

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
COMUNICACIÓN EN EL ESPACIO VIRTUAL, EL CASO DEL
GRUPO FLOGGER EN LOS CENTROS COMERCIALES, EL RECREO Y
CENTRO COMERCIAL ÑAQUITO (CCI) LUGARES DE ENCUENTRO DE
ESTA AGRUPACIÓN**

**AUTORAS:
HAILEEN ZAINAB BÁEZ HERRERA
IVONNE VANESSA NACIMBA LOACHAMÍN**

**DIRECTOR:
JAIME TORRES**

Quito, septiembre del 2013

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE GRADO**

Nosotras Haileen Zainab Báez Herrera, Ivonne Vanessa Nacimba Loachamín autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son la exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, septiembre del 2013

Haileen Zainab Báez Herrera

C.I. 1718812728

Ivonne Vanessa Nacimba Loachamín

C.I. 1719223107

DEDICATORIA

Haileen

A mi madre, mi heroína, quien con su sabiduría, dedicación
y amor es mi guía y fortaleza en el caminar de la vida.

Ivonne

A mis padres, Graciela Loachamín y Fernando Nacimba.
A mis hermanas, Johanna, Gabriela y Paúl.
A Sebastián.
Gracias, porque siempre han sido mi mayor fortaleza,
en la búsqueda de mis sueños.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Politécnica Salesiana,
por su incansable labor de formar profesionales.

A Jaime Torres, quien con sus conocimientos,
experiencia y paciencia fue nuestro guía en el camino final de la carrera.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.....	3
COMUNICACIÓN	3
1.1 Aproximación a la concepción de comunicación.....	3
1.2 Comunicación virtual.....	5
1.3 Aproximación a los modelos de comprensión de la comunicación	6
1.4 Aproximación al análisis de la teoría crítica y los floggers	13
CAPÍTULO 2.....	14
SOCIEDAD TECNOLÓGICA Y RED	14
2.1 Sociedad tecnológica	14
2.2 Internet	17
2.3 Comunidades virtuales.....	21
2.4 Ciberculturas	26
CAPÍTULO 3.....	29
JUVENTUD Y CULTURA.....	29
3.1 Aproximación a la comprensión de la categoría juventud	29
3.2 Aproximación a la definición de cultura.....	35
3.3 Culturas juveniles.....	36
3.4 Tribus urbanas.....	39
3.5 Ciberculturas juveniles.....	43
CAPÍTULO 4.....	47
METODOLOGÍA	47
CAPÍTULO 5.....	52
INFORME FINAL.....	52
5.1 Análisis de resultados	52
5.1.1 Estudio de registro	52
5.2 Campos de análisis.....	56
5.2.1 Análisis del discurso y comportamiento	57
5.2.2 Análisis de la industria cultural.....	60
5.2.3 Análisis del espacio.....	65
5.2.4 Análisis de discriminación	67

5.2.5 Análisis de conflicto familiar	70
5.2.6 Análisis del reconocimiento social.....	71
5.2.7 Análisis del uso de la tecnología y la página web.....	74
5.2.8 Análisis del lenguaje	78
FLOGGERS: ESTILO CULTURAL EN RED	81
CONCLUSIONES	85
LISTA DE REFERENCIAS	87
ANEXOS	91

RESUMEN

Este texto reflexiona sobre la juventud en la era digital y la conformación de nuevos estilos culturales que se han desarrollado en espacios virtuales; para poder abordarlos se presenta en el primer capítulo una aproximación a la concepción de comunicación, así como un recorrido de sus modelos y teorías, tomando como fundamento guía para la investigación a la teoría crítica. En el segundo capítulo se toma como base a la sociedad tecnológica y red propuesta por Castell para adentrarse en el mundo virtual y las nuevas formas de interacción en torno a este, originando el nacimiento de tejidos virtuales. Uno de los sectores que se ha visto mayormente impactado por esta nueva tendencia es la juventud, la cual vive en un modelo cultural distinto al de generaciones anteriores, razón por la cual se presenta en el tercer capítulo una aproximación de la categoría juventud y cultura, para un mejor entendimiento de lo que se concebirá por tribus urbanas, culturas juveniles y ciberculturas. El cuarto capítulo hace referencia a la presentación de la metodología. Y por último en el quinto capítulo se realiza el informe final, una vez realizado este estudio, con éstas bases teóricas, se analiza a la generación digital tomando como grupo focal al estilo cultural flogger, surgido en Argentina a partir de la pasión por el ciberespacio, el que trascendió fronteras y se instauró en el Ecuador. La investigación se realizó en la ciudad de Quito en el Centro Comercial El Recreo, lugar de encuentro de la agrupación, quienes a través de un diálogo participativo relatan sus vivencias y pensamientos.

ABSTRACT

This text reflects on the youth in the digital age and the formation of new cultural styles that have developed in virtual spaces, in order to address them is presented in the first chapter an approach to the design of communication as well as a tour of their models and theories, taking as a basis for research guide to critical theory. In the second chapter builds on the technological society network proposed by Castell to venture into the virtual world and new forms of interaction around this, causing the birth of virtual tissues. One sector that has been largely impacted by this new trend is the youth, who live in a different cultural model of previous generations, why is presented in the third chapter an approximation of youth and culture category, for a better understanding of what tribes conceive by urban youth cultures and cybercultures. The fourth chapter refers to the presentation of the methodology. And finally in the fifth chapter presents the final report, once this study, these theoretical bases, we analyze the digital generation to focus group taking as cultural style flogger, Argentina emerged from the passion for cyberspace, who transcended borders and instill it in Ecuador. The research was conducted in the city of Quito in the Centro Comercial El Recreo, a meeting of the group, who through participatory dialogue relate their experiences and thoughts.

INTRODUCCIÓN

Hasta finales del segundo milenio, varios acontecimientos de trascendencia histórica han transformado el paisaje social de la vida humana. Las nuevas tecnologías de la información están produciendo cambios debido a que sus efectos y alcance no sólo se sitúan en el terreno de la información y comunicación sino que lo sobrepasan para llegar a provocar y proponer cambios en la estructura social.

El presente trabajo de investigación tiene como eje principal el análisis de la comunicación virtual en torno a la juventud, en el caso de la agrupación flogger, quienes han destinado como lugar de encuentro los centros comerciales de Quito. Los diferentes cambios que se han dado a raíz de la revolución tecnológica, las transformaciones de los espacios, lenguajes e ideologías, despiertan el interés de estudiar a los jóvenes en este medio, que son los mayores beneficiados o afectados dentro del marco de la globalización y mercantilización. La finalidad del estudio es identificar los procesos culturales y sociales que intervienen en la consolidación del grupo, para un mejor entendimiento de las prácticas significativas de los sujetos actuantes y por lo tanto sus experiencias y sentidos de acuerdo a las condiciones generales en las que se desenvuelven.

Para desarrollar este tema es necesario hacer un análisis de las diferentes categorías que intervienen en el proceso de conformación de este estilo cultural, por lo que se presenta la investigación a lo largo de cinco capítulos. El primer capítulo hace referencia a la concepción de comunicación y una aproximación a los modelos de comprensión de la comunicación. En el segundo capítulo se toma a la sociedad tecnológica y red abordando temas como internet, comunidades virtuales y ciberculturas. En un tercer capítulo se hace referencia a la categoría de juventud, aproximación a la definición de cultura, culturas juveniles, tribus urbanas y ciberculturas juveniles. El cuarto capítulo el desarrollo de la metodología. Y por último en el quinto capítulo se realiza el informe final, que contiene el análisis de los resultados de las entrevistas conjuntamente con la fundamentación teórica. Con el sustento teórico, se realizó un trabajo etnográfico, donde se describe detalladamente las particularidades de esta práctica social juvenil, a través de campos de análisis y

determinadas técnicas como: la observación ordinaria, la observación participante, la entrevista en profundidad, la entrevista grupal y el estudio de registro.

CAPÍTULO 1

COMUNICACIÓN

1.1 Aproximación a la concepción de comunicación

El primer desafío existente en el campo de la comunicación es el problema de su definición y la polisemia en torno a ésta. Se trata de una temática que empieza a ser discutida a partir de la segunda mitad del siglo XVIII, en el escenario de grandes transformaciones (culturales, religiosas, sociales, políticas, económicas, técnicas).

Para realizar una aproximación de comunicación es necesario hacer un recorrido por su etimología, así como lo hace Antonio Pascuali (2007), quien menciona que:

El latín y los idiomas romances han conservado, afortunadamente, el especial significado de un término griego (el de *koinoonía*) que significa a la vez comunicación y comunidad. También en castellano el radical común es compartido por los términos *Comun-icación* y *Comun-idad*. Ello indica etimológicamente la estrecha inherencia siempre establecida entre comunicarse y estar en comunidad, que no ofrece mayores dificultades a la comprensión, por formar parte de nuestro bagaje lingüístico-conceptual. Se está en comunidad porque se pone algo en común a través de la comunicación. Lo que debe fijarse con claridad es la idea de que poner en común derechos y deberes, bienes y servicios, creencias y formas de vida (todo lo que constituye la esencia de la convivencia de la comunidad y de la sociabilidad humanas), pasa por la capacidad previa de comunicarse y depende del modo, forma y condiciones de dicha comunicación. (Pasquali, 2007, pág. 94)

Es necesario hacer énfasis en que la comunicación no es un epifenómeno de la convivencia, sino su componente estructural básico. Sin comunicación no hay comunidad. Entes comunicados no forman una estructura social. Todo control o modificación de la comunicación revierte en una modificación o control de la sociedad.

Entender a la comunicación como la transmisión de mensajes entre un emisor y un receptor sería caer en un error. Si bien es cierto, este esquema ha servido para simplificar su entendimiento y hacerla accesible a un primer análisis, pero también ha llevado a una comprensión demasiado superficial de comunicación. Prieto Catillo

señala en el esquema tradicional, la reducción de la riqueza del proceso de comunicación. “Lo fundamental es replantear el esquema, pensarlo desde un horizonte más general; desde el contexto que funda el proceso mismo y determina su orientación.” (Prieto Castillo, 1990, pág. 101). Es así como Daniel Prieto C. presenta: “el esquema de comunicación desde la concepción de formación social y marco de referencia o contexto más inmediato. Ellos nos permitirán acudir a una comprensión más global, más en totalidad, de los procesos de comunicación.” (Prieto Castillo, 1990, pág. 102)

Lo primordial del esquema de Prieto Castillo es mirar a la comunicación desde un horizonte más general; desde el contexto y las distintas realidades. Esto permitirá entender como se consolidan las significaciones ya que “uno no es simplemente un emisor, uno es emisor en situación, dentro de un grupo y no de otro” (Prieto Castillo, 1990, pág. 103).

Por otro lado Antonio Pasquali (2007) propone:

Comunicación es la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre. (Pasquali, 2007, p. 56)

Pasquali en su acepción ensambla diferentes factores como la bidireccionalidad de los mensajes, el factor humano y las relaciones que están implícitas en él, desmitificando una comunicación mecánica y unilateral.

Bajo el mismo lineamiento, Paulo Freire manifiesta que: “La comunicación implica una reciprocidad que no puede romperse, y no hay pensamiento aislado, así como no hay hombre aislado” (Freire, 1991, pág. 74), pues nos desarrollamos en un mundo de comunicación, en el que el hombre actúa, piensa y habla en constante interacción con otros hombres.

Alberto Pereira (1999) toma en cuenta componentes importantes al momento de definir la comunicación, al mencionar que:

...hay q considerar la comunicación como un hecho social omnipresente y permanente, producto del trabajo y producción humana y, también como el

medio que permite el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos; vale decir que, la comunicación hay que asumirla como una praxis colectiva que se instituye y manifiesta a través de formas simbólicas, tales como el lenguaje verbal, el arte, los mitos, etc. (Pereira, 1999, pág. 20)

Pereira muestra como la comunicación está presente permanentemente en todos los ámbitos de la vida, en todas las actividades que diariamente las personas realizan sin importar el contexto en el que se desenvuelvan, la comunicación persistentemente se muestra en sus distintas manifestaciones.

En la definición de comunicación no puede aceptarse un predominio del concepto de medio, artefacto transportador de mensajes; frecuentemente se cae en la reducción del fenómeno comunicación humana a medios de comunicación, de forma deliberada o inconsciente. Pero no se puede desconocer que desde las épocas primitivas hasta la actualidad, la capacidad social del hombre ha dependido siempre de su propia capacidad de comunicarse y no de los medios en sí.

Todos los medios de comunicación, antiguos y modernos, son esencialmente aparatos. El mismo McLuhan afirma que, “Los medios actuales, por complejos y sofisticados que parezcan, no son más que aparatos amplificadores de capacidades sensoriales, o sea, son como las extensiones de los sentidos del hombre. Son simples transportadores de mensajes.” (Catells, 2002, pág. 364)

En consecuencia consideramos que la comunicación humana es el proceso histórico, humano, social e interpersonal de intercambios significativos (experiencias, emociones, conocimientos, pensamientos, etc.); cuya importancia radica en la producción, intercambio y percepción, en estado de total reciprocidad, de las distintas realidades cotidianas, estéticas, científicas, tradicionales y otras; siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante en la sociabilidad del hombre.

1.2 Comunicación virtual

Una vez realizado el análisis de la comunicación en términos generales es prudente para el trabajo el enfoque de la comunicación virtual. La que misma que puede

entender como la interacción entre uno o más participantes a través de un espacio virtual con la ayuda de un aparato electrónico. La comunicación virtual se encuentra determinada por el uso de caracteres informáticos en tiempo real favoreciendo la inmediatez con las que las participantes pueden comunicarse ya se intercambiando imágenes, videos, audios y textos.

En la actualidad la tecnología ha permitido que el proceso de comunicación virtual sea mucho más eficiente y preciso, obviamente sin dejar de lado los obstáculos con lo que la conexión pueda encontrarse o como también de los aparatos electrónicos. Se habla de una conexión de redes a nivel mundial.

1.3 Aproximación a los modelos de comprensión de la comunicación

La comunicación es un tema que ha concentrado la atención de (filósofos, psicólogos, matemáticos, antropólogos, etc.), quienes basados en disímiles consideraciones y criterios han formulado teorías para el estudio de la comunicación humana, surgiendo de esta manera las diferentes corrientes, que se presentaron como los caminos teóricos a seguir de escuelas y pensadores.

En la primera mitad del siglo XX surge la corriente funcionalista, cuyo origen se puede encontrar en la biología “cada órgano cumple una o más funciones destinadas a la conservación de un organismo”. (Tella, Chumbita, Gamba, & Gajardo, 2008, pág. 299) Dentro de esta corriente los elementos de una sociedad son interdependientes, cumpliendo distintas funciones dentro del sistema social con el fin de mantener la estabilidad. En esta perspectiva la sociedad es concebida como un “sistema social unificado, donde cada elemento cumple un rol determinado.” (Tella, Chumbita, Gamba, & Gajardo, 2008) Complementando ésta idea Martínez Terrero (2006) menciona:

Según esta teoría, la sociedad es un sistema orgánico autoregulado, que crece (progresar) y mantiene un equilibrio integrado de todas las partes y responde a los cambios del ambiente (Wright, 1975). El sistema debe funcionar por sí mismo con la contribución de todos. (Martínez Terrero, 2006, pág. 22)

Las doctrinas filosóficas que influyeron en la construcción del pensamiento funcionalista fueron el empirismo y el positivismo. El primero entendido como: “la

concepción filosófica, según la cual el conocimiento humano se funda en la experiencia” (Tella, Chumbita, Gamba, & Gajardo, 2008, pág. 222), y el segundo como: “una constante actitud filosófica que procura atenerse a los datos de la experiencia y se opone al empleo ilimitado de la razón” (Tella, Chumbita, Gamba, & Gajardo, 2008, pág. 568), constituyendo una teoría del saber que no admite otra realidad que no sean los hechos, ni a investigar otra cosa que no sean las relaciones entre los hechos.

