacciona este grupo ante la atribución o colocación prejuiciosa, podríamos decir, de tales características o subjetividades. La tribu entonces, ¿la internaliza?, ¿la rechaza?

Lógicamente, por el propio proceso de la sociedad, un grupo no puede no verse afectado por este tipo de atribuciones, se trata de una retroalimentación, porque no son ermitaños, viven en sociedad y están en permanente interacción. Esto ocurre desde que existen las formaciones en grupos, las tribus. Pero lo que destacamos de esta neotribu que estudiamos es que el entorno es cada vez más influyente por el hecho de que existen dentro de él fuertes herramientas de creación de opinión, a través de los medios de comunicación.

En referencia a lo anterior, vemos conveniente la aplicación de la teoría de Riesman, según la cual los Floggers serían individuos que pertenecen al lo que él llama individuo dirigido por los otros. Este se caracteriza por tener una amplia dependencia con su entorno, que hace que estructure hasta los aspectos más propios de su personalidad. Las actitudes, o las formas de actuar, de estos individuos pueden ser modificadas según expectativas y preferencias de otros. En palabras de Riesman:

"...lo de que es común a todos los individuos dirigidos por los otros es que sus contemporáneos constituyen la fuente de dirección para el individuo, sea los que conoce o aquellos con los que tienen una relación indirecta, a través de amigos y de los medios masivos de comunicación. Tal fuente es, desde luego, "internalizada" (...) Las metas hacia las cuales tiende la persona dirigida por otros varían según esa orientación: lo único que permanece inalterable durante toda la vida es el proceso de tender hacia ellas y el de prestar profunda atención a las señales procedentes de los otros."(Riesman, D. S/F:32)

Las consecuencias son inimaginables. Creemos que los medios de comunicación afectaron de tal forma a esta neotribu que transformaron a la esencia de la misma. Numerosas son las apariciones de los miembros de ella en diversos programas de televisión que a través de las afirmaciones que realizan conforman conceptos acerca de ellos en personas que desconocen la naturaleza del grupo, la cual, la mayoría de las veces no la respeta.

En numerosos discursos de los Floggers se define a lo que nosotros llamamos neotribu simplemente como una moda pasajera que no va a durar y que no tiene carácter de grupo. No podemos dejar de detenernos en este punto y creemos que no fue una moda en sus inicios. La transformación de los fines de los cuales hablaremos más adelante, es consecuencia de un proceso de mutación que comenzó cuando los Floggers empezaron a mezclarse con grupos de productores que los contrataban por el hecho de ser populares y esto obviamente generaría una actitud de consumo por parte de otros jóvenes que se vieran identificados por el modelo.

Son los Floggers mismos quienes recurren a una productora en los inicios, **para que la noticia**, con el fin de que la sociedad conozca esa nueva forma de relacionarse, **salga a la luz**. Dentro de todo este proceso, encontramos la particularidad de la imitación a Floggers en Argentina, cuando hablamos del comienzo en la relación de este grupo con los medios de comunicación. Queremos demostrar la intencionalidad por parte de los Floggers.

Creemos firmemente de que en un principio la razón de ser de esta neotribu no era la actual. La función que cumplía el grupo era de carácter emotivo, era conocer amigos, ser parte de algo compartido por los otros, como dice Maffesoli 'estar junto à toa'. Esta fue absolutamente modificada a tal punto que hoy en día lo único que importa es ser popular, marcar tendencias y estar expectante de la firma del otro, que no es más que decir, repetidamente, "pasate", "firmame", "effes?" y cada vez se ve menos la firma especial para un amigo.

La otra cara de este proceso es la manera en que la neotribu adquiere nuevamente aquella información que pasó por medio de la prensa y atravesó al resto de la sociedad. Cómo toman ellos esta resignación de todos los flujos de información. Porque además, no nos olvidemos de que el resto de los individuos de la sociedad también son de carácter *dirigido por los otros*.