Dentro de este contexto, en Estados Unidos surgen las Escuelas Norteamericanas e intrínsecamente el desarrollo de la Escuela de Chicago, cuya supremacía en este campo durará hasta la Segunda Guerra Mundial. . La investigación de esta escuela se centra en “el análisis de la ciudad como un verdadero laboratorio social, con sus signos de desorganización, marginalidad, aculturación, asimilación.” (Mattelart, 1997, pág. 24). Además pone bajo observación a la ciudad, interpretada como lugar de la movilización social. Martínez Terrero (2006) complementa este acercamiento mencionando que:

...Sus primeras investigaciones fueron sobre los pobres y los inmigrantes, y el papel ejercido por los periódicos y demás medios. Park elabora en 1921 el concepto de ‘ecología humana’. Las sociedades modernas estarían constituidas por un nivel vital y otro cultural (de éste se haría cargo la comunicación). Elige una sociología del cotidiano, que se apoya en una metodología etnográfica. (Martínez Terrero, 2006, pág. 41)

A partir de 1935, el cuestionamiento de la supremacía de Chicago irá generando espacios para la aparición de otros polos universitarios. Es en este marco donde el politólogo y docente de la Universidad de Chicago, Harold Lasswell instaaura la Mass Communication Research, a través de su libro *Propaganda Techniques in the World War*, donde sostiene que los medios de comunicación han aparecido como instrumentos indispensables para la gestión gubernamental de las opiniones. Para el estudioso, propaganda y democracia van juntas; “la propaganda constituye el único medio de suscitar la adhesión de las masas (...) puede ser utilizada tanto para fines buenos como malos” (Mattelart, 1997, pág. 28); a través de esta visión, Lasswell, le da un carácter de omnipotencia a los medios de comunicación, instrumentos manipuladores de la conducta humana, este actúa según el modelo de la aguja

hipodérmica, “efecto o impacto directo e indiferenciado sobre los individuos atomizados” (Mattelart, 1997, pág. 28)

En 1948, Lasswel publica el modelo por el que será reconocido, en su artículo *Estructura y Función de la Comunicación de Masas*, donde sostiene que “únicamente se puede hablar de comunicación, cuando se pueden dar respuestas a estas cinco preguntas: ¿Quién dice?, ¿Qué dice?, ¿A través de qué Canal?, ¿A quién? y ¿Con qué efecto?” (Martínez Terrero, 2006, pág. 23)

Posteriormente Paul Lazarsfeld, desarrolla sus estudios de la comunicación en la Universidad de Columbia, siendo uno de los principales representantes. Parte de los aportes primordiales de Lazarsfeld es la teoría del two-step flow, donde se comprende al flujo de comunicación como: “un proceso en dos etapas en el que la función de los líderes de opinión resulta decisiva” (Mattelart, 1997, pág. 35). Hay dos escalones, en el primero se ubican las personas que están bien informados directamente vinculadas a los medios de comunicación; y en el segundo, se ubican las personas que dependen de otras para obtener información y por ende tienen menos acceso a los medios. Con este planteo se desplaza la concepción de efectos directos de los medios para pasar a considerar un proceso mediatizado de influencias que se ubica entre los medios y receptores.

El origen de la teoría de la información es un estudio de Shannon y Weaver desarrollado para la *Bell System*, filial de la empresa de comunicaciones *American Telegraph and Telephone* (AT&T). “El tema fundamental de estos estudios matemáticos es la transmisión de mensajes, de manera exacta o aproximada, desde un punto hasta otro punto. La transmisión lineal plantea muchos problemas y las soluciones matemáticas desarrollaron conceptos nuevos, tales como los de ruido y redundancia, canales y equilibrio.” (Smith, 1984, pág. 12). Es decir se ocupa de la óptima transferencia de un mensaje entre dos polos y no así del significado del mismo.

Al modelo de Shannon y Weaver sobre el funcionamiento de la comunicación (emisor-mensaje-receptor), el matemático Norbert Wiener agrega el concepto de retroalimentación, que introduce procesos circulares en el modelo. Como la respuesta a un mensaje condiciona a menudo el mensaje siguiente, la

retroalimentación y la cibernética son claves para comprender la comunicación humana en general.

Complementando esta idea Alfred Smith (1984) menciona:

El trabajo de Wiener, “cibernética”, expone los estudios realizados acerca de estos controles de retroalimentación que se utilizan para guiar proyectiles teledirigidos y automatizar la producción masiva en las fábricas. Estos mismos controles de retroalimentación (*feedback*) regulan también los procesos fisiológicos y mentales del cuerpo humano y son igualmente importantes en la regulación de nuestras relaciones sociales. (Smith, 1984, págs. 29,30).

Por otro lado Robert Parsons, sociólogo americano, elabora una teoría profundamente sistémica: el estructural-funcionalismo. Este pensador al contrario que los primeros funcionalistas, no simpatizaba con una concepción positivista de las ciencias sociales. Hizo hincapié en lo erróneo de esta postura, porque no creía que recogiera el carácter intencionado de la acción humana. “Lo que se necesita es una teoría que tenga en cuenta el hecho de que las personas tienden a un objetivo y que, al mismo tiempo, están condicionadas.” (Ibáñez & Brie, 2006, pág. 176).

Patrick Baert y Filipe Carreira da Silva (2011), citan como el punto de partida de Parsons a:

...el análisis de la estructura subyacente a la acción social, formada por cuatro imperativos funcionales para dicha acción y que permiten la constitución del más amplio sistema social (la sociedad). Pero para dicha constitución es menester la previa emergencia de cuatro subsistemas de la acción (organismo conductual o biológico, sistema de la personalidad, sistema social y sistema cultural) que acaban conformando el sistema social y la diversidad de estatus y roles que presenta. (Baert & Carreira da Silva, 2011, pág. 78)

Consecutivamente, un grupo de Psiquiatras, Lingüistas, Antropólogos, Sociólogos, Matemáticos, entre otros, también conocidos como “Escuela de Palo Alto”, por el nombre de la localidad ubicada en las afueras de la ciudad de San Francisco (E.E.U.U.); plantean la necesidad de la elaboración de un Modelo de Comunicación propio para las Ciencias Humanas. Este grupo de investigadores, entre los que se destacan Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Edward T. Hall, Erving Goffman, Paul Watzlawick, etc., serán denominados como miembros del “Colegio Invisible” dado

que no contaban con una sede universitaria única y formalizada. Para estos teóricos a diferencia del modelo lineal (donde comunicar es transmitir información desde un determinado código), el hecho de comunicar y la comunicación en sí implican construir un sentido en la interacción.

Los primeros trabajos de esta escuela fueron en 1960, y es solo hasta este momento que se desarrollan estudios serios en cuanto a la comunicación e interacción entre los individuos.

Martínez Terrero (2006) destaca los conceptos claves que elaboró el grupo de Palo Alto, estos son:

1. La comunicación se funda en procesos relacionales. Lo importante no es cada elemento por separado, sino su interconexión.
2. Cualquier actividad humana posee valor comunicativo. De ahí su célebre frase: “Es imposible no comunicar”

Así se ha dado más importancia al concepto de comunicación como relación e interacción y no simplemente como una concepción lineal del simple hecho de comunicar.

Consecutivamente, surge una nueva corriente, el estructuralismo, cuyo desarrollo fue en varias disciplinas. Destacaron Ferdinand de Saussure y Roman Jakobson en lingüística, Claude Lévi-Strauss en antropología, Jean Piaget en psicología, y Louis Althusser, Michel Foucault y Jacques Lacan en filosofía.

El estructuralismo es un enfoque de las ciencias humanas que creció hasta convertirse en uno de los métodos más utilizados para analizar el lenguaje, la cultura y la sociedad en la segunda mitad del siglo XX. Se entiende por estructuralismo a la visión totalizadora de un sistema, según la cual las diversas partes no tienen que investigarse por separado. Sólo se puede entender en sus interrelaciones y por sus conexiones con el conjunto.

Ferdinand de Saussure es vital para el desarrollo de esta corriente “su *curso de lingüística general*, compilado después de su muerte por sus colegas y alumnos, es considerado un texto clave en el desarrollo de la lingüística como ciencia, y como la

fundación del estructuralismo y la semiología”. (Payne M. , 2002, pág. 578). Está corriente continuo desarrollándose en Europa por lingüistas posteriores, surgiendo más tarde diversas escuelas estructuralistas, como La Escuela de Ginebra, El Círculo Lingüístico de Praga, y la Escuela de Copenhague.

A partir del estructuralismo, “...que analiza las estructuras no manifiestas y subyacentes del mundo sociocultural, se genera la corriente marxista, fundamentalmente a través de Louis Althusser, Nicos Poulantzas y Maurice Godelier” (del Acebo Ibañez & Brie, 2006, pág. 149), quienes retoman los preceptos de Marx. En este contexto, bajo circunstancias macro históricas (segunda guerra mundial); bajo efectos de presión social y política (nazismo); bajo los efectos sociales, económicos y políticos de la sociedad postindustrializada y fuertemente tecnologizada surge la Escuela de Frankfurt. “Marx Horkheimer, director del Instituto de Investigación social de Frankfort, en su discurso inaugural, anunció la importancia de lanzar un programa nuevo y sistemático de la investigación científica con una teoría marxista de la sociedad” (Payne M. , 2002, pág. 173)

Sus principales pensadores son: Marx Horkheimer, Theodor Adorno, Walter Benjamín, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas, entre otros.

La Escuela de Frankfurt representa una trascendental crítica filosófica y cultural de la actividad de los medios de comunicación de masas, desde una lectura variante del marxismo, “en la que se rechazará tanto el determinismo mecanicista de la ortodoxia soviética, como el positivismo empirista abstracto de la tradición funcional estadounidense de la Mass Communication Research, en el intento por comprender, las contradicciones constitutivas de la nueva producción cultural institucionalizada.” (Sierra Caballero, 2011, pág. 349). En general no están de acuerdo con la llamada sociedad de consumo ya que esta daña las bases de la tradición, la cultura y hace que el hombre pierda su capacidad crítica. Reprochan al capitalismo, porque impone un nuevo modo de producir la cultura, convirtiéndose en mercancía; a la sociedad industrializada y lo que esto conlleva (la producción en serie de objetos, el utilitarismo y la racionalidad técnica), ya que condenaría a la desaparición de la sociedad.

El principal precepto de la Escuela de Frankfurt más que un concepto, es un cuerpo teórico de los pensadores de las diferentes disciplinas adscritos a esta escuela; es así como podemos hablar de la teoría crítica. Teoría que parte de una perspectiva marxista, en la que destacan el papel de las masas proletarias en cuanto a su ascenso al poder, cuestionan el rol de la comunicación en la desigualdad y a los medios en el fortalecimiento de la ideología dominante. “Está dirigida contra una concepción tradicional de teoría que ve a ésta como una acumulación sistemática de saber, cuyo supuesto es la autosuficiencia lógica del acto del conocimiento e ignora o considera irrelevante su inherencia a procesos sociales y formas de vida históricas.” (Tella, Chumbita, Gamba, & Gajardo, 2008, pág. 684)

En 1941 Adorno y Horkheimer escriben *Dialéctica de la Ilustración*, este libro marca el punto fundamental en la evolución de la teoría crítica se consolida el interés por el tema de las industrias culturales y la cultura de masas. Consideran que el principal productor de ideología es la industria cultural, “aparato que gestiona la producción y distribución de los productos culturales de masas a modo de mercancías”. (Boni, 2008, pág. 223) El resultado es una total manipulación del individuo por parte de los productos de la cultura de masas; las películas, los programas radiofónicos, las revistas manifiestan la misma racionalidad técnica (racionalidad de la propia dominación, como el carácter represivo de la sociedad alienada).

Para los Mattelart, “la industria cultural proporciona en todas partes bienes con características de: serialización- estandarización- división del trabajo”. (Mattelart, 1997, pág. 54) Complementando esta idea Mattelart sostiene que la industria cultural fija de manera ejemplar la quiebra de la cultura, su caída en la mercancía. La transformación del acto cultural con un valor comercial, destruye su capacidad crítica y disuelve en él las huellas de una experiencia auténtica.

Dentro de la teoría crítica se desarrolla la teoría de la alienación. En sus primeras obras, Karl Marx denominó alienación como un concepto que “caracteriza tanto el proceso como los resultados de transformar los productos de la actividad humana y de la sociedad (productos del trabajo, dinero, relaciones sociales, etc.), así como las propiedades y aptitudes del hombre, en algo independiente de ellos mismos y que domina sobre ellos.” (Gómez, 2011)

Los planteamientos críticos de la escuela de Frankfurt aunque se desarrollaron casi un siglo atrás, conservan plena vigencia en la actualidad; sigue describiendo acertadamente la situación en la sociedad contemporánea, en la que la dimensión social es intervenida en forma cada vez más profunda por tecnologías de todo tipo, las que crecen a un ritmo cada vez más acelerado; provocando a algunos hombres, poderes y capacidades antes impensadas. En la sociedad mundial actual, las ciencias y las técnicas son los principales productores de ideología, generadora de falsa conciencia entre los hombres, que los mantiene por tanto sometidos a una relación alienada con su situación objetiva de opresión.

1.4 Aproximación al análisis de la teoría crítica y los floggers

Uno de los principales ejes de la Escuela de Frankfurt es la Teoría Crítica, la misma que junto a sus postulados, la industria cultural, la cultura de masas y la alienación serán el marco de referencia frente a la postura de una sociedad en la que los jóvenes como es el caso de la agrupación flogger se han llegado a concebir como un producto de la industria cultural, se presentan como una mercancía desde el modo, el medio, y la manera como se desarrollan.

La sociedad contemporánea está inmersa en la cultura de masas frente a un modelo comercial de consumo en el que los jóvenes a través de las instituciones publicitarias reciben información y esta causa un efecto en ellos, como es el caso de la moda, el consumo de nuevos estereotipos, la tecnología, etc., que forman parte de ese espectro. Así como también son parte de una gran red de nuevas tecnologías que hacen posible que este proceso de construcción de imaginarios y nuevos marcos referenciales “culturales” se logre.

CAPÍTULO 2

SOCIEDAD TECNOLÓGICA Y RED

2.1 Sociedad tecnológica

Hasta finales del segundo milenio, varios acontecimientos de trascendencia histórica han transformado el paisaje social de la vida humana. A través de allí se advierten cambios a nivel social, económico, cultural y educativo. “Está constituyéndose durante las dos últimas décadas del siglo veinte una constelación de importantes descubrimientos en materiales avanzados, en fuentes de energía, en aplicaciones médicas, en técnicas de fabricación y en la tecnología del transporte entre otras.” (Catells, 2002, pág. 56). En la sociedad tecnológica se evidencia esa pluralidad de la ciencia, la complejidad y diversidad de los nuevos saberes y la velocidad en la que se producen los nuevos conocimientos.

Las nuevas tecnologías de la información están produciendo cambios debido a que sus efectos y alcance, no sólo se sitúan en el terreno de la información y comunicación, sino que lo sobrepasan para llegar a provocar y proponer cambios en la estructura social. Como consecuencia directa de esto, Ada Felicié Soto (2006) menciona:

...la interacción entre personas, el trabajo, las comunicaciones, y prácticamente todas las ramas del saber, han sufrido serias modificaciones. Nunca antes la información cobró mayor trascendencia, convirtiéndose en un factor determinante en cada una de las actividades humanas. En muy poco tiempo, la humanidad ha pasado de una sociedad industrial basada en la producción de bienes a una sociedad basada en la producción, gestión, manipulación y transferencia de la información. (Felicié Soto, 2006, págs. 16,17)

Sin lugar a dudas, el cambio tecnológico se ha instalado progresivamente en la conciencia del ser humano, ya no se trata simplemente de artefactos que cumplen una función instrumental, sino que esas herramientas se han ido colocando como intermediarios de las relaciones entre las persona dando lugar a una nueva forma de entender el mundo y a nosotros mismos. Las denominadas NTIC's crean nuevos entornos y formas de interacción, donde los usuarios y los creadores pueden convertirse en los mismos, en el caso de internet.

Referirse a la sociedad tecnológica es mencionar un nuevo sistema de comunicación, que cada vez habla más un lenguaje digital universal, donde las palabras, los sonidos y las imágenes se producen y distribuyen globalmente. “Las redes informáticas interactivas crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación y dando forma a la vida a la vez que esta les da forma a ellas.” (Catells, 2002, pág. 28)

Es necesario enfatizar que la difusión tecnológica es selectiva, consta una marcada desigualdad entre los países y las regiones en cuanto al acceso, evidenciando la clara inequidad económica existente en la sociedad. “Desde los comienzos de 1970, la innovación tecnológica se ha dirigido esencialmente al mercado...Ello provoca la aceleración de la innovación y la difusión tecnológica, ya que las mentes creadoras, llevadas por la pasión y la codicia, escudriñan constantemente la industria en busca de nichos de mercado en productos y procesos.” (Catells, 2002, pág. 87). Al hacerlo, agruparon a su alrededor redes de empresas, organizaciones e instituciones para formar un nuevo paradigma.

Manuel Castells menciona la noción de paradigma tecnológico, elaborada por Carlota Pérez, Christopher Freeman y Giovanni Dosi, donde destaca cinco características en torno a la transformación tecnológica actual en su interacción con la sociedad.

“La primera característica del nuevo paradigma es que la información es su materia prima. El segundo rasgo hace referencia a la capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnologías.” (Catells, 2002, pág. 88). Las NTIC’s se han insertado en todos los campos de la actividad humana, puesto que la comunicación es una parte integral de las personas. Todos los procesos de la existencia individual y colectiva están directamente vinculados al nuevo medio tecnológico, lo que incide en cómo se estructuran. La tercera característica destaca la interconexión de todo sistema o conjunto de relaciones a través de estas nuevas tecnologías de la información, sin ellas sería demasiado complejo poner en práctica esta lógica de interacción. En cuarto lugar se basa en la flexibilidad. “No solo los procesos son reversibles, sino que pueden modificarse las organizaciones y las instituciones incluso alterarse de forma fundamental mediante la reordenación de sus componentes.” (Catells, 2002, pág. 88). Una quinta característica de esta revolución tecnológica es un sistema

altamente integrado. Los crecientes avances tecnológicos en los diferentes campos de estudio, dentro del paradigma tecnológico, se han integrado en sistemas de información ya que ninguno de estos se han dado de forma separada, sino se han complementado unos con otros.

Manuel Castells (2002) concluye diciendo:

El paradigma de la tecnología de la información no evoluciona hacia su cierre como sistema, sino hacia su apertura como una red multifacética. Es poderoso e imponente en su materialidad, pero adaptable y abierto en su desarrollo histórico. Sus cualidades decisivas son su carácter integrador, la complejidad y la interacción. (Castells, 2002, pág. 92)

El cambio es uno de los atributos de nuestra época, especialmente en el campo de la tecnología, con la aparición de las NTIC's, que imponen, a su vez, un nuevo paradigma tecnológico representado por Internet y caracterizado como impactante en términos de su alcance social, económico, cultural y educativo.

El surgimiento de la sociedad red, según lo describe Manuel Castells, ha marcado el fin de una era y el comienzo de otra: la Era de la Información. Esta sociedad no puede entenderse sin el avance de las nuevas tecnologías de la información, desarrolladas en un contexto cultural, histórico y espacial, lo que determinó su evolución futura. “El término sociedad red hace referencia a la estructura social resultante de la interacción entre organización social, cambio social y el paradigma tecnológico construido en torno a las tecnologías digitales de la información y la comunicación” (Castells, 2002, pág. 21). Las redes son formas muy antiguas de la actividad humana pero actualmente dichas redes han cobrado nueva vida; “son estructuras abiertas capaces de expandirse sin límites integrando nuevos nodos mientras puedan comunicarse entre sí, es decir, siempre que compartan los mismos códigos de comunicación.” (Castells, 2002, pág. 507).

Aunque la sociedad red fue impulsada por el internet, no sólo se desarrolla dentro de este contexto sino que desde la antigüedad se desenvuelve en toda la sociedad. Así se puede presenciar las redes desde los laboratorios clandestinos de coca hasta los consejos nacionales de ministros, pasando por las bandas callejeras, instituciones financieras, canales de televisión, aparatos móviles, en fin la sociedad global está

establecida en red y cada vez más empresas, instituciones y organizaciones se constituyen en redes.

2.2 Internet

Actualmente las principales actividades económicas, sociales, políticas y culturales de todo el planeta se están estructurando por medio de internet. “Internet es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global.” (Castells, 2001, pág. 15), constituye actualmente la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información. Castells (2001) retoma los términos de McLuhan y afirma que hemos entrado ahora en un nuevo mundo de la comunicación, “la galaxia internet”.

“Los orígenes de internet hay que citarlos en ARPANET, una red de ordenadores establecidas por ARPA en septiembre de 1969.” (Castells, 2001, pág. 23). “Ante el lanzamiento, por parte de la Unión Soviética, del primer satélite artificial, *Sputnik*, Estados Unidos creó ARPA, la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada.” (Castells, 2001, pág. 24). Esta agencia emprendió diversas y arriesgadas iniciativas, algunas de las cuales cambiaron la historia de la tecnología y fueron el preludio de la era de la información a gran escala. “Una de esas estrategias, fue diseñar un sistema de comunicaciones invulnerable al ataque nuclear.” (Castells, 2002, pág. 384)

IPTO (Oficina para las Tecnologías de Procesado de la Información), se desprendía de ARPA. El objetivo de la IPTO, era buscar mejores maneras de usar las computadoras, es decir, visualizar más allá de su uso inicial. “Para establecer una red informática interactiva IPTO se basó en una revolucionaria tecnología de transmisión de telecomunicaciones, la conmutación de paquetes.” (Castells, 2001, pág. 24). De esta manera, al construir una serie de enlaces electrónicos entre diferentes máquinas, las personas podrían compartir recursos y resultados fácilmente.

ARPANET, el antecesor de lo que hoy conocemos como internet, “era un programa surgido de uno de los departamentos de la agencia ARPA, el objeto de este departamento, era estimular la investigación en el campo de la informática interactiva” (Castells, 2001, pág. 24), lográndose convertir en la base de comunicación global de miles de redes. Simultáneamente en los sesentas y setentas la

computación se sitúa en las élites universitarias y científicas. Este principio universitario es decisivo para el desarrollo y la difusión de la comunicación electrónica por todo el mundo. Castells (2001) añade:

La iniciación a gran escala de la comunicación a través del ordenador en los Estados Unidos se efectuó entre los estudiantes graduados y los profesores de las universidades a comienzos de los años noventa (...) este proceso de difusión centrado en la universidad es significativo porque tiene el mayor potencial para extender tanto los conocimientos prácticos como los hábitos de la comunicación a través del ordenador (...) las universidades son importantes agentes de difusión de la innovación social, porque una generación tras otra de gente joven pasa por ellas, y conocen y se acostumbran a los nuevos modos de pensar, gestionar, actuar y comunicar. (Castells, 2001, pág. 388)

En suma, todos los avances tecnológicos clave que derivaron de la creación de internet son fruto del trabajo de instituciones gubernamentales, grandes universidades y centros de investigación. Internet no se originó en el mundo empresarial ya que era un proyecto demasiado riesgoso y caro como para ser asumida por la empresa privada.

El siguiente paso consistió en posibilitar la conexión de Arpanet con otras redes de ordenadores, para que la red pudiera aceptar el fantástico crecimiento del volumen de comunicación, la tecnología de la transmisión tuvo que mejorar. Castells (2001) menciona:

Lo que hizo posible que internet abarcará a todo el planeta fue el World Wide Web. Está es una aplicación para compartir información desarrollada en 1990 por un programador inglés, Tim Berners-Lee, empleado en CERN (el Centro de Investigación de Física de Alta Energía con base en Ginebra) (...) en colaboración con Robert Cailliau, construyeron su programa navegador/editor en diciembre de 1990 y dieron el nombre de World Wide Web a este sistema de hipertexto. CERN divulgó en la red el software para el browser WWW en agosto de 1991. (Castells, 2001, pág. 29)

La World Wide Web facilitó el uso de la red global de redes, lo que hoy conocemos como internet.

Una vez que la tecnología digital permitió el empaquetamiento de toda clase de mensajes, incluidos sonidos, imágenes y datos, se puso en la red “el primer navegador comercial Netscape Navigator, en octubre de 1994 (...) tras el éxito de Navigator, Microsoft descubrió internet finalmente y, en 1995, incluyó junto a su software Windows 95 su propio navegador, internet explorer”. (Castells, 2001, pág. 30)

La producción de una determinada tecnología en un momento histórico condiciona su contenido y los usos que hacen de ella en su desarrollo futuro. Internet no escapa a esta regla. La creación y desarrollo de internet muestra la capacidad de las personas para trascender, dejando de lado las reglas institucionales, las barreras burocráticas y los valores establecidos. La historia de internet sirve para comprender su evolución posterior.

El desarrollo de internet y la convergencia en ella de las otras redes de comunicación proporciona el material esencial para comprender sus características técnicas, organizativas y culturales, abriendo así el camino para valorar sus impactos sociales. El último cuarto de siglo el proceso de formación y difusión de internet y las redes afines determinó para siempre la estructura del nuevo medio, en la arquitectura de la red, en la cultura de los que la utilizan y en los modelos reales de comunicación.

Más allá de la realización de áreas profesionales, los usos de la comunicación a través del ordenador ya alcanzan todo el ámbito de la actividad social: la comunicación personal, el sexo a través del ordenador, la política, la música, los negocios, entre otros.

Internet es una tecnología particularmente maleable, susceptible de sufrir profundas modificaciones debido a su uso social, que pueden producir toda una gama de consecuencias sociales. Por otra parte, Castells (2001) destaca el papel de los usuarios y menciona:

La historia de la tecnología demuestra claramente que la contribución de los usuarios es crucial en la producción, ya que la adaptan a sus propios usos y valores y, en último término, transforman la propia tecnología (...) Pero el caso de internet es especial. Los nuevos usos de la tecnología así como las modificaciones efectuadas en dicha tecnología, son transmitidos de vuelta al

mundo entero, en tiempo real. Así, se acorta extraordinariamente el lapso de tiempo transcurrido entre los procesos de aprendizaje por el uso y la producción mediante el uso, como resultado de lo cual nos embarcamos en un proceso de aprendizaje mediante la producción, en un círculo virtuoso que se establece entre la difusión de la tecnología y su perfeccionamiento. (Castells, 2001, pág. 43)

Siguiendo el análisis de Castells, internet es una red global, pero la comunicación a través del computador se da en los sectores con mayor nivel de educación y más acomodados de la población, y con frecuencia en las zonas metropolitanas o ciudades; probablemente, incapaz de alcanzar a grandes segmentos de las colectividades con menor educación y de sectores agrarios de los países más pobres. En este sentido, a través de las nuevas tecnologías, se están transformando los espacios y modos de comunicarnos y por su mediación la cultura en general; más que un nuevo espacio de encuentro e intercambio cultural, podría convertirse en un camino para la exclusión.

La comunicación es lo que determina la especificidad biológica de la especie humana, la actividad humana está basada en la comunicación e internet transforma el modo en que nos comunicamos, es así como la vida se ve profundamente afectada por esta nueva tecnología. “Internet es ante todo, una creación cultural.” (Castells, 2001, pág. 48). Es así que Castells (2001) afirma:

La cultura de internet es la cultura de los creadores del internet. Por cultura entiendo un conjunto de valores y creencias que conforman el comportamiento (...) la cultura es una construcción colectiva que trasciende a las preferencias individuales e influye en las actividades de las personas pertenecientes a dicha cultura, en este caso, los usuarios/productores de internet. (Castells, 2001, pág. 51)

La aparición de internet como nuevo medio de comunicación ha generado una fuerte controversia sobre el surgimiento de nuevos patrones de interacción social. Más allá de lo ocasional y los usos instrumentales de la comunicación a través del computador, se ha detectado el fenómeno de la formación de comunidades virtuales/tejidos virtuales.

2.3 Comunidades virtuales

En principio, todas las personas viven en algún lugar y todos pertenecen a alguna comunidad. Una comunidad según Castells (2001) es entendida como “una compleja red de unidades sociales flexibles que trascienden las limitaciones naturales, geográficas o lingüísticas (...) Las comunidades son redes de lazos interpersonales que proporcionan sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertenencia y una identidad social”. (págs. 101,102)

Las comunidades virtuales en tendidas como tejidos virtuales ya que no cumplen como estatuto de comunidad combinan los conceptos tradicionales con el contexto contemporáneo, en este sentido conforman una importante red tecnológica en internet. Según Rodrigo Araya Dujisin (2000) comunidad virtual es definida como “una red electrónica de comunicación interactiva, autodefinida, organizada en torno a intereses u objetivos comunes (...) las comunidades virtuales pueden ser observadas como un espacio social mediatizado por la tecnología.” (pág. 398). Complementando esta idea Castells (2002)menciona que por comunidades virtuales suele entenderse a: “una red electrónica autodefinida de comunicación interactiva, organizada en torno a un interés o propósito compartido. Estas comunidades pueden estar relativamente formalizadas (...) o formarse de modo espontaneo por redes sociales” (pág. 395)

La red proporciona las herramientas que permiten a los usuarios, conformar comunidades y facilita, gracias a la posibilidad de interacción en tiempo real la interconectividad inmediata entre sus miembros. Beatriz Nates Cruz (2008) agrega que:

“las comunidades virtuales son redes sociales interpersonales que tienen naturaleza asincrónica acortan las distancias a bajo costo y permiten la múltiple pertenencia a otras comunidades.” (pág. 107). “Están formadas por personas que piensan de un modo similar y que se reúnen con alguna frecuencia, con el objeto de buscar beneficios comunes y patrones de identidad cultural que proporcione un sentido de seguridad en el grupo. En principio, el sentido de comunidad en internet se fomenta en los foros, los chats o el correo electrónico, donde convergen las personas para intercambiar opiniones sobre temas de interés común.” (Nates Cruz, 2008, pág. 99)

Durante miles de años la interacción social ha estado basada exclusivamente en la comunicación cambian las expresiones de la sociabilidad (cara a cara), pero esto ha cambiado con la tecnología. Hoy además de las ilimitadas perspectivas que nos ofrecen el mundo virtual participamos en otras formas de comunicación e interacción; tenemos mensajes de SMS, Twitter, el correo electrónico, los blogs, la mensajería instantánea, Google, YouTube, Facebook y Fotolog, donde se emplean tecnologías que no existían hace apenas unos años.

La actividad de las comunidades virtuales se ha visto como la práctica de la libertad de expresión a nivel global, donde a través de la red se pueden expresar sobre los diversos ámbitos de la actividad humana, ya sea a nivel político, cultural, científico, económico, personal, entre otros. Las personas tienen la capacidad de encontrar su propio destino en la red, además de crear y publicar su propia información.

Las comunidades virtuales trabajan en red, se desarrollan en grupos locales, colegios o universidades, para intercambiar información electrónica con otros núcleos, es así como se habla de redes sociales o más claramente como redes de socialización. Beatriz Nates Cruz (2008) menciona que “Las redes sociales se basan en la interrelación y la dependencia; revitalizan, fortalecen y expanden las comunidades en la misma forma como las innovaciones cívicas previas han ayudado a las comunidades históricamente.” (pág. 103)

Las redes sociales virtuales que han alcanzado una gran popularidad en estos últimos años, son servicios que permiten que los usuarios construyan un perfil público o semipúblico, mostrar una lista de otros usuarios con quienes comparten una conexión, navegar por los perfiles de otras personas. Las redes sociales virtuales están añadiendo funciones de comunicación en tiempo real y a través de estas, se lleva la vida real al mundo virtual. Millones de personas han integrado el uso de servicios de redes sociales en su vida cotidiana; reciben actualizaciones de estados sobre sus amigos, hacen nuevos contactos, juegan y cuelgan nuevos vínculos todos los días. Nicholas A. Christakis y James H. Fowler (2010) añaden:

Los servicios de redes sociales fundamentalmente reflejan interacciones reales no virtuales. A pesar de que nos permiten mantener contacto con gente con la que de otra manera sólo mantendríamos lazos débiles (como por ejemplo antiguos compañeros de departamento, compañeros de clase del instituto,

personas a las que hemos conocido brevemente en una fiesta, etc.), no están diseñadas para conocer gente nueva. (Christakis & Fowler, 2010, pág. 279)

El mundo virtual es sólo un paso más en una larga marcha de cambios tecnológicos y socioeconómicos que están transformando la interacción entre seres humanos. El crecimiento demográfico mundial y la urbanización, junto con avances en las comunicaciones, han tenido efectos profundos en las personas desde la manera como manejan sus relaciones hasta la noción de tiempo y espacio.

Los cimientos materiales de la sociedad, el espacio y el tiempo, se están transformando Castells (2001) hace una diferenciación entre las dos concepciones de tiempo que se maneja, el tiempo atemporal y el tiempo del reloj.