Hemos llegado a grupos en Facebook que expresan su odio puntualmente en los Floggers, y en algunos casos, particularmente a algunos de ellos. En los programas de televisión a los que han ido, muchas veces los han ridiculizado, pero 'con respeto'. Sabemos de noticias de asesinatos de Floggers por el hecho de serlo simplemente. Existen videos en youtube en los que también se expresa el rechazo, se habla muy mal de ellos hasta el punto de burlarse de que existan. El vox populi refiere a que los Floggers no sirven para nada, que están todo el día en el Fotolog, que son unos tontos. Esto ha creado consecuencias tales que fomentan la desetiquetación del Flogger como tal. El ser Flogger, para muchos, se ha convertido en un estigma.

No podemos saber cuál es exactamente su opinión acerca de lo anteriormente explicado, ni cómo lo piensan; sabemos lo que sabemos por las entrevistas vía chat y nos parece que es nuestro máximo acercamiento a su forma de pensar. Por ello es que nos atrevemos a decir que **la vuelta de la imagen en espejo por parte de la sociedad que reciben los Floggers, pueden o no**

absorberla. Pueden enfrentar todos estos estigmas, rechazarlos, aceptarlos o simplemente sentirse heridos. Eso dependerá de cada uno de los individuos que pertenecen a la tribu. Osamos decir, en este sentido, que chicos como Mazzefflow no han aceptado ese tipo de estigmas, y optaron por rechazar su pertenencia a la neotribu.

Nos gustaría terminar la interpretación de esta dimensión con dos frases que no necesitamos explicar, "Son chicos que consumen mucho internet y vive la mayoría del tiempo pensando en su imagen, sacándose fotos y consumiendo muchas marcas de ropa". "Conseguir evento y prensa para que los chicos se luzcan, porque decir Flogger es casi lo mismo que LUZ, PRENSA, NOCHE...etc".²⁰

Nos gustaría ser más gráficas para la representación de la identidad atribuida, y por ello pondremos en anexo la imagen que se encuentra en GOOGLE al buscar la palabra Flogger.

4- La **historia** de este grupo tiene un inicio, un desarrollo y un final. Surge como parte de un movimiento más grande que se empieza a gestar en Buenos Aires por el año 2007 y que llega rápidamente aquí debido a que la virtualidad no entiende de fronteras. Según los propios protagonistas el movimiento comienza como una forma de conocer gente, de juntarse para hacer amigos, de divertirse, de conocer personas para salir a bailar, de interés por chicas o chicos del sexo opuesto.

De esta manera se vuelve popular el Fotolog, por amigos de amigos, al punto de comenzar una construcción de redes ampliando los círculos sociales. Muchos de ellos mencionan que en una primera instancia comenzaron a conocerse y a relacionarse por medio de la virtualidad, a través de Fotolog.com. Por su lado, Gascue nos comentó que sería bueno estudiar los orígenes, porque si se trataba de un movimiento cuyo origen primero se daba en base a Internet, estaríamos bajo un **nuevo concepto de relacionamiento**. Cuando hablamos de floggers entonces hablaríamos de un movimiento originario del Río de la Plata.

Se dio con mucha naturalidad la creación de una amistad a través de la red debido a que los integrantes de la tribu son nativos digitales y en la construcción de identidad adquieren las facilidades tecnológicas como elementos dados, naturales del mundo exterior que los rodea. Luego cuando adquirieron más confianza e identidad como grupo comenzaron a juntarse en el Montevideo Shopping. Mazzefflow nos comenta el hecho de que en un principio eran unos pocos chicos que se conocieron como usuarios de Fotolog.com y que luego combinaron para reunirse en el Shopping. Damianchus comenta algo similar, empezó con el Fotolog y luego se enganchó más profundamente

²⁰ Análisis de entrevista a productora

en la movida. Al igual que Damianchus, Maru también dice que todo comienza en el Fotolog, y de ahí el nombre de la neotribu: Floggers, quien dice que viene de ‘Fotologgers’

Todos los entrevistados coinciden en que fue 2007 el momento en el que comenzó a gestarse el movimiento, cuando era auge tener una cuenta en Fotolog.com.

Para mediados de 2008 juntarse en el Shopping era furor. Lo que comenzó siendo un grupo de diez o veinte chicos Floggers en el Shopping, terminó llegando hasta trescientos. Uno de nuestros entrevistados vía Chat nos cuenta cómo se da la relación entre ambos tipos de encuentros *“el flog es un medio de comunicación - se intercambian imágenes y mensajes - a través de él, estos encuentros cyberneticos vamos a decirle - se pasó a el encuentro real - entonces se ligan las 2 cosas - porq vos conoces a alguien por el flog - o te conocen por ahí - y dsp te los encontras - o te encuentran a vos - a mí me paso mil veces”*²¹. El conocerse a nivel virtual hace que nos hagamos una idea previa de la persona, ya la vimos aunque no la conocemos y al momento de conocerla físicamente esta idea se nos hace presente y tenemos una herramienta más de interacción.

Siguiendo un orden cronológico, estamos en condiciones de interpretar los relatos de una informante calificada en especial, como lo es Verónica Caballero, quien por un tiempo se mantuvo en contacto directo con los Floggers. Queremos dejar escrito en esta parte de la historia, cómo es que los Floggers comenzaron a salir en la televisión, a publicitar ropa, a mostrarse mediáticamente. Ella nos cuenta que acudieron a ella, por medio de amigos, Floggers con intenciones de promocionarse como una nueva tribu, como un nuevo fenómeno: a presentarse ellos. Es así que ella los dirige, “siempre sin intención lucrativa”, y los acerca a los medios, como productora de televisión. Desde entonces ella conforma un staff de chicos, que le pedía que eran los más significativos de la tribu, es decir, para entonces quienes tenían más firmas, o reversas, o amigos en el Fotolog; algunos por cumplir los requisitos de belleza que pedía el staff, y finalmente, mencionado por otros entrevistados, quienes lograban un pico de firmas subiendo fotos “escandalosas”, que llamaban la atención, como lesbianas besándose.

A partir de esta decisión de los Floggers de mostrarse como “figuras públicas” todo empieza a dar un nuevo giro, se vuelve otra cosa porque entran en el mundo de la publicidad que tiene reglas de juego que se imponen. Obviamente el hecho de mediatizarse hace que llegue a muchos más adolescentes que antes, que se integran a la movida ya no con el mismo sentimiento que los primeros, sino como una forma de estar a la moda. Por otro lado los propios protagonistas populares comienzan a utilizar el Fotolog con un fin publicitario en el que muestran ropas nuevas, links de las marcas que los auspician y descuentos para los bailes. Creemos que este momento

²¹ Entrevista a /Mazzefflow. Ver anexo 2.2.1 entrevistas.

puede coincidir con el comienzo de los comentarios sin contenido, repetitivos en los que los jóvenes nuevos y desconocidos que intentan llenar el muro de firmas de los más populares para que los mismos le contesten y hacerse públicos ellos mismos. Es decir que el fin cambia.

Los entrevistados nos comentan que se empiezan a unir al movimiento, chicos con otro estilo, de onda más 'cumbiera'. Comenzaron a asistir a encuentros en el Shopping y poco a poco con la inclusión de personas de otros grupos comenzaron a resignificarse los códigos de la neotribu misma, que como tal, es propicia a cambios y mutaciones por tratarse de un fenómeno enmarcado en la modernidad. La vestimenta, las formas de relacionamiento cara a cara, las poses y fotos que suben al Fotolog cambiaron. Lo notamos empíricamente en los entrevistados, que en el momento de la entrevista eran Floggers, **y ahora parecen más 'cumbieros' o 'wachiturros'**, hablamos particularmente de Laredii y Soiiichupinazul, quien, como su nombre lo indica, usa chupines, pero **su estilo** es otro. Las fotos de los que hoy comparten el mismo grado de popularidad que los Floggers de antes, son más demostrativas del cuerpo y la sexualidad. Cada vez está mejor visto mostrar en las fotos que suben los cuerpos de una manera perfeccionista, con vestimenta más ajustada en las chicas, y todos más vinculados con el fútbol. Los comentarios son más referentes a los barrios de donde son, 'fulanito de tal barrio', y no tanto como los nicks de los Floggers más antiguos.