El tiempo a temporal parece ser el resultado de la negación del tiempo, pasado y futuro, en las redes del espacio de los flujos. Mientras tanto, el tiempo de reloj, medido y valorado de forma diferencial para cada proceso según su posición en la red, continua caracterizando las funciones subordinadas y a las localidades específicas. (Castells, 2001, pág. 513)

Las comunidades virtuales se desarrollan en nuevos entornos de interacción. Beatriz Nates Cruz (2008) añade:

Desde la perspectiva del flujo de información y la circulación a través de las redes, los entornos virtuales son “no lugares” que se crean cuando dos o más personas establecen un contacto (...) el ciberespacio es un entorno de metáforas que son perceptibles por medio de un sistema de representación visual, y los elementos que definen la interacción persona-máquina como el teclado, el ratón o la pantalla táctil, son un modo metafórico de comunicación vía máquina con un mundo simbólico. (Nates Cruz, 2008, pág. 101)

Así como existen diferentes tipos de comunidades en la red, Rodrigo Araya Dujisin (2000) sostiene que hay espacios virtuales muy distintos. “En la actualidad se podría clasificar los espacios virtuales en tres grandes categorías, de acuerdo a los interlocutores convocados y la naturaleza de la participación e interacción que se da en ellas. Espacios virtuales comerciales, espacios virtuales institucionales y espacios virtuales ciudadanos.” (Araya Dujisin, 2000, pág. 400)

El manejo y desarrollo de nuevas acepciones como: comunidades virtuales, ciberespacio, tiempo atemporal, red, entre otras; plantea una discusión sobre los diferentes aspectos en torno a una nueva sociabilidad. Castells (2001) menciona que para Sherry Turkle, “los usuarios construyen identidades online y desempeñan papeles específicos dentro de las comunidades.” (pág. 106). Las personas han trasladado su vida real a un espacio virtual donde pueden realizar desde transacciones comerciales y compras online; hasta discusiones en torno a temas científicos y políticos; sin dejar de lado las aficiones, informática o encuentros sexuales; lo que les permite generar experiencias, relaciones e identidades a través de la interacción con la tecnología. Sin embargo, la forma como se utiliza el ordenador en la sociedad actual parece enfatizar el aislamiento y el individualismo.

Ante estas comunidades, basadas principalmente en la comunicación online, Castells (2001)menciona:

(...) estudios realizados por investigadores académicos, defienden la idea de que la expansión de internet está conduciendo hacia un aislamiento social y una ruptura de la comunicación social y la vida familiar, porque los individuos se refugian en el anonimato y practican una sociabilidad aleatoria, abandonando la interacción personal cara a cara en espacios reales (...). Por tanto se ha acusado a internet de incitar gradualmente a la gente a vivir sus propias fantasías online y huir del mundo real, en una cultura cada vez más dominada por la realidad virtual. (Castells, 2001, pág. 137).

Personas de distintas clases sociales, por diferentes medios, acceden a la red, pero el tipo de acceso que tienen, los recursos informáticos y cognitivos que utilizan y las formas de navegación o de comunicación por las que se deciden, describen universos disimiles.

En suma, este nuevo entorno simbólico que proporcionan las nuevas tecnologías de la información, se presenta lleno de encuentros y desencuentros en el ámbito global y local. Nos permite llevar el mundo real al virtual, pero a esta cibernética también se trasladan las desigualdades. Acceder o no, a la cultura virtual y lo que esta ofrece, tiene detrás las mismas diferencias de etnia, país, clase social que la cultura real. Es así, como en América Latina el proceso de globalización tiende a convertir las nuevas tecnologías, y en particular Internet, en un instrumento que marca las

diferencias sociales y culturales. Dentro de este panorama, el acceso a la comunicación a través del ordenador tiene una ambivalencia, por un lado es altamente comunicativa y abre nuevos espacios de interacción; y por otro es restrictiva cultural, educacional y económicamente.

Nicholas A. Christakis y James H. Fowler (2010) mencionan que:

Los más pesimistas han expresado su preocupación por que las nuevas formas de comunicación debiliten las maneras tradicionales de relación, llevando a la gente a rechazar a un conjunto de interacciones en persona que en otras épocas formaban parte necesaria y normal de la vida. Los optimistas argumentan que estas tecnologías simplemente amplían y complementan las formas tradicionales en que la gente establece conexiones. (Fowler & Christakis, 2010, pág. 266)

Las nuevas tecnologías han abierto una nueva forma de consumo de la industria cultural; los medios masivos, la televisión por cable, el teléfono celular e internet, se definen no solamente por su propuesta de contenidos o sus estrategias como industrias culturales, sino por los modos a través de los cuales la gente los utilizan y se apropian de sus posibilidades. Principalmente internet se ha convertido en un instrumento de producción y difusión cultural, debido a que es un medio de comunicación con posibilidades interactivas, a diferencia de los tradicionales; permite el desarrollo de formas de expresión, intercambio y reproducción de productos escritos, multimedia, animaciones de sonido y audio, imágenes fijas y en movimiento, música; las cuales han provocado que un sin número de personas se apropien de estas nuevas formas de consumo como una mercancía más.

En general, una industria cultural existe cuando las mercancías y servicios culturales son producidos y reproducidos, almacenados y distribuidos en líneas industriales y comerciales, es decir, en gran escala y de acuerdo con una estrategia basada en consideraciones económicas y no en intereses por el desarrollo cultural. (UNESCO, 1982) (Payne M. , 2002, pág. 402)

Este nuevo escenario tecnológico informacional que ha caracterizado al siglo XXI una vez más se ve apropiado por el consumo, no sólo de los medios como el Internet, sino todo lo que ello conlleva, nuevas formas de publicidad, nuevas formas de vestir, nuevas maneras de hablar, etc.

2.4 Ciberculturas

El surgimiento de un nuevo sistema de comunicación en red, caracterizado por su alcance global, su integración de texto, imágenes y sonido en el mismo sistema y su interactividad, está cambiando la cultura. Castells (2002) añade:

...como escribió Postman “no vemos la realidad como es, sino como son nuestros lenguajes. Y nuestros lenguajes son nuestros medios de comunicación. Nuestros medios de comunicación son nuestras metáforas. Nuestras metáforas crean el contenido de nuestra cultura”. Puesto que la comunicación mediatiza y difunde la cultura, las mismas culturas, esto es, nuestros sistemas de creencias y códigos producidos a lo largo de la historia, son profundamente transformadas, y lo serán más con el tiempo, por el nuevo sistema tecnológico. (Castells, 2002, pág. 360)

Desde un punto de vista global, aunque el desarrollo tecnológico se ha venido presentando de manera desigual entre los diversos países, la asimilación de la cultura informática va en ascenso; cada generación está más digitalizada que la anterior.

Estela Morales (2006) retoma a Derrick de Kerckhove, quien reflexiona sobre el tema de la nueva cultura de la comunicación y el flujo de la información, señala que en esta etapa, que él concibe, como un tránsito de la Edad de la Razón a la Edad de la Inteligencia, se está propiciando colectivamente una transformación política, social y cultural e identifica en el desarrollo de las tecnologías tres etapas particularmente importantes en cuanto a su impacto.

La primera, cuando surge la televisión genera la cultura de masas y del consumo; la segunda se da con las computadoras, que propician la cultura de la velocidad y de la no-homogeneidad; y la más reciente, la de las telecomunicaciones, con las que da inicio la cultura del acceso. Esta cibercultura está conectada, es instantánea, siempre está interactuando de alguna manera y su deseo básico no sólo es conectarse sino crear un enlace inteligente, de manera que crea nuevas posibilidades. En una cultura cibernética el total es siempre más que la suma de cada uno de los individuos que contribuyen. (Morales Campos, 2006, pág. 170)

Por otro lado, Luis Jesús Galindo Cáceres (2011) menciona que la cibercultura es “el encuentro entre dos nociones de diversas épocas, la cibernética y la cultura (...) en

este sentido se puede definir como el estudio de los procesos de mando en los sistemas que mejoran, preparan, cuidan, promueven el conocimiento, la instrucción, el saber, la construcción de la vida social.” (pág. 76)

Elisenda Ardèvol (2003) ha distinguido estrategias básicas de aproximación al estudio de la cibercultura,

- a) La cibercultura como modelo cultural agruparía aquellas perspectivas teóricas y metodológicas que buscan definir la emergencia de un nuevo modelo cultural vinculado al crecimiento de las tecnologías de la comunicación y de la información, aunque a veces también incluyen el desarrollo de la inteligencia artificial y a la biotecnología. Esta estrategia de investigación se centraría en estudios empíricos orientados hacia el análisis del cambio social estructural con el objetivo de identificar el alcance de estas transformaciones en todas las esferas de la sociedad (modos de producción, relaciones sociales y mundos simbólicos).
- b) La cibercultura como la aparición de nuevas formas culturales en y a través de Internet aglutinaría aquellas estrategias de investigación centradas en el estudio de los aspectos culturales vinculados a la interacción social mediada por ordenador. En este sentido, el concepto de cibercultura haría referencia a los rasgos culturales que caracterizarían a las comunidades virtuales y que emergerían a través de la interacción en línea.
- c) La cibercultura como producto cultural supondría analizar los usos y significados sociales que damos a la cibercultura y a otras manifestaciones culturales a las cuales le añadimos el prefijo ciber-. (Ardèvol, 2003, pág. 5)

La cibercultura conlleva el desvanecimiento del cuerpo humano a cambio de un mundo electrónico, donde se envía correo alrededor del mundo, se lanzan mensajes en tiempo real, se espían y se maneja relaciones de amor y odio, intercambian fotos, comentarios e incluso quedan anónimamente para encuentros sexuales textuales; a través de un sistema hipertextual que permite a lectores de todo el mundo saltar de un servidor multimedia a otro.

La integración de varios modos de comunicación en una red interactiva ha provocado una transformación tecnológica, a través de “La formación de un supertexto y un metalenguaje que, por vez primera en la historia, integran en el mismo sistema las modalidades escrita, oral y audiovisual de la comunicación humana.” (Catells, 2002, pág. 360)

George P. Landow (2009) cita a Ronald Barthes describe un ideal de textualidad que coincide exactamente con lo que se conoce como hipertexto electrónico, a lo que define como:

(...) un texto compuesto por bloques de palabras (o de imágenes) electrónicamente unidos mediante múltiples trayectos, cadenas o recorridos en una textualidad abierta, enteramente inacabada y descrita con términos como enlace, nodo, red, trama trayecto...este texto es una galaxia de significaciones y no una estructura de significados; no tiene principio, es reversible; podemos acceder a ella por diversas vías, sin que ninguna de ellas pueda calificarse de principal; los códigos que moviliza se extienden hasta donde alcance la vista; son indeterminables. (Landow, 2009, pág. 29)

El hipertexto principalmente ofrece manejar y organizar información, en el cual los datos (gráficos, imágenes, audio, animaciones y video) se almacenan en una red. Adelaide Bianchini (1999) complementa:

“Los sistemas hipertextuales están basados en un enfoque en cual el usuario tiene la posibilidad de crear, agregar, enlazar y compartir información de fuentes diversas, proveyendo la posibilidad de acceder a documentos de manera no secuencial a diferencia de sistemas de información más tradicionales en los cuales el acceso es naturalmente secuencial” (Bianchini, 1999, pág. 5)

Las nuevas tecnologías han propiciado un nuevo escenario comunicativo, cada vez son más las personas que pasan gran tiempo en la red, ocasionando que los diferentes contextos, espacios y ámbitos del mundo real se trasladen a la virtualidad; trayendo consigo cambios en la forma en que se interactúa e incluso en las vidas intangibles y materiales de los seres humanos. Hay que tener presente que queda mucho por ver en cuanto a las transformaciones informacionales, culturales y sociales que están inmersas en las nuevas tecnologías.

CAPÍTULO 3

JUVENTUD Y CULTURA

3.1 Aproximación a la comprensión de la categoría juventud

No se puede establecer una definición unívoca sobre juventud, ya que los aspectos para considerar a una persona como joven son mucho más amplios que un rango de edad. Las formas de ser joven son sumamente heterogéneas, en planos tales como el económico, social, cultural, afectivo, demográfico, étnico, entre otros. “Las juventudes se van construyendo en un cierto espacio y tiempo social, tanto imaginario como real. Los límites de la juventud no son naturales, sino socialmente contruidos y culturalmente compartidos, y se establecen según cada sociedad y momento histórico.” (FLACSO, 2011, pág. 9) .Además el concepto juventud debe incluir la óptica generacional, que incorpora procesos históricos y los cambios en los diferentes ámbitos que esto conlleva, lo cual establece las pautas bajo las que se socializa.

Para un primer análisis de juventud, es necesario hacer un recorrido por las distintas épocas y manifestaciones de esta categoría. Feixa (1998) expone la diversidad de situaciones agrupadas en cinco modelos de juventud, que corresponden a distintos tipos de sociedades.

TIPOS DE SOCIEDADES	CARACTERÍSTICAS	EJEMPLO
PÚBERES: de las sociedades primitivas	Para los muchachos la pubertad desencadena los procesos de maduración física que incrementan la fuerza muscular y que aseguran la formación de agentes productivos. Para las muchachas la pubertad conlleva la formación de agentes reproductivos. Estos procesos al ser considerados como esenciales se los maneja a través de los llamados ritos de iniciación	En el caso de los pigmeos BaMbuti, el fin de la infancia se celebra con el rito del Elima; donde a las muchachas que han iniciado la menstruación se les recluye en una choza especial con un pariente mayor que le enseñará las habilidades de la maternidad. Mientras que los muchachas deben mostrar su virilidad al acostarse con una joven recluidas en la cabaña del Elima y al matar un animal grande.

<p>EFEBOS: de los estados antiguos</p>	<p>El efebo era el que ha llegado a la pubertad, pero además de referirse al fenómeno fisiológico, tenía un sentido jurídico. La celebración y reconocimiento público del fin de la infancia abría un periodo obligatorio de noviciado social, la efebía, donde los jóvenes de la élite se desarrollaron en materia militar y educativa. También comportaba una educación en el plano erótico, que conllevaba relaciones de carácter homosexual con guerreros mayores.</p>	<p>Los jóvenes entre los 15 y 21 años, recibían una serie de ejercicios institucionalizados en los que se combinaban el aspecto de preparación para la guerra con el de formación moral, incluyendo un periodo de aislamiento muy duro</p>
<p>MOZOS: de las sociedades campesinas preindustriales</p>	<p>En la civilización medieval no se percibe el paso del mundo de la infancia al de los adultos dada la precocidad de la expulsión del joven del núcleo familiar; que se ponía de manifiesto en el modelo del apprentissage (aprendizaje). No existía la noción de segregación por grupos de edad, a la que actualmente se está acostumbrado; era normal ver mezclados a menores con adultos en tabernas, lugares de mala fama, instituciones escolares, entre otras.</p>	<p>De 7 a 9 años las niñas y niños se trasladaban a casa de otra familia donde llevaban a cabo tareas domésticas y aprendería oficios. El contrato de aprendizaje duraba hasta los 14 o 18 años. De esta manera los adolescentes iniciaban su vida social lejos de su familia.</p>
<p>MUCHACHOS y JÓVENES: de las sociedades industriales y postindustriales</p>	<p>Estas categorías serán analizadas con mayor especificidad puesto que es lo pertinente para la presente investigación</p>	

Fuente: (Feixa, Reloj de arena, 1998)

Elaborado por: Haileen Báez e Ivonne Nacimba

Las dos últimas categorías del estudio de Feixa, muchachos y jóvenes, se considerarán con mayor detenimiento puesto que es oportuno para el desarrollo de esta investigación.

Los rasgos de la adolescencia de los “muchachos” de las sociedades industriales, no fueron reconocidos hasta la primera mitad del siglo xx, época en la que se democratizó la juventud, a las mujeres, a los obreros, a las zonas rurales, a los países no occidentales y ya no sólo a los varones de la burguesía. Pero esta aparición de la juventud en escenario público, no surgió de la nada; hubo diversas transformaciones producidas en el seno de las instituciones como la familia, la escuela, el ejército y el trabajo. Feixa (1998) señala que, la familia desarrolla cada vez más un sentimiento de responsabilidad respecto a los jóvenes y, se convierte en un lugar de afectividad. La escuela se convierte en un instrumento normal de iniciación social, existen sistemas de instrucción más modernos, como los colegios e internados. Pero el acceso a esta no se generaliza entre otros sectores sociales ni entre las mujeres hasta varios años después. En cuanto al ejército, fue un elemento influyente aunque sólo para los varones. El servicio militar obligatorio hizo que surja la noción de que la milicia sirve para hacerse hombre, esta medida fue aplicada hasta hace poco en países como el Ecuador. Y finalmente, en lo que refiere al mundo laboral, los menores son alejados de este; se hizo más evidente la necesidad de mayor preparación técnica para desarrollar las tareas del sistema industrial, lo que permitió que tanto burgueses como obreros accedan a una formación básica.