Otra cosa que notamos es que los **Floggers ya no se juntaban en el Shopping** y poco a poco fueron desapareciendo, no se veían más por la calle y si se seguían juntando en algún lugar, no era lo mismo que en sus comienzos. Aún podíamos ver, si se quiere, a Floggers resignificando su neotribe en la puerta del Shopping, pero repetimos, **no cumplen con las mismas pautas estéticas estrictas de los Floggers de los que hablamos en toda la investigación.**

Además, ya en este momento veíamos que **el Facebook estaba tomando una posición en algunos casos competitiva, en otros complementaria de lo que es el Fotolog.** Los mismos Floggers comenzaron a dejar, dentro de sus redes de links, vínculos con sus perfiles en Facebook, quien a su vez, ofrece otro tipo de herramientas de comunicación entre las personas. De esta manera vemos como la apropiación de la virtualidad por parte de esta neo-tribu fue un paso previo a lo que vemos hoy, una sociedad en la cual **la creación de identidad virtual está institucionalizada.**

"Extrapolando, de maneira heurística (...), é possível dizer que, paradoxalmente, são os valores tribais que, em certos momentos, caracterizam uma época. Com efeito, estes valores podem cristalizar por atacado o que em seguida vai difratar-se no conjunto do corpo social. O momento tribal pode ser comparado ao período de gestação: alguma coisa é aperfeiçoada, provada, experimentada, antes de decolar para uma expansão maior" (Maffesoli, M. 1987:30).

Podemos decir entonces que la neo-tribu llegó a su final por mediados del 2010. Está dentro de lo esperable en esta sociedad del cambio, en la que al individuo le es difícil, y aún más en la adolescencia, aferrarse a una identidad.

“Las comunidades de guardarropa se improvisan durante el tiempo que dura el espectáculo y se vuelven a dismantelar enseguida una vez que los espectadores recogen sus abrigos de los percheros del guardarropa. (...) Si los compromisos (...) <<no tienen... sentido>>, uno se siente inclinado a cambiar una identidad, elegida una vez y/o todas las veces, por una <<red de conexiones>>” (Bauman, Z. 2005:72)

10. Conclusiones

Creemos relevante comenzar estas conclusiones afirmando que los objetivos planteados por esta investigación fueron alcanzados con éxito.

Específicamente hablando de los principales puntos dentro de la investigación, cabe resumir y puntualizar lo que se pudo observar en torno a los Floggers en Montevideo, definidos como neo-tribu que realiza la presentación del yo tanto de manera física como virtual.

Los Floggers son una neo-tribu urbana que surge en el 2007 y se consolida en el 2008 en un contexto sociocultural de apropiación de las herramientas digitales que hace que los mismos tengan una fuerte interacción mediada por computadora, específicamente en la página Fotolog.com. En ella crean una identidad virtual, que llamamos *avatar* y que es considerada en esta investigación como una ‘máscara’ más, desde la cual el actor se expresa, interactúa y genera su identidad individual, y también a través de esta, colectiva. Es decir, desde el momento en que se conforma un grupo que tiene características de tribu, en el cual se realiza rituales como la actualización de la foto de forma (por lo menos) diaria, la interacción a nivel físico real en el Shopping, tanto en el Montevideo como en el Punta Carretas (con menos frecuencia); en la cual se utiliza una vestimenta en común, se comparten formas de actuar y de comunicarse, como por ejemplo un lenguaje propio, un sentimiento común ante algunas cosas, y el propio actor se siente parte del mismo, podemos hablar de una identidad colectiva que es inseparable de la individual ya que, más allá de que en otros aspectos de la vida el Flogger no actúe como con los miembros de la tribu, el hecho de reconocerse como tal, lo convierte en parte de un grupo, de cuya identidad él forma parte.