En la sociedad postindustrial, durante la segunda mitad del siglo XX, se impuso en occidente “el modelo conformista de la juventud, el ideal de la adolescencia como período libre de responsabilidades, políticamente pasivo y dócil.” (Feixa, 1998, pág. 33), lo que ocasionó cambios significativos en los jóvenes como una nueva visión de la sexualidad, mayor libertad y menores responsabilidades. Feixa (1998) contempla cinco factores por los que se dieron estos cambios, que se presentan a manera de resumen. Primero menciona al *WelfareState* (Estado de Bienestar), que permitió a los jóvenes convertirse en uno de los sectores más beneficiados por las políticas. El segundo factor es la crisis de la autoridad patriarcal, lo que conllevó una rápida ampliación de las esferas de libertad juvenil. Tercero se encuentra el nacimiento de un espacio de consumo específicamente destinado a los jóvenes. El cuarto factor sitúa la creación de una cultura juvenil que iba articulando un lenguaje universal a través de los mass media. Y por último, en el proceso de modernización la moral puritana fue sustituida por una moral consumista cuyos portadores fueron esencialmente los jóvenes; uno de los resultados fue la llamada revolución sexual.

La sociedad posindustrial trajo consigo cambios en los diferentes ámbitos, en cuanto a los jóvenes gran cantidad de ellos se convierten en un grupo con creciente capacidad adquisitiva, ocasionando que el mercado y los medios giren a su alrededor a través de la moda, adornos, locales de ocio, música, revistas, etcétera. En lo referente al papel familiar es debilitado y la escuela comienza a ser objeto de nuevas demandas, debido al tiempo que los jóvenes pasan en las instituciones educativas, teniendo así que convertirse en una entidad formadora de moral y valores. Entre otras transformaciones, surge una nueva mirada en torno a la concepción con la difusión de los anticonceptivos.

Como se ha mostrado, hay distintas maneras de ser joven, las formas de juventud son cambiantes; las características que tienen y las transformaciones que se han vivido varían de acuerdo a las sociedades, las culturas, las etnias, las clases sociales, el género, etc. No es una unidad homogénea, y por esta razón no se puede comprender bajo un concepto universal. La definición de juventud tiene muchas variables pero se trata de buscar un enfoque que sirva como parámetro general que pueda ser aplicado a distintos contextos. Está claro, que esta noción maneja parámetros socioculturales, pero en las diferentes acepciones se presenta a la edad biológica como factor común.

Marta Mier y Cecilia Rabell (2005) citan a Bourdieu y Donoso, quienes establecen una relación entre edad biológica y edad social en la definición de juventud, donde mencionan:

Es interesante observar que el establecimiento del límite inferior del rango de edad ha estado guiado por los enfoques biológico, psicológico, según los cuales el tránsito de la niñez a la juventud estaría marcado porque los individuos experimentan una serie de cambios biológicos, fisiológicos y psicológicos profundos ligados al desarrollo de las funciones sexual y reproductiva. En este caso podríamos decir que la edad biológica coincide o está en relativa sincronía con la edad social del inicio de la juventud. (Mier y Terán & Rabell, 2005, pág. 27)

Cada sociedad establece sus delimitaciones acerca del cuándo y cómo se es joven. Los límites de su inicio y término han variado; lo que ocasiona que su definición se vuelva más compleja. Aunque este proceso tiene una base biológica, lo importante es la percepción social de estos cambios y sus repercusiones. Esto se puede observar,

por ejemplo, en las distintas delimitaciones que han establecido los organismos internacionales. Mier y Rabell (2005) recopilan datos que muestran:

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) hasta hace poco tiempo tomaba como rango de edad entre los 15 y 25 años; la Comisión Económica de América Latina (CEPAL) recientemente lo ha ampliado de 10 a 29 años. Estas delimitaciones se empalman y crean incongruencias cuando la comparamos con el Fondo Internacional de las Naciones Unidas para el Socorro de la Infancia (UNICEF), que considera “niños” a los menores de 18 años, o con el criterio jurídico de recorte de la ciudadanía entre el menor de edad y el adulto. (Mier y Terán & Rabell, 2005, pág. 29).

En lo referente al Ecuador, según datos de Censo Nacional de Población realizado en 2011, existen 403,250 personas entre 18 y 30 años, de los cuales 206,137 (51.12%) son mujeres y 197,113 (48.88%) son hombres. En este caso la categoría de 18 a 30 años es la que más se acerca a la definición de jóvenes, pues con más de 30 se los considera adultos y con menos de 18 adolescentes.

Cada sociedad, cada entidad, cada rama de la ciencia estudia a los jóvenes y los categoriza de acuerdo a su enfoque. Los diversos aportes en torno a este tema han sido complementarios, contribuyendo significativamente al estudio de este grupo de la población, sus contenidos, valores y ritos. La estructura social en la que se desarrollan los jóvenes determina ciertos rasgos y características que en ellos se imprimen. “Para que exista la juventud, deben darse, por una parte, una serie de condiciones sociales como normas, comportamientos e instituciones que distinguen a los jóvenes de otros grupos de edad” (Feixa, 1998, pág. 19). Precisamente esos condicionamientos son los que permiten manejar de diferentes maneras patrones, comportamientos, conductas, así por ejemplo, cuando una mujer tiene su primera menstruación en cierta sociedad tendrá una carga significativa y en otro escenario otra representación.

La juventud es vista como una condición universal, una fase del desarrollo humano que se encuentra en todas las sociedades y momentos históricos. Se puede hablar de diversas juventudes con distinciones de épocas, sociedades y generaciones; así como también de jóvenes rurales y urbanos, universitarios, de diferente género, estrato socioeconómico y actividades diarias como el trabajo y la educación.

Hay que precisar, para que exista juventud en el sentido en que hoy la viven gran parte de jóvenes de la urbe, debe existir una serie de condiciones sociales y culturales. “Los años noventa han presenciado tendencias contradictorias que se han resumido en un calificativo, “Generación X”.” (Feixa, 1998, pág. 36). Este modelo de juventud se caracteriza por la influencia de las nuevas tecnologías de la comunicación (NTIC’s) tales como: video, fax, telefonía digital, informática, internet. Algunos autores sostienen que está emergiendo una cultura juvenil postmoderna, como resultado del impacto de las NTIC’s., lo que ocasiona que los jóvenes de todo el planeta puedan estar conectados dándoles la sensación de pertenecer a una comunidad universal, pero con el riesgo de caer en un individualismo. Una década después de la primera publicación del libro el reloj de arena Feixa (2006) propone bautizar a los jóvenes que transitan el siglo XXI como la generación “@”. El término expresa tres tendencias de cambio que intervienen en este proceso:

El primer lugar, el acceso universal -aunque no necesariamente general- a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación; en segundo lugar, la erosión de las fronteras tradicionales entre los sexos y los géneros; y en tercer lugar, el proceso de globalización cultural que conlleva necesariamente nuevas formas de exclusión social a escala planetaria. El símbolo @ es utilizado por muchos jóvenes en su escritura cotidiana para significar el género neutro, como identificador de su correo electrónico personal, y como referente espacio-temporal de su vinculación a un espacio global. (Feixa, 2006, pág. 59)

En síntesis, se puede decir que la juventud, como categoría, es un concepto polisémico; una fase de la vida y una construcción cultural relativa en el tiempo y en el espacio, donde los contenidos que se atribuyen dependen de la estructura social donde se desenvuelvan. Actualmente se ha señalado la prolongación del rango de juventud, pero esta situación no es aplicable a todo el universo de jóvenes, puesto que en Latinoamérica, gran cantidad de adolescentes e incluso niños deben insertarse, no como elección sino como obligación, en el mundo laboral prematuramente para su supervivencia. El desarrollo de los medios masivos y de las nuevas tecnologías de la información han abierto nuevos espacios donde los jóvenes se desarrollan globalmente. Sin embargo, esto ha traído una desigualdad, ya que depende de las políticas y accesibilidad que cada país tenga y de las posibilidades económicas y educativas que manejen los habitantes. Aunque el acceso y el manejo

de estas tecnologías difieren de persona a persona las transformaciones que traen consigo se manifiestan en toda la gente sin distinción, de diferente forma. No existe un solo proceso uniforme en todos los países ni un solo tipo de joven. Aunque existe un contexto mundial globalizante cuyo paradigma trata de imponerse en casi todas las sociedades, cada país tiene su propio proceso, percibe, asimila y reacciona de acuerdo a su propia cultura.

3.2 Aproximación a la definición de cultura

Es necesario, antes de referirse a culturas juveniles, realizar un acercamiento a lo que se concibe por cultura. Hay que partir de la consideración epistemológica, “cultura viene del latín *colere* que significa cultiva, en referencia a una de las actividades productivas, la agricultura”. (Guerrero Arias , 2002, pág. 37). “La incorporación del término *kultur*, se da en Alemania a partir de 1850, con una doble acepción: cultura subjetiva y cultura objetiva o histórica”. (Guerrero Arias , 2002, pág. 40). La cultura objetiva está constituida por todos los objetos materiales y elementos no materiales creados por el hombre en tanto sujeto histórico. Mientras que cultura subjetiva implica la interiorización de estos. (Del Acebo Ibañez & Brie, 2006, pág. 106). Es decir, la cultura objetiva es el lenguaje, creencias, usos, costumbres, conocimientos, normas, valores, símbolos y demás manifestaciones de los sujetos en las diferentes épocas y sociedades; una vez que se han interiorizado estos factores se refiere a cultura subjetiva.

Si bien es cierto, no hay una sola definición de cultura, pero sí hay un acuerdo en tanto a su carácter polisémico, puesto que las diversas definiciones se dan en diferentes realidades y épocas donde se asignan disimiles significados, de ahí la necesidad de analizarla desde su historicidad. Patricio Guerrero (2002) hace un análisis sobre cultura en los diferentes periodos, lo que vislumbra las diversas acepciones sobre esta categoría; el autor indica:

La cultura en el mundo greco-romano tuvo el sentido de habitar y cultivar (...) En la edad media y renacimiento la cultura se muestra subordinada a la teología y es definida con relación al culto de la religión (...) Y en la Ilustración se ve a la cultura como una configuración del espíritu humano, como producto de la razón humana que forma todo el modo de vida de un pueblo. (Guerrero Arias , 2002, págs. 36-38)

Indiscutiblemente hay un elevado número de definiciones, según el Proyecto de Estudios a Distancia en Género y Desarrollo (2003) los diversos sentidos que se han manejado se muestran de acuerdo, en términos generales, con lo que ofrecen Plog y Bates, para quienes cultura es “el sistema de creencias, valores, costumbres, conductas y artefactos compartidos, que los miembros de una sociedad usan en interacción entre ellos mismo y con su mundo y que son transmitidos de generación en generación a través del aprendizaje” (Desarrollo, 2003). Una aseveración que muestra en esencia los compendios que tiene la cultura, pero que deja de lado factores importantes como las variables que surgen al ser transmitidas de generación en generación, dado el constante cambio en los diferentes ámbitos de la sociedad y la subjetividad de los sujetos.

Un aporte fundamental en el entendimiento de la cultura es su pluralización; Herder sostuvo que: “cada cultura tiene su propia especificidad y no puede ser juzgada ni comparada en referencia a otras puesto que cada una se modifica según su lugar geográfico, la época y su dinámica interna.” (Guerrero Arias , 2002, pág. 41). La importancia del aporte de Herder radica en reconocer la existencia de una diversidad de culturas y la relatividad que en ella conlleva, puesto que hay que tomar en cuenta el contexto en el que se desenvuelven para que dicha cultura se consolide como tal.

Lo primordial que hay que destacar es que la cultura es una construcción social, dialéctica, trascendente, diversa, material e inmaterial, transformadora y simbólica que identifica a un determinado grupo de personas, y surgen de acuerdo a sus vivencias desarrolladas en un determinado contexto social.

3.3 Culturas juveniles

Una vez que se ha entendido a cultura como una construcción social, dialéctica, diversa y trascendente y a joven como una clasificación social con un compendio de particularidades y diferencias; se puede dar inicio en lo referente a culturas juveniles. El mundo de los jóvenes es heterogéneo, sus culturas son construidas en torno al contexto en el que se desenvuelvan. No existe una única juventud, sus manifestaciones son múltiples; algunas veces surgidas a manera de resistencia u oposición y otras como una nueva alternativa de socialización. Dada la diversidad y el pluralismo cultural ofrecen un panorama variado que abarca sus comportamientos, referencias identitarias, lenguajes y formas de sociabilidad. Una de las principales

características de las culturas juveniles es el carácter renovador. “Mientras las culturas populares se han distinguido históricamente por su rebeldía en defensa de la tradición, las culturas juveniles han aparecido, desde la segunda guerra mundial, como rebeldes en defensa de la innovación” (Feixa, 1998, pág. 45). Desde esta perspectiva, “las culturas juveniles aparecen como el signo de contradicción de las transformaciones históricas en el ejercicio de la hegemonía de las sociedades industriales avanzadas.” (Feixa, 1998, pág. 47).

Al referirse a culturas juveniles es necesario detenerse en lo concerniente a la identidad, ya que los y las jóvenes en la búsqueda de ésta, desarrollan diferentes acciones que les permite involucrarse con un grupo social, donde pueden reconocerse y ser reconocidos como parte de un conjunto, en el que se sentirán identificados y podrán llegar a adoptar un estilo, compartirlo y hasta defenderlo; lo que permitirá advertir el ser que se va constituyendo. Pero al igual que otros elementos sociales, la identidad se la puede entender de acuerdo a la realidad social en la que se desarrollen y a las particularidades subjetivas que viva cada individuo. Por tal motivo se muestra diversas interpretaciones sobre esta categoría, como los autores de *Viviendo a Toda* (1998), quienes muestran la variación en torno a su significado, sostienen que:

Para la antropología y sociología clásicas, la identidad era algo fijo, sólido y estable; por tal motivo, desde los inicios hasta la muerte las personas pertenecían a un mismo clan o tribu. Mientras que en la modernidad las identidades se hacen móviles, múltiples, personales, auto-reflexivas, cambiantes. (Cubides , Laverde Toscano, & Valderrama, 1998, pág. 198)

La identidad no requería discusión ya que los individuos primitivos no modificaban radicalmente sus roles ni sus funciones como se presenta en la actualidad. Esta variable se presenta por la gran diversidad de factores influyentes en torno a la identidad como la cuestión ancestral y lo que ofrece las nuevas tecnologías, el factor socioeconómico y con este el escenario en el que se les permita desenvolverse, entre otros.

Por otro lado, constantemente se menciona sobre “crisis de identidad” Klaudio Duarte (1998) afirma que es habitual en la juventud, dado que:

tiene que ver con múltiples situaciones que se conjugan: los cambios físicos, los cambios psicológicos, la búsqueda de autonomía respecto de la familia y de independencia para elegir relaciones, el despertar a sensaciones nuevas en la relación sexual, el rompimiento de muchos sueños infantiles (ligados a historias o cuentos ‘para niños’), el rompimiento también de sueños en términos de las promesas que la sociedad nos ha hecho y que empiezan a derrumbarse objetivamente (trabajo, estudio, etc.), la caída de la imagen paterna y/o materna como ideal de persona, etc. (Duarte, 1998, pág. 31)

Precisamente, esos elementos hacen que el sujeto se vaya formando en su identidad ya que al superar esos factores, esa “crisis identitaria” se mostrará con sus particularidades y rasgos como producto de las relaciones sociales de las que ha sido partícipe a través de una interacción permanente con los otros; es decir la identidad es una categoría que supone un proceso de identificación y diferenciación.

En cuanto a la identidad juvenil Reyes Juárez (2009) hace referencia a “la forma en que sujetos y grupos son definidos por ellos mismos o por otros, con base en su condición de jóvenes” (pág. 29). En ese marco de múltiples peculiaridades los sujetos, con su condición de jóvenes, y los diferentes grupos que se consolidan definen su identidad y los rasgos que asumen como propios, lo que incluso permite que los otros perciban esas características.

Precisamente, la búsqueda de esa identidad juvenil provoca que el individuo indague un nuevo entorno fuera de la institución familiar y empiece a encontrar su propio sujeto, a través de grupos juveniles y sus distintas expresiones, con acentos diferentes, con una marcada variable social, política, cultural, con signos distintivos propios, formas de lenguaje, estética específica y con una especial preferencia por una música determinada.

Duarte (1998) concibe a estos grupos de jóvenes como “espacios de encuentros y desencuentros, de fraternidad y egoísmo, de crecimiento y enajenación, de avances y retrocesos” (Duarte, 1998, pág. 76). Y es allí, donde comparten colectivamente sus experiencias sociales mediante la construcción de estilos y códigos: vestuario, música, hábitos, lugares de reunión, maneras de hablar y comportarse, etcétera.