A su vez estas dos presentaciones del yo, la virtual y la físico-real, están codeterminadas, es decir que hay coherencia entre ambas y no se dan disrupciones, ya que cada foto que suben, cada pose, cada texto, cada palabra está medida. **Estas identidades son inseparables, son dos dimensiones diferentes de un mismo individuo, más allá de que cumplen funciones distintas.** Es indudable que para este grupo en particular, la interacción virtual es mucho más importante que

la física, es más, sin ella sería imposible pertenecer a la tribu, si sos Flogger tenés Fotolog. La presentación del yo virtual a través del Fotolog con una 'fachada' específica (medios, apariencias y modales) que es el marco de la actuación varía individualmente de colores, letras, títulos, pero está institucionalizada, es decir que hay patrones que hay que seguir al momento de sacarse una foto, por otro lado comentarla, abrir el libro de comentarios, cerrar el libro, etc. En referencia a lo anterior es importante señalar que existe una especie de jerarquización en la tribu en donde los que más firmas tienen son los más populares y líderes y por otro lado los que quieren 'emular' ya que no son conocidos. Estos cumplen funciones diferentes y su actividad dentro del Fotolog es diferente; mientras los desconocidos intentan pasar por la mayoría de los Fotologs, firmarlos y pedir una firma de vuelta (ya que tener un comentario de un Flogger conocido en el muro es una gratificación), los famosos marcan tendencia, suben fotos y cierran el libro de comentarios para generar una especie de expectativa y competencia para ver quien firma primero. El objetivo es aparecer en la mayor cantidad de perfiles para generar así un 'espíritu público' mayor. Esto es un mecanismo que se daba diariamente, y era parte del ritual de pertenencia. Los Floggers más conocidos del Uruguay llegaron a tener aproximadamente 1000 firmas por día.

Aparecer en los medios de comunicación, marcar tendencias de moda, ser famosos, fueron cosas importantes para los Floggers que si bien podemos decir que no era la finalidad en su comienzo se terminó transformando en un fenómeno conocido debido a la presencia de los mismos en la televisión que hizo que se creara una idea de lo que era ser Flogger, casi siempre negativa, y tuvo grandes consecuencias en la identidad de la neotribu. En esta sociedad del espectáculo, una vez que se hicieron conocidos no pudieron escapar de la identidad que les atribuían, y esta, por supuesto fue modificando su propia autopercepción. Llegaron a vivir cosas extremas, como la muerte de un Flogger por su apariencia, consecuencia de una especie de estigmatización que puede haber sido uno de los factores explicativos de su "desaparición".

Por último, pero no por ello menos importante, nos queda hablar de lo que llamamos institucionalización de la identidad virtual y cómo a través de los años que pasaron desde que comenzó este trabajo en el 2009, han cambiado las nociones con respecto a esta realidad virtual que en aquel año estaba gestándose y hoy en día está completamente naturalizada entre las personas que tienen acceso a Internet (sabemos que aún hoy existe una desigualdad de acceso importante). Los Floggers estaban en algún sentido adelantados en el uso de esta herramienta como generadora de identidad y la utilizaban diariamente, muchas horas del día. Eso en el momento era una "locura", la gente no podía creer que una persona fuera capaz de estar tanto tiempo sentada delante de una computadora, "sin hacer nada". Pues, no solamente no era en vano, ya que a través de esta se

reforzaban como tribu y como personas, sino que tampoco era una locura, o sí, pero entonces hoy en día “estamos todos locos”.

En esta investigación fue exploratoria y quisimos aportar nuestro grano de arena en el estudio de un fenómeno que hoy en día no puede ser dejado de lado, sociedades enteras navegan en Internet, se expresan, se presentan, discuten, militan, es decir, viven. Estamos ante una revolución en la forma de comunicación de la humanidad, ha cambiado la forma de expresarse e Internet es hoy un mar de contenidos. A modo de sugerencia esta investigación puede servir de ayuda para el estudio generalizado de identidades virtuales, o particulares, como ser el Facebook, Twitter o Instagram.

11. Reflexiones finales

*Humanidad 3.0*²²

Los Floggers fueron una neo-tribu urbana que duró cerca de tres años y así como muchas se resignificó hasta tal punto que hoy en día ya no existen como grupo, seguramente hoy son parte de otros grupos cada uno con su individualidad. Si pudimos ver, que en el momento final del campo se podía observar una especie de migración hacia el Facebook que hoy en día es la red social que más usuarios tiene en el mundo, y en el Uruguay En el momento en que este trabajo fue realizado, vivíamos un momento diferente con respecto a la utilización de internet como medio de creación de identidades virtuales. Estaba recién surgiendo el boom de las redes sociales y la mayoría de las personas no tenían perfiles en estas. Hoy en día el panorama es bastante diferente.

Nos centraremos básicamente en el Facebook ya que es el principal uso que le dan los uruguayos a Internet. Mientras que en el 2008 (año en que se comenzó esta investigación) el 19% de los usuarios de internet utilizaba redes sociales, hoy en día este número creció al 77%, estamos hablando de más de 1.200.000 uruguayos que utilizan redes sociales y el 99% de estos tienen Facebook; además la mitad de los mismos lo utilizan todos los días²³.

Más allá de que no todos los perfiles del Facebook corresponden a personas físicas sabemos que sí lo hace la gran mayoría, con lo cual estaríamos frente a una *institucionalización* de la identidad virtual, que se crea con el fin de compartir cosas, comentar actualizaciones, colocar fotos, es decir, se **presentarse** virtualmente. Tenemos datos que afirman que un usuario promedio de Internet se conecta 10.1 horas semanales, el doble que hace 4 años.

No podemos dejar de analizar este fenómeno en el marco de esta monografía porque sería no querer ver una realidad que está inmersa en nuestra sociedad. Hoy en día no tener Facebook significa

²² Slogan de Claro, empresa de comunicación celular.

²³ Datos de “El perfil del internauta uruguayo” encuesta realizada por el grupo Radar en Junio del 2012.

perderse de muchas cosas, se podría decir que en algunos sectores de la población es una obligación y un compromiso. Nuestros vínculos físico-reales se plasman allí, se fortalecen. Se da una retroalimentación entre el mundo virtual y el físico-real.

Sin lugar a dudas el boom de este fenómeno está inserto y explicado entre otras cosas con el carácter exhibicionista que se da en nuestra cultura. Porque es una ventana al mundo, nos mostramos sin saber a quién, podemos llegar hasta ser famosos a través de las redes. Es uno de nuestros soportes emotivos y también un excelente agente socializador.

En la actualidad es una práctica común el acceso a las redes sociales desde los celulares mientras se está en compañía de amigos. De hecho este comportamiento ya tiene un verbo específico llamado "*Phubbing*". Esto tiene que ver con la 'saturación del deseo' que necesitamos todo el tiempo debido a los grandes niveles de ansiedad que se manejan en esta sociedad. Las personas cada vez se miran menos a los ojos en la calle, cada vez se habla menos, y sin dudas, ante una situación incómoda, el celular es un gran amigo para meterse en una realidad paralela en menos de un minuto, escapar, por llamarlo de alguna forma de la situación vivida en el tiempo y lugar específico. Somos consumidores de momentos, buscamos siempre lo que nos satisface momentáneamente.

Siempre que comento que me interesa investigar la creación de identidad en el ámbito virtual surgen dudas, cuestionamientos, reflexiones por parte de mis amigos, familiares que tienen que ver con el camino hacia el que estamos yendo en el que no hay vuelta atrás. Siempre que aparece algo nuevo en la sociedad, esta tiende a cuestionarlo, a compararlo con lo anterior. ¿Qué es mejor? ¿Qué perdemos? ¿Qué ganamos como sociedad?