Feixa (1998) a través de la metáfora el reloj de arena aborda desde distintos ámbitos esas diversas expresiones culturales juveniles, donde afirma que:

Las culturas juveniles pueden representarse como un reloj de arena. En el plano superior se sitúan la cultura hegemónica (la relación de los jóvenes con la cultura dominante) y las culturas parentales (definidas por etnia y clase) (escuela, trabajo, medios de comunicación, familia y vecindario). En el plano inferior se sitúan las culturas y microculturas juveniles, con sus pertinentes lugares de expresión (tiempo libre, grupo de iguales). Los materiales de base (la arena inicial) la constituyen las condiciones sociales de generación, género, clase, etnia y territorio. En la parte central, el estilo filtra estos materiales. Las imágenes culturales resultantes (la arena filtrada) se traducen en el lenguaje, estética, música, producciones culturales y actividades focales. (Feixa, 1998, pág. 73)

Después de casi diez años Feixa, en su tercera edición, vislumbra que tanto los jóvenes, como las bandas y tribus en las que se agrupaban han evolucionado del reloj de arena al reloj digital, en cuanto a las modificaciones que habido frente al manejo de las tecnologías de la comunicación.

Las culturas juveniles no son construidas en un vacío social sino en un espacio y un tiempo específico, dentro de un contexto socioeconómico, político, demográfico, cultural, entre otros, que determinan las características de ser joven. “Estas culturas son heterogéneas, fragmentarias, dinámicas, flexibles y temporales. Los jóvenes, como todo grupo social, además de practicar su cultura, tienen también la capacidad de interpretarla y de expresarla.” (Reyes Juárez, 2009, pág. 32)

3.4 Tribus urbanas

Las manifestaciones sociales expresadas por los jóvenes, tanto simbólicas y materiales, son diversas y dinámicas; donde se juntan elementos que elaboran prácticas, discursos, creencias, actitudes, formas comunicativas, tendencias y representaciones. Estos compendios se juntan en las tribus urbanas, adoptadas por los jóvenes como grupos de pertenencia. Pero no se trata de un fenómeno nuevo, estudiosos concuerdan en afirmar que “el individuo, por instinto o por tradición cultural, tiende a organizarse en manadas, grupos, pandillas, bandas...” (Costa, Pérez Tornero, & Tropea, 1996, pág. 27). Desde sus inicios los individuos tienen la necesidad de encontrar un lugar donde puedan expresarse y compartir afinidades.

Las características básicas de la tribu no se reducen a una simple agrupación con afinidades, sino sus “lazos tribales son más fuertes que los matrimoniales y las

unidades que forman la tribu siguen otras pautas y son económicamente autónomos.” (Fatás, 2009, pág. 2). Además defienden intereses comunes y estrechan vínculos basados en valores específicos, comparten experiencias y rituales que generan y consolidan el sentido de pertenencia al grupo.

Dada las características manifiestas que debe cumplir una tribu, denominar tribus urbanas a las agrupaciones juveniles sería equívoco, ya que les faltan muchas características de las tribus primitivas, pero este término se ha popularizado gracias a los medios de comunicación masiva, debido a que son generadores de realidades sociales, convirtiendo al vocablo en el más conocido por la sociedad. Carlos Belmonte Grey (2010) agrega que tribus urbanas “sólo debería ser usado como una metáfora del fenómeno juvenil, pues no cumple con las características tribales.” (pág. 58). Además añade:

Tribus, culturas juveniles, sub-culturas, contra culturas, grupos sociales, bandas, pandillas, entre otros, son los términos más utilizados para referirse a un sector de la sociedad, cuyos miembros, reunidos en grupos comparten una estética, unos valores, en algunas ocasiones una ideología y en otras son sólo fruto de un proceso de mediatización musical o publicitaria, que los diferencian del resto de los jóvenes. (Belmonte Grey, 2010, pág. 60)

Justamente, esas palabras son las que se utilizan para referirse a las agrupaciones juveniles y sus distintas manifestaciones, sin ver el trasfondo de esas terminologías. Por otro lado, Cerbino, Chiriboga, Tutivén (2001) hacen una distinción entre tribus urbanas y culturas juveniles y destacan lo siguiente:

Las tribus urbanas se caracterizan por una relativa estabilidad en la identidad grupal, de cierta consistencia en el tiempo de un estilo de vida, en la pertenencia a un universo simbólico de sentido más sistemático y coherente (...) asumen su identidad cultural desde la identificación total a un referente ya sea ideológico, estético, o de práctica social (...) son más consistentes que otras formas de agrupación socio-cultural. En cambio las culturas juveniles son dinámicas, borrosas y porosas en sus fronteras, de tiempo precario e incluso simultáneo entre varias culturas en un mismo joven. (Cerbino, Chiriboga, & Tutivén, 2001, págs. 133,134)

Básicamente la diferencia radica en el proceso identitario, aunque hoy gran cantidad de jóvenes se han convertido en consumidores de la industria cultural y se hable de

identidades mutables y móviles, las tribus urbanas se separan de eso y fundamentalmente cumplen en gran parte con las características tribales; es así como se puede sugerir que las pandillas son las únicas agrupaciones que cumplen con dichos particulares, debido a la fuerza de sus lazos tribales, las costumbres estéticas incorporadas, el lenguaje utilizado, la comunicación intra-grupal, la diferencia del nosotros con los otros, etcétera.

Pere-Oriol Costa, José Pérez Tornero y Fabio Tropea (1996) mencionan como se puede entender una tribu urbana, en los siguientes puntos:

1. Una tribu urbana se constituye como un conjunto de reglas específicas (diferenciadoras) a las que el joven decide confiar su imagen parcial o global, con diferentes niveles de implicación personal.
2. Una tribu funciona casi como una pequeña mitología en donde sus miembros pueden construir con relativa claridad una imagen, un esquema de actitudes y/o comportamientos gracias a los cuales salir del anonimato con un sentido de la identidad reafirmado y reforzado.
3. En una tribu tienen lugar juegos de representaciones que le están vedados a un individuo normal.
4. Mediante la tribalización se reafirma la contradictoria operación de una identidad que quiere escapar de la uniformidad y no duda en vestir un uniforme.
5. La relación de pertenencia del individuo al grupo es intensa, globalizadora y aporta un sentido existencial. (Costa, Pérez Tornero, & Tropea, 1996, pág. 92)

Con lo expuesto, la mayor parte de las mal llamadas tribus urbanas o por lo menos las más antiguas cumplen con estas características así como los rockeros, skin-head, hoperos, góticos, punkeros, raperos, entre otros; debido a que dentro de esas agrupaciones existen reglas, un manejo de la imagen a través de un estilo compartido y la adopción de una actitud; todo este compendio lo asumen de acuerdo a la agrupación a la que pertenezcan en el proceso de búsqueda y afirmación de su identidad.

Las tribus urbanas son un fenómeno mundial; aunque en diferentes realidades, sus distintas expresiones se han expandido a nivel global, unas estableciéndose más que otras dependiendo el lugar donde se desarrollen. Unos eligen los colores y otros el negro, están los que gustan de la música fuerte y agitar sus melenas y los que prefieren los sonidos que están de moda, algunos buscan ser el centro de atención y otros pasar inadvertidos, los que parecen felices por elección y los que confiesan ser tristes practicantes. Alrededor del mundo se encuentra una infinidad de manifestaciones culturales y con el desarrollo tecnológico, político, social, económico, etc. surgen nuevas expresiones de jóvenes de acuerdo al contexto histórico social y el escenario en el que se desenvuelvan. El termino tribus urbanas se usa para referirse a “grupos informales que se reúnen en torno a determinadas prácticas culturales, creencias, gustos, modas u otras afinidades, y que configuran lo que los científicos sociales suelen llamar subcultura, para diferenciarlas de la cultura hegemónica”. (Hernández, Pañellas, Rensoli, Rodriguez, & Alarcón , 2010, pág. 65). Hay una lista heterogénea de grupos y cada día están surgiendo más, se presentan: rockeros, emos, pokemones, góticos, heavies, hippies, pijos, punkies, raperos o hiphoperos, grafiteros, breakdancers, escatos, skin-heads, cholos, fresas, yupis, gruperos, ocupas, hadcores, freakies, skates, entre otros.

El factor común en todas las agrupaciones culturales juveniles es la música, la que se consolida como un rasgo de identidad, ella es la que determina la forma de vestirse, peinarse, moverse e incluso hablar; además de su carácter universalizante ya que une a individuos de estratos muy diferentes de la sociedad. También la estética es un rasgo distintivo porque es la imagen que muestran a la sociedad, pero “ésta no es obra de la generación espontánea, mucho menos resultado de un consenso juvenil sino, es el fruto de la fuerte penetración de los medios masivos de comunicación a través de dos elementos: la música y el cine.” (Belmonte Grey, 2010, pág. 61). Estos elementos generan para los jóvenes modelos e ídolos que van cambiando según la tendencia de la sociedad, los mismos que son distribuidos y asimilados.

Los jóvenes crean espacios propios: calles, plazas, parques, muros, centros comerciales, cines, teatros, redes informáticas, etc., donde generan constantemente simbologías, tras la búsqueda de la realización personal y/o colectiva. Así, “la acción de los jóvenes sirve para redescubrir territorios urbanos olvidados o marginales, para

dotar de nuevos significados a determinadas zonas de la ciudad, para humanizar plazas y calles.” (Feixa, 1998, pág. 67)

3.5 Ciberculturas juveniles

En los últimos años, el desarrollo de las diversas tecnologías de la comunicación ha producido cambios en los diferentes aspectos de la sociedad. El mundo contemporáneo es el escenario donde la cultura, la ciencia y la tecnología se articulan redefiniendo los modos de ser y estar de los seres humanos, transformando de forma visible las condiciones sociales a escala global. Ante estas nociones surgen conceptos que permiten analizar los nuevos procesos y fenómenos que se desarrollan; así nace la concepción de cibercultura.

En este contexto, los jóvenes reciben la influencia de las NTIC's que afectan los modos en que se desenvuelven: estudios, diversión, comunicación, amistad, enamoramiento, etc. Las nuevas tecnologías contribuyen a la composición de un mundo cultural, distinto al de generaciones anteriores. Actualmente, se muestra una mayor cuantía de las significaciones juveniles generadas en ámbitos cotidianos, simbólicos, afectivos, culturales, mediáticos y virtuales; los cuales complejizan y re significan los parámetros fundamentales de la vida humana. Así, los consumos culturales y de tiempo libre de los adolescentes, se ven inmiscuidos en el entorno comunicativo de las nuevas tecnologías, lo que produce un visible cambio en las formas de comprender la realidad y en la constitución de las identidades y las subjetividades humanas. Y es bajo estas cuantificaciones, que se presentan las ciberculturas juveniles.

Marcelo Urresti (2008) afirma la existencia de ciberculturas juveniles como:

Ámbitos de encuentro virtual entre jóvenes que a pesar de estar distantes en el espacio, intercambian información y datos sobre cuestiones de su interés, se relacionan entre sí con encuentros reales posteriores, se comunican a diario a través del chat y los foros y, en ese conjunto de flujos diversos, forjan una imagen de sí mismos, de los grupos a los que pertenecen, tomando conciencia de la generación en la que se incluye y del mundo que los rodea. (Urresti, 2008, pág. 10)

Lo favorable para las ciberculturas es no contar con fronteras ni límites a diferencia de las agrupaciones tradicionales; a pesar que la tecnología es compartida por las diversas manifestaciones culturales, en tanto tengan la posibilidad, lo que se diferencia es en cómo se maneja. Los miembros de las ciberculturas utilizan las TIC's para interactuar a más de su cultura, con los integrantes como alguien cercano, con los que se pueden dar encuentros reales. Mientras que en términos generales las otras agrupaciones utilizan la técnica sólo para difundir e incluso defender a su cultura.

Para un mejor entendimiento, Urresti (2008) agrega cinco elementos de las ciberculturas juveniles.

<p>El nuevo sistema de los objetos:</p>	<p>Los nuevos aparatos electrónicos basados en tecnologías digitales definen el sistema de objetos con los que interactuamos.</p>
<p>Los géneros confusos de la comunicación:</p>	<p>Ante una sociedad que tiende a la saturación comunicacional, se suma internet, como un sistema en el que también convergen la radio, la gráfica y la televisión, las que se incluyen en esa oferta donde todo puede ser combinado.</p>
<p>El nuevo paradigma del “prosumidor”:</p>	<p>Se trata de ese intermedio entre la producción y el consumo. Internet facilita la publicación de textos, imágenes, música, animaciones y hasta audiovisuales, que hace cada vez más frecuente que jóvenes registren y publiquen materiales, documentos y aspectos diversos de su vida que consideran interesantes para ofrecer a la mirada ajena.</p>
<p>Las transformaciones</p>	<p>Las nuevas tecnologías, con su facilidad para</p>

<p>de la intimidad:</p>	<p>producir contenidos fotográficos y fílmicos, ponen en manos de los usuarios la posibilidad de publicar instantáneamente documentos sobre las cuestiones más variadas. Así, se va articulando un espacio inédito de sujetos expuestos, de fragmentos de existencia superpuesto, una galaxia comunicativa en la que lo público, lo privado y lo íntimo se entremezcla en la red de redes.</p>
<p>Las nuevas formas de comunidad:</p>	<p>Se congregan nuevas formas de comunidad: redes sociales, telecomunidades y tribus urbanas. El primero hace alusión a las páginas como Facebook, que por medio de la invitación y aceptación van conformando redes; con el tiempo fomentan comunidades reales de intercambios y encuentros. Mientras que las telecomunidades se forman en torno a preferencias y afinidades electivas que no siempre tienen como objetivo el encuentro real. Internet facilita la proliferación de los estilos tribales de la cultura juvenil y hace estallar las microculturas juveniles al multiplicar sus contactos e intercambios. (págs. 46-66)</p>

Fuente: (Feixa, Reloj de arena, 1998)
 Elaborado por: Haileen Báez e Ivonne Nacimba

Las redes de información han cambiado su papel inicial, para convertirse en un mecanismo nuevo, a través de diferentes usos como el entretenimiento y la socialización, creando nuevos mapas culturales. Sitios de internet como: YouTube, Blogspot, Fotolog, MySpace y Facebook, “son plataformas de comunicación, circulación de información y articulación de redes sociales masivamente utilizadas por públicos de las geografías y las edades más diversas, todos pensados y originados por personas muy jóvenes. “ (Urresti, 2008, pág. 17). Los jóvenes utilizan las

computadoras para interactuar y comunicarse, jugar, buscar información vinculada a su educación o a sus gustos, entre otros; pero el tipo de acceso que tienen, los recursos informáticos que manejan, dejan en evidencia los universos disimiles existentes. A pesar de eso, hoy en día no se puede hablar de la vida cotidiana de los jóvenes o de las culturas juveniles sin considerar el impacto de los ordenadores, que están produciendo un cambio evidente en los parámetros fundamentales de la vida humana: tiempo, espacio y corporeidad. En esta realidad, la juventud vive una experiencia nueva, la posibilidad de una relación diferente con el mundo adulto, donde tienen mucho más que enseñar, que los mayores cuando pasaron por esa etapa.

López, Portacarrero, Silva, Ubilluz y Vich (2007) añaden:

“Las tecnologías de la información y de la comunicación son un componente importantísimo de la vida juvenil porque a través de ellas los jóvenes se enredan, dan trámite a su consumo simbólico, construyen y deconstruyen sus identidades, amplifican sus relaciones y establecen interacciones a distancia. La intensidad y el anonimato facilitan vínculos entre los jóvenes, espacios para sus relaciones personales, afectivas y las lógicas expresivas que les dan visibilidad frente a los otros.” (López, Portacarrero, Silva, Ubilluz, & Vich, 2007, pág. 241)

La juventud actual vive en un modelo cultural absolutamente distinto al de generaciones anteriores y las tecnologías contribuyen a la composición de ese nuevo mundo de experiencia. La capacidad de estos medios para intervenir en todas las áreas ha modificado tanto los patrones de consumo como los valores e identidades de las personas. Una de las principales características de América Latina es su diversidad cultural; con el proceso de modernización se ven amenazadas principalmente las culturas originarias, dado que los jóvenes se han mostrado más vulnerables al impacto de los cambios actuales, proporcionando como resultado lo que denomina Canclini “culturas híbridas”, donde en un sólo espacio se encuentran diversas y contrapuestas manifestaciones.

CAPÍTULO 4

METODOLOGÍA

El presente trabajo se sostiene en la investigación cualitativa, ya que se pretende encontrar las características particulares y distintivas de la agrupación flogger. Esta búsqueda de sus singularidades se hará sustancialmente a través de la interlocución que permitirá entender el sentir y el pensar de los sujetos actuantes de acuerdo a las condiciones generales en las que se desenvuelven; es decir el afán del estudio es comprender, dentro de un contexto, la narrativa desde los sujetos, sus discursos, prácticas, gustos, actitudes, experiencias, pensamientos y reflexiones. Dentro de esta perspectiva no se explora los eventos sino los objetos, los que se entienden como: “construidos, no existen por si mismos sino que el investigador lo construye”. (Orozco, 1996, pág. 74). En el estudio se construye el objeto con los sujetos mediante un diálogo participativo lo que permitirá entender sus prácticas significativas y por lo tanto sus experiencias y sentidos.