Intentar esbozar las consecuencias que tiene esto para nuestra cotidianidad y cuál es el futuro que nos espera como sociedad nos implicaría realizar otra monografía y no es la idea en esta hipotetizar sobre ello. Simplemente nos interesa mostrar cómo hoy en día es masiva la utilización de la socialización virtual y que el fenómeno Flogger era simplemente un paso previo a lo que se da en nuestros días. Ellos lo utilizaron primero simplemente por una cuestión etaria, hoy lo usamos todos, y seguramente cada vez más a medida que más generaciones se socialicen con la herramienta.

12. Bibliografía

- **Balaguer, Roberto.** Revista "Teknokultura" artículo: "Dos caras de una moneda: fluidez y materialidad en los cuerpos posmodernos" http://teknokultura.uprrp.edu/volumenes_anteriores/Vol_5/pdf/phera/Fluidez%20y%20materialidad%20en%20los%20cuerpos_Balaguer.pdf
- **Balaguer, Roberto.** Revista electrónica "Interlink Headlines News N° 5240 del viernes 5 de junio", Artículo "EDITORIAL FACEBOOK Y LAS ()TIMIDADES - Editorialista invitado Roberto Balaguer Prestes" <http://www.ilhn.com/blog/2009/06/05/interlink-headline-news-nº-5240-del-viernes-5-de-junio/> [Consultado 3 mar 2010]
- **Bauman, Zygmunt.** 2005 "Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos". México. Fondo de Cultura Económica.
- **Bauman, Zygmunt.** 1999. "Modernidad líquida" Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- **Bauman, Zygmunt.** 2005. "Identidad". Madrid. Losada.
- **Berger, P y Luckmann, T.** 1986 "La construcción social de la realidad" Amorrortu, Buenos Aires.
- **Filardo, Verónica.** (compiladora) 2002: "Tribus Urbanas en Montevideo". Trilce. Mvdeo. Uruguay.
- **Geertz, Clifford.** 1980 "La interpretación de las culturas". Capítulos 1, 11 y 15. Gedisa, Barcelona, España. Original de 1973.
- **Goffman, Erving.** (original inglés 1957): "La presentación del yo en la vida cotidiana" Prefacio, Introducción, Capítulo VI y Conclusión. Doubleday Anchor Books, New Cork, USA. 1989.
- **Gutierrez y Delgado.** 1999 "Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales". Síntesis. Madrid
- **Lévy, Pierre** (1995/1999): "¿Qué es lo virtual?". Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona.
- **Maffesoli, Michel** (Original francés 1973) "O tempo das tribos". Capitulo IV y VI. Forense. Rio de Janeiro. Brasil. 1987
- **Platoni, Kara.** 2008 "Seeing is believing". Stanford. Reality Check. Can a virtual identity change you for good? Enero-Febrero 2008, 48-55.
- **Riesman, David.** S/F "La muchedumbre Solitaria". Editorial Paidos. Buenos Aires.

- **Schutz, Alfred** 1974: "El problema de la realidad social". Cáp.: "El sentido común y la interpretación científica de la acción humana". Amorroutu Ed., Buenos Aires.
- **Simmel, Georg**. 1986 [original alemán 1901]: "La significación estética del rostro". En El individuo y la libertad. Península, Barcelona, España.
- **Simmel, Georg**. "El concepto y la tragedia de la cultura". En: Sobre la aventura. Península, Barcelona, España. 1968. Original de 1898.
- **Simmel, Georg**. "El cruce de los círculos sociales". En: Simmel Georg: Sociología. Vol. 2. Revista de Occidente Alianza, Madrid, España. 1977. Original de 1908.
- **Sorokin, Pitirim**. "Sociedad, cultura y personalidad". Capítulos varios. Ed. Aguilar, Madrid, España. 1960. Original de 1947.
- **Turkle, Sherry**. (Original 1984) "The Second Self. The computers and the humans spirit" Ed. MIT Press (2005)
- **Turkle, Sherry** 2012. *Connected, but alone?* en TED Talks. Longbeach, California. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=t7Xr3AsBEK4>
- **Veblen, Torstein** (1899-1985): "Teoría de la clase ociosa". Hispanoamérica, Buenas Aires, Argentina.
- **Wikipedia**: <http://es.wikipedia.org/wiki/Fotolog>