Al hacer investigación cualitativa, la comunicación no sólo puede utilizar sus fundamentos teóricos, hace necesario un diálogo con las otras disciplinas para poder explicar y entender de mejor manera el objeto de estudio.

Con lo mencionado se entiende a la perspectiva cualitativa como un proceso de indagación y exploración de un objeto construido con los sujetos a través de la interlocución e interpretaciones continuas, con la ayuda de instrumentos y técnicas que permiten comprender las narrativas de los individuos de la forma más integral posible. Por las características del trabajo de investigación, se acerca más a un estudio Etnográfico, el que consiste en “detalladas descripciones de ámbitos sociales, casi siempre urbanos, en los que un grupo de individuos dentro de un contexto social particular, comparte unos patrones de pensamiento e interacción mediante los cuales se pretende explicar su comportamiento en determinados momentos de su vida”. Este estudio permitirá tener descripciones detalladas de diferentes situaciones, percepciones, vivencias, eventos y experiencias que se manejen dentro de la agrupación flogger a través de lo que sus miembros manifiesten.

El plan de investigación etnográfico contará con los siguientes pasos:

1. **El diseño del estudio etnográfico:** Supone partir de un plan de acción que permita acercarse al grupo a estudiar, suficientemente flexible y abierto con la finalidad que pueda atender lo inesperado y recolectar la información necesaria manteniendo una mirada holística.

2. **La determinación de las técnicas para recoger evidencia empírica:** A través de diversas técnicas se analizará las características, particularidades y significados de los miembros de la agrupación flogger que se reúnen en los centros comerciales El Recreo e Ñaquito. Las técnicas que se emplearán en el trabajo de investigación son:

- **La observación ordinaria:** “el investigador observa el medio ambiente donde se desarrollan los acontecimientos, desde fuera del grupo observado.” (Cortés Padilla, 2012, pág. 77). Esta técnica se empleará en las visitas preliminares para conocer y delimitar el escenario donde se realizará el estudio.
- **La observación participante:** “se efectúa con el investigador dentro del grupo que observa, sujeto a las reglas formales e informales como parte activa del mismo”. (Cortés Padilla, 2012, pág. 77). Una vez que se delimitó el escenario y se acercó a los miembros de la agrupación flogger, esta técnica permite a más de tener una mirada exterior de las peculiaridades de los adolescentes de este grupo, desenvolverse con naturalidad y adentrarse en sus prácticas.
- **La entrevista en profundidad:** “Entrevista no estructurada que pretende llegar hasta el fondo de las cuestiones que se formulan al entrevistado.” (Cortés Padilla, 2012, pág. 176) Se indagará sobre las características particulares de los jóvenes que forman parte de la agrupación flogger, esta información se recabará mediante preguntas abiertas, dando apertura al entrevistado para que se exprese sin limitarlo; así se culminará donde el propio desarrollo de la entrevista lleve.
- **La entrevista grupal:** También llamada grupo de discusión, es una técnica de recogida de datos dirigida a un grupo de personas en una misma entrevista. En la selección de los miembros del grupo se trata de incluir la mayor divergencia de opiniones, pero sin crear incompatibilidades. Se llevará

acabo de 5 a 10 personas para que el grupo pueda ser manejable, se planteará preguntas abiertas sobre la agrupación y el manejo de esta; a pesar que pueden compartir rasgos comunes como: ciudad, sector, colegio y estilo cultural se espera una heterogeneidad de respuestas ya que cada individuo tiene sus particularidades.

- **Estudio de registro:** Es el análisis de los estudios anteriores sobre el fenómeno. Se recabará información sobre la agrupación flogger y sus miembros a través de una investigación documental y bibliográfica; en libros, ensayos, artículos de revista, videos, blogs, páginas web y fotografías.

3. Población y muestra: El muestreo es “una herramienta de la investigación científica, cuya función básica es determinar que parte de una población debe examinarse” (Cortés Padilla, 2012, pág. 102). El tipo de muestreo que se utilizara es el no probabilístico o intencional, pues se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" que puedan aportar con información más acertada acerca del grupo flogger.

4. El acceso al ámbito de investigación: Es el proceso de acercamiento a través de un contacto inicial con algún miembro destacado del grupo. Esta aproximación se dará en los lugares de esparcimiento y diversión de los jóvenes tales como: juegos electrónicos, salas de baile, pista de patinaje y cines que se encuentran el Centro Comercial El Recreo y en el Centro Comercial Ñaquito (CCI), donde se establecerá el contacto inicial con un joven perteneciente al estilo cultural flogger.

5. La selección de los informantes: En esta etapa lo prioritario para el etnógrafo es establecer relaciones abiertas con quienes habrán de cumplir el papel de “informantes”. Su principal tarea es relacionarse con ellos. Ni el número ni el tipo de informantes se especifica de antemano, sino que el investigador comienza con una idea general. A lo largo de este proceso también se irán seleccionando aquellas personas a entrevistar y las situaciones que se desean examinar, según la calidad y cantidad de información. La selección de los informantes se orienta por el principio de pertinencia (quien pueda aportar mayor y mejor información).

A partir de los contactos iniciales se empezará a tener criterios de decisión para seleccionar a los miembros que mejor información puedan reportar para los objetivos.

6. La recogida de datos y la determinación de la duración de la estancia: En este apartado la obtención de la información es el tema fundamental. En el proceso etnográfico el análisis de los datos comienza en el momento en que termina cada episodio de recogida de información y la identificación de las categorías. Consiste en un chequeo o revisión continua de los datos mientras se está aún en el proceso de captura de información. El resultado es un banco repleto de notas de campo, entrevistas. Una vez que se ha recabado la información se empezará a procesarla como conjunto acabado lo que permitirá decidir donde ha culminado la investigación, por lo menos en primera instancia, ya que nada impide que se vuelva a recabar más información.

7. El procesamiento de la información recogida: En una investigación cualitativa, el análisis de los datos se va realizando a lo largo del estudio. Los procesos de recogida de datos y su análisis van unidos, puesto que se observa e interpreta paralelamente. A medida que se obtienen datos se generan hipótesis, realizando múltiples análisis. Se estudiará el contenido de los productos verbales recogidos, mediante el que se tratará de detectar temáticas o categorías de análisis comunes. Una vez identificadas estas categorías, se examinarán sus variaciones en función de las personas y las situaciones implicadas en el ámbito estudiado.

Es así, que podemos hablar de:

- Análisis del discurso y comportamiento.
- Análisis de la industria cultural
- Análisis del espacio
- Análisis de discriminación
- Análisis del conflicto familiar
- Análisis del reconocimiento social
- Análisis del uso de la tecnología y página web
- Análisis del lenguaje

8. La elaboración del informe final: El Informe etnográfico debe integrar con claridad cuál es la fundamentación teórica y empírica que apoya el trabajo, que significó la experiencia en los involucrados y que representan los resultados

obtenidos para la teoría ya establecida. Concretamos así, las secciones básicas del informe etnográfico en:

1. El planteamiento de los antecedentes teóricos y prácticos de la investigación y la evolución global del enfoque teórico.
2. La descripción detallada de los métodos y procedimientos empleados para obtener la información.
3. Los resultados y conclusiones finales.
4. Anexos.

CAPÍTULO 5

INFORME FINAL

Comunicación en el espacio virtual, en el caso de la generación flogger, en el Centro Comercial Ñaquito (CCI) y Centro Comercial El Recreo, lugares de encuentro de esta agrupación.

5.1 Análisis de resultados

5.1.1 Estudio de registro

Hay que precisar, para que exista juventud en el sentido en que hoy la viven gran parte de jóvenes de la urbe hubo varios procesos a través de la historia. En la sociedad postindustrial, durante la segunda mitad del siglo XX, se impuso en occidente “el modelo conformista de la juventud, el ideal de la adolescencia como período libre de responsabilidades, políticamente pasivo y dócil.” (Feixa, 1998, pág. 33). Además trajo consigo cambios en los diferentes ámbitos, en cuanto a los jóvenes gran cantidad de ellos se convierten en un grupo con creciente capacidad adquisitiva, ocasionando que el mercado y los medios giren a su alrededor a través de la moda, adornos, locales de ocio, música, revistas, etcétera.

“Los años noventa han presenciado tendencias contradictorias que se han resumido en un calificativo, “Generación X”.” (Feixa, 1998, pág. 36). Este modelo de juventud se caracteriza por la influencia de las nuevas tecnologías de la comunicación (NTIC's) tales como: video, fax, telefonía digital, informática, internet. Algunos autores sostienen que está emergiendo una cultura juvenil postmoderna, como resultado del impacto de las NTIC's., lo que ocasiona que los jóvenes de todo el planeta puedan estar conectados dándoles la sensación de pertenecer a una comunidad universal, pero con el riesgo de caer en un individualismo. Una década después de la primera publicación del libro el reloj de arena Feixa (2006) propone bautizar a los jóvenes que transitan el siglo XXI como la generación “@”. El término expresa tres tendencias de cambio que intervienen en este proceso:

El primer lugar, el acceso universal -aunque no necesariamente general- a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación; en segundo lugar, la erosión de las fronteras tradicionales entre los sexos y los géneros; y en tercer

lugar, el proceso de globalización cultural que conlleva necesariamente nuevas formas de exclusión social a escala planetaria. (Feixa, 2006, pág. 59)

Bajo este marco surgen los floggers, un grupo de adolescentes de la era digital, cuyo origen se dio en Argentina. Esta agrupación se define por el impacto cultural de las nuevas tecnologías, son jóvenes a los que les han rodeado instrumentos electrónicos desde que tienen uso de razón, lo que ha configurado su visión de la vida y del mundo. Su particularidad es el uso constante de internet, en especial del portal Fotolog. Al principio era sólo una costumbre virtual, donde a través de nombres ficticios o reales, se colgaban fotos, se introducían comentarios, participaban en chats y hacían amigos. Hasta que “en diciembre de 2007 a una muchacha lesbiana de 17 años, de avatar Cumbio, bastante popular en el flog, se le ocurrió convocar a sus “amigos virtuales” en un lugar emblemático de la ciudad de Buenos Aires” (Feixa, Unidos por el flog: Ciberculturas juveniles, 2011, pág. 30). La convocatoria tuvo gran éxito, acudieron cientos de jóvenes, quienes empezaron a autodenominarse floggers, aludiendo a la pasión compartida por la página fotolog. Desde ese momento, Cumbio se convirtió en su líder y marcadora de tendencias; esta joven nacida en 1991, Agustina Vivero, se popularizó como la reina de los floggers y suscitó el interés de la prensa nacional e internacional, tuvo publicaciones en la revista Rolling Stone, en los diarios New York Times y El País de España. Además publicó un libro llamado “Yo Cumbio” donde relata la historia de su vida, cuenta con un documental titulado “Soi Cumbio”, el cual se estrenó en el 2011. En lo comercial, Agustina fue elegida como cara de Nike para la publicidad de una línea de ropa y “la contrató como “trendsetter”, fotógrafa-buceadora de las tendencias emergentes en la cultura juvenil.” (Feixa, Unidos por el flog: Ciberculturas juveniles, 2011, pág. 31). También fue imagen de South One, una marca de zapatillas y tiene su propia línea de cosméticos.

Los floggers han pasado de encontrarse en el espacio virtual al presencial eligiendo como lugar de encuentro los centros comerciales de Buenos Aires. Entre sus principales características está el uso intensivo de la tecnología y el empleo de teléfonos celulares de forma multimedia, por lo que suelen ser de sectores acomodados. Feixa (2011) en su análisis menciona que a diferencia de otras prácticas tecnológicas, estos jóvenes han desarrollado todos los elementos característicos de las subculturas juveniles:

RASGOS COMPARTIDOS	DESCRIPCIÓN
Un determinado lenguaje	Oral, textual y en este caso visual
Una estética particular	Pelo liso las chicas, con flequillo los chicos, pantalones chupines (ajustados), suéters con colores chillones y algo psicodélicos, camisas ajustadas las chicas, apariencia andrógina, uso de ropas de marca
La predilección por determinados ritmos musicales	Las distintas variantes de la música electrónica, que bailan con su celular en el oído, con incursiones recientes a la cumbia y otros ritmos alternativos
Unas producciones culturales	Articuladas en torno al consumo intensivo de nuevas tecnologías
Una actividad focal	El uso intensivo de las tecnologías digitales, para hacer constantemente fotografías con la cámara digital y colgarlas inmediatamente del foto-log para recibir comentarios y hacer amigos. Dedicar mucho tiempo a esta práctica: pueden colgar 7 u 8 fotos por día, pero deben actualizarlas constantemente: el juego consiste en tener el mayor número de visitas (firmas) que actúan como una especie de marcador de audiencia (rating). En lo cualitativo, importan los comentarios que se dejan a las fotos, que pueden dar pie a otros contactos vía chat o e-mail. Existe también la posibilidad de contratar espacios de pago, que permiten bajar un número, mucho mayor de fotos (de 1000 a 2000 por día).

Fuente: Carles Feixa (Unidos por el flog: Ciberculturas juveniles, 2011)

Elaborado por: Haileen Báez e Ivonne Nacimba

Feixa (1998) a través de la metáfora el reloj de arena aborda desde distintos ámbitos esas diversas expresiones culturales juveniles, donde afirma que:

Las culturas juveniles pueden representarse como un reloj de arena. En el plano superior se sitúan la cultura hegemónica (la relación de los jóvenes con la cultura dominante) y las culturas parentales (definidas por etnia y clase) (escuela, trabajo, medios de comunicación, familia y vecindario). En el plano inferior se sitúan las culturas y microculturas juveniles, con sus pertinentes lugares de expresión (tiempo libre, grupo de iguales). Los materiales de base (la arena inicial) la constituyen las condiciones sociales de generación, género, clase, etnia y territorio. En la parte central, el estilo filtra estos materiales. Las imágenes culturales resultantes (la arena filtrada) se traducen en el lenguaje, estética, música, producciones culturales y actividades focales. (Feixa, 1998, pág. 73)

Después de casi diez años Feixa, en su tercera edición, vislumbra que tanto los jóvenes, como las bandas y tribus en las que se agrupaban han evolucionado del reloj de arena al reloj digital, en cuanto a las modificaciones que habido frente al manejo de las tecnologías de la comunicación. Posteriormente realiza un análisis sobre los floggers, donde encaja a este grupo en un modelo de juventud al que denomina el síndrome de Blade Runner, película basada en el libro ¿sueñan los androides con ovejas electrónicas?, a lo que menciona: “Sus teóricos son los ideólogos del ciberespacio que preconizan la fusión entre inteligencia artificial y experimentación social, e intentan exportar al mundo adolescente sus sueños de expansión mental, tecnologías humanizadas y autoaprendizaje.” (pág. 22). Bajo el contexto señalado, la juventud como una etapa libre de responsabilidades, la configuración de redes adolescentes y el retraso permanente en el acceso al trabajo; se traduce a jóvenes con dependencia económica, con falta de espacios de responsabilización y con una creciente madurez intelectual en torno al manejo de las NTIC’s expresado a través de la hipertextualidad y las nuevas corrientes estéticas e ideológicas. “Se trata de un retrato de la juventud, de una odisea hipertextual, que narra el paso de la cultura visual a la cultura multimedia, de la galaxia McLuhan a la galaxia Gates.” (Feixa, 2011, pág. 23)

Precisamente, dentro de este marco, se agrupan jóvenes que se autodenominan floggers que: “aparentemente, no son una subcultura sino una práctica cultural juvenil, la de caer rendido ante el “efecto espejo” de la cámara digital” (Feixa, 2011, pág. 33). Los adolescentes reafirman esta idea al constatar en los perfiles de fotolog y facebook retratos de escenas de la vida posteados diariamente. Feixa (2011) lo asemeja al clásico diario personal, cuyo manejo era popular en jóvenes de

generaciones pasada. El espacio íntimo donde el adolescente exteriorizaba sus vivencias y experiencias, sus amores y desamores ha dejado de lado el cuaderno y el esfero y lo ha sustituido por imágenes, estados y comentarios posteados, expuestos en el lugar más público posible, internet. En este espacio también surgen nuevas maneras de diversión, a más de los que ofrece la web, los jóvenes utilizan formas de convocatoria con finalidades lúdicas.

Mientras en otros momentos la brecha generacional estuvo marcada por grandes hechos históricos como guerras y revueltas, lo que marca ahora la diferencia es una revolución tecnológica, lo que no solamente ha creado nuevas culturas juveniles sino también una nueva ideología. Los miembros de este estilo cultural comparten una corriente que se basa en el culto a la propia imagen, el deseo de tener muchos admiradores, y el de ser reconocidos como famosos; dado el manejo de su comportamiento tanto en el espacio virtual como en el real ha despertado millones de seguidores. Pero también surgen opositores que están en contra de esos pensamientos y de las nuevas formas de exclusión social que plantea esta práctica juvenil, desencadenándose en discriminación y violencia, factores que traspasaron la virtualidad y representaron incluso la muerte de Guillermo Cáceres, un joven de 16 años, tras recibir una golpiza por el hecho de ser flogger en Córdoba-Argentina. A sus simpatizantes se suma el llamado de numerosos medios y programas como Show Match, Terra Tv, Tiene la Palabra, New York Times, Talento Argentino entre otros; donde han dado a conocer su estilo cultural, baile, vestimenta y peinados. Además lograron un espacio en la televisión conducido y dedicado a los floggers y sus tendencias, un programa titulado “Flogger TV”. Su acogida se ha extendido mundialmente despertando adeptos, en mayor o menor magnitud de acuerdo al país, con ciertas variantes pero manteniendo los rasgos principales de este estilo cultural. En el Ecuador, también se instauró esta tendencia, jóvenes que se denominaban floggers se establecieron en los diferentes centros comerciales de la capital mostrándose con peculiaridades propias de la agrupación.

5.2 Campos de análisis

Los análisis que se presentarán están basados en los discursos expuestos por los floggers quiteños, quienes en la actualidad tienen como lugar de encuentro el Centro Comercial El Recreo y han dejado de lado el C.C.I. por las razones que se explicarán

en el análisis correspondiente. Discursos que han sido recopilados a través de las técnicas planteadas: la observación ordinaria, la observación participante, la entrevista en profundidad y la entrevista grupal.

5.2.1 Análisis del discurso y comportamiento

Los jóvenes que se reúnen en el Centro Comercial El Recreo son personas que pertenecían al estilo cultural flogger y a pesar de seguir manteniendo las mismas prácticas, imagen y amigos ahora declaran no serlo y se consideran gente “normal”. El concepto de normalidad no es fácil de establecer, en general varía en relación con el medio socioeconómico, político y cultural. Determinar que es normal y que anormal resulta un trabajo complicado desde el punto de vista social, pero Indiana Vallejo siguiendo el planteo de Foucault sostiene que la “Normalidad-Anormalidad es un par conceptual que emerge en el contexto de la modernidad, buscando ordenar y tornar previsibles, dóciles y útiles a los sujetos” (Vallejo, 2009, p. 96). Los adolescentes al vivir en una etapa fundamentalmente de transición, atraviesan por cambios físicos y psicológicos que podrían entenderse como estados de rebeldía, sin tener en cuenta que se consideran una “verdadera patología normal del adolescente, en el sentido de que precisamente éste exterioriza sus conflictos de acuerdo con sus estructuras y sus experiencias”. (Knobel & Aberastury, 1997, p. 42). Pero sin embargo, el convivir social y las estructuras institucionales hacen ver que las normas de conducta están establecidas y regidas por los individuos adultos de la sociedad. Es así que los jóvenes que pertenecen a este estilo cultural han optado por dejar de lado ciertas peculiaridades de su grupo por temor a la discriminación de la que son parte. Afirmando que ahora: “tratamos de vestirnos como la mayoría de gente normalmente”, “ahora la mayoría de floggers se visten normal” que se instauraría en el rango de no llamar la atención como antes lo hacían y bajo los parámetros de lo “normal” establecidos por las convencionalidades sociales.

De los testimonios recogidos se pudo apreciar dos pensamientos marcados sobre los floggers. Por un lado hay quienes se consideraban floggers desde que se originó en Quito, aproximadamente cinco años, y lo asumieron con las particularidades de sus similares de Argentina. Ellos declaran ahora no pertenecer a esta agrupación porque: “antes éramos floggers porque era genial, era algo q compartías entre amigos, después indios, longos, unos hechos pedazos se empezaban a creer flogger”, “cuando

muchas personas te remedan se ve feo y ya no quieres eso”. En la búsqueda de la exclusividad por parte de los jóvenes pertenecientes a este estilo cultural surgen discursos que caerían en tendencias fascistas caracterizadas por “el idealismo y el vitalismo metafísico, era la creación de un hombre nuevo, un nuevo estilo de cultura que lograrse la excelencia tanto física como artística (...)” (Payne S., 1995, p. 17). Testimonios que demuestran una clara tendencia de superioridad hacia aquellos jóvenes que no cumplían con las condiciones de pertenecer al grupo: “antes había exclusividad, la mayoría de los jóvenes tenían que pasar ciertas pruebas para pertenecer al grupo, como el saber bailar y combinar su vestimenta”. Así como, discursos en los que se evidencia tendencias de negación al otro entendida como un síntoma narcisista de la cultura. “Desde el punto de vista cultural, se puede entender el narcisismo como una pérdida de valores humanos ausencia de interés por el entorno, la calidad de vida, por las demás personas”. (Lowen, 2000, p. 12). Lo que se evidencia en testimonios como: “todos éramos chéveres, la mayoría éramos guapos, nos vestíamos de marca nos vestíamos bien ahora cualquier indiecito puede venir con esos zapatos hecho pedazos y se creen flogger”. La imagen que presentan ante los demás es en busca de la perfección y grandiosidad, se consideran, en cierta forma, a sí mismos individuos superiores a los demás y muestran un grado de “arrogancia” y menosprecio por los otros jóvenes que no son como ellos estéticamente.

El primer grupo a pesar que declara ya no ser flogger porque han perdido la “exclusividad” siguen frecuentando y compartiendo vivencias con los jóvenes que formaron parte de este estilo una vez que se popularizó, a quienes consideran distintos de ellos. Y afirman que: “los que eran originariamente floggers dejaron de serlo porque se empezó a berrear”. Lo que podría instaurarse en marco de “líderes mediáticos” como sostiene Gubern (2000):

Los líderes mediáticos establecen y difunden modelos jerárquicos de comportamiento, patrones de conducta, porte y vestimenta, que generan en el público lo que los antropólogos denominan mimetismo de rango, aunque es bien sabido que cuando tales modelos se popularizan y banalizan son abandonados por las élites (...) (Gubern, 2000, p. 46)

En concordancia con lo que plantea Gubern los floggers instauraron su estilo en clases acomodadas, lo que se difundió globalmente. En Quito se mantuvo esta característica pero una vez que se propagó a otros sectores de la ciudad, los jóvenes que iniciaron con el rasgo de “exclusividad” declaran abandonar ese estilo.

Y por otro lado están quienes lo asumieron cuando se popularizó y ya comenzaron a ser estigmatizados: “fue una moda y nada más”, “al país llegó la novelería, comenzó un grupo, después siguió más gente y a la gente le gustó y se denominaron floggers”. Es así como estos adolescentes afirman ya no ser floggers, en gran parte, por el deterioro de este estilo cultural debido a la discriminación que conlleva ser miembro de este grupo; aunque siguen manteniendo ciertas características y frecuentan a los mismos similares que antes se denominaban floggers.

Manejan un mundo de apariencias en donde “el ser ya no cuenta, el valor deviene en parecer, lo que se conoce como la cultura del simulacro (...) Entendida a la simulación como generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal”. (Baudrillard, 2007, p. 9). Lo que indica como estos jóvenes crean un mundo de representaciones donde se muestran ante los demás como gente de una buena situación económica, con atractivo físico, con talento para bailar y con una vida interesante. Este simulacro en el que se desenvuelven les obliga a ejercer también presión en sus padres, exigiendo ropa, zapatos, internet y demás objetos que les permitan conservar esa apariencia, que está implícito con “respecto a la producción de los sujetos, está fundada sobre una coincidencia entre el yo y sus apariencias en la búsqueda de un estilo, en particular en la vestimenta”. (Warnier, 2001, p. 87) .

Contradictoriamente, estos chicos a pesar de ser y pensar diferente se sienten entre todos “unidos como una familia”, con la que comparten gustos y experiencias. Se puede hablar de una construcción de la identidad la que “se define como el conjunto de repertorios de acción, de lengua y de cultura que permiten a una persona reconocer su pertenencia a determinado grupo social e identificarse con él” (Warnier, 2001, p. 10). Los y las jóvenes en la búsqueda de ésta, desarrollan diferentes acciones que les permite involucrarse con un grupo social, donde pueden reconocerse y ser reconocidos como parte de un conjunto, en el que se sentirán

identificados y podrán llegar a adoptar un estilo, compartirlo y hasta defenderlo; lo que permitirá advertir el ser que se va constituyendo. Por ello afirman: “Aquí me siento identificada si en mi casa no me aceptaban así como era, acá me vengo a encontrar con que me acepten así como soy”, “lo que no encuentras en tu casa lo encontramos aquí, lo encuentras afuera”. Precisamente, la búsqueda de esa identidad juvenil provoca que el individuo indague un nuevo entorno fuera de la institución familiar y empiece a encontrar su propio sujeto, a través de grupos, en este caso el estilo juvenil flogger que les permite desenvolverse en sus distintas expresiones, con acentos diferentes, con una marcada variable social, con signos distintivos propios, formas de lenguaje, estética específica y con una especial preferencia por una música determinada.

5.2.2 Análisis de la industria cultural

Las culturas han estado siempre en interrelación las unas con las otras; sin embargo una situación histórica nueva apareció a partir del surgimiento de máquinas para crear productos culturales. La expresión de industrias culturales se utilizó por primera vez “en 1947 por Theodor Adorno y Marx Hokheimer, dos sociólogos de un grupo denominado la Escuela de Frankfurt (...), quienes querían estigmatizar la reproducción en serie de bienes culturales, argumentando que esta pone en peligro la creación artística.” (Warnier, 2001, pp. 15,16). De manera general, la Escuela de Frankfurt representa una trascendental crítica filosófica y cultural de la actividad de los medios de comunicación de masas, desde una lectura variante del marxismo. Subraya los aspectos negativos de la modernidad industrial; reprocha al capitalismo porque impone un nuevo modo de producir la cultura convirtiéndose en mercancía reducida a la imitación, a la falta de autenticidad y a la estandarización; y recrimina a la llamada sociedad de consumo ya que daña las bases de la tradición, la cultura y hace que el hombre pierda su capacidad crítica.

Warnier (2001) cita a Patrice Flichy, Bernard Miège y Gaetán Tremplay, quienes consideran que las industrias culturales presentan el siguiente perfil:

- a) Necesitan de importantes recursos
- b) Ponen en práctica las técnicas de reproducción en serie

- c) Trabajan para el mercado, o en otras palabras, mercantilizan la cultura;
- d) Son fundadas sobre una organización laboral de tipo capitalista, es decir que transforman al creador en trabajador y a la cultura en productos culturales (p. 16)

El resultado es una total manipulación del individuo por parte de los productos de la cultura de masas que crean y comercializan los discursos, canciones, imágenes, artes y todo otro hábito adquirido por el hombre como integrante de una sociedad. En los últimos años gran cantidad de jóvenes se han convertido en consumidores de la industria cultural, los ídolos mediáticos han dotado de estilos y valores específicos a cada uno y a sus distintas agrupaciones. Es así como estilos culturales, inmersos en el culto a la imagen, la estética y lo mediático han ido ganando espacio y adeptos.

El factor común en todas las agrupaciones culturales juveniles es la música, la que se consolida como un rasgo de identidad, ella es la que determina la forma de vestirse, peinarse, moverse e incluso hablar; además de su carácter universalizante ya que une a individuos de estratos muy diferentes de la sociedad. Dentro del estilo cultural flogger la música ha desempeñado un papel importante en la socialización, los miembros iniciales de la capital se caracterizaban por escuchar a toda hora electro flogger. En la actualidad principalmente oyen música electrónica, sonidos creados mediante el uso de equipos -característico de la sociedad tecnologizada- como computadoras y máquinas de ritmo; dando cabida a diferentes estilos y producciones de baile. “Antes era el electro flogger, con el pasar del tiempo ya se fue mejorando el estilo”, ahora las diferentes derivaciones de la electrónica es lo que predomina como: “electro, electro house, jumpstyle, shuffle, tectónica y free step”, lo que les ha permitido aumentar movimientos de brazos a diferencia del baile original que sólo se movían los pies. Pero esto no impide que hayan floggers que les agraden otros estilos musicales, como: el hardcore, reggaetón, regué e incluso la música romántica, en especial si provienen de otros estilos culturales a las cuales pertenecieron con anterioridad.

Frente a esta mezcla y fusión de géneros Roman Gubern sostiene “El fenómeno de la hibridización o contaminación de géneros tiene que ver con la propuesta de “desorden cultural” originada por la crisis de identidad del arte contemporáneo o, mejor, del concepto de arte en la actualidad” (Gubern, El eros electrónico, 2000, pág.

56). A esta fusión de géneros se suman las artes plásticas e incluso la publicidad y el espectáculo a través del videoclip musical, los que “se inventaron como spots o anuncios publicitarios al servicio de la industria discográfica.” (Gubern, *El eros electrónico*, 2000, pág. 54)

Una de las principales características de este estilo cultural es el saber bailar, en sus prácticas sociales el baile es una de las actividades preferidas por todos, tanto en los centros comerciales como en las fiestas y concursos; además es el medidor de la popularidad. “Nosotros bailamos para que todo mundo vea como bailamos y tenemos unos pasos que la mayoría de gente no puede, entonces damos a conocer que podemos vestarnos raros y diferentes pero tenemos nuestra forma de bailar, porque si nos ven así vestidos y que bailamos todo mundo se interesa”. Aseguran que no tienen coreografías o pasos determinados, “tú mismo creas tu estilo, tú haces tus pasos”, “tu baile no es que tú lo copies si no que el baile tú lo improvisas en ese momento según el ritmo de la música”. En general los jóvenes afirman que su baile no es copiado de ningún lado, “cada uno crea sus pasos”, pero una minoría reconoce que: “si veían pasos en el internet y recurrían a artistas”, lo cual tomaban como base y le daban su estilo propio. Precisamente, por este consumo cultural los músicos pasan de ser artistas a constituirse, en muchos casos, en iconos y modelos culturales a seguir gracias a la difusión tanto en los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías.

Dentro de las agrupaciones juveniles la estética, también, es un rasgo distintivo porque es la imagen que muestran a la sociedad y que les permite reconocerse entre sus similares, pero “ésta no es obra de la generación espontánea, mucho menos resultado de un consenso juvenil sino, es el fruto de la fuerte penetración de los medios masivos de comunicación a través de dos elementos: la música y el cine.” (Belmonte Grey, 2010, pág. 61). Estos elementos generan para los jóvenes modelos e ídolos que van cambiando según la tendencia de la sociedad, los mismos que son distribuidos y asimilados.

Los floggers pioneros de Quito, al momento de elegir su vestimenta lo hacían siguiendo los estándares de los floggers argentinos. “La de los floggers floggers, era de colores fosforescente amarillo, rojo, azul, verde y apretados al máximo que parezca licra”. Precisamente, años atrás, era muy común ver a jóvenes con estilo

andrógino, llevando pantalones tubo de colores llamativos, camisetas en V, zapatillas y gafas coloridas y a pesar que actualmente siguen manteniendo en su estilo gran parte de esos elementos, han dejado de lado ciertas particularidades, como los pantalones coloridos, debido a la discriminación que han sentido por parte de las personas mayores y otras agrupaciones. Los jóvenes siguen utilizando pantalones tubos “mientras más tubo mejor”, para poder lograrlo los cosen: “Hay diferentes formas por adentro y por afuera; te ponías el pantalón y te cosías por encima y al sacarte tenías que descoserte sino no te salía. Y la otra es que ya le tienes cogida la medida, le das la vuelta al pantalón y le sigues cosiendo debes dejar un espacio largo para que te entre el pie y si no te pasa usas una funda”.

En cuanto a los accesorios, lo que predomina son las pulseras, collares y maquillaje tanto en hombres como mujeres. En el maquillaje de las mujeres prevalece el uso de rímel, base, delineador y sombras, mientras que en el de los chicos la base, aunque hay algunos que prefieren dejar su piel al natural.

Todos coinciden que el cabello es parte importante de su estética, por lo que recurren a varios productos para cuidarlo “todo lo que sea bueno para el cabello nos ponemos, lo que sea”; ceras, cremas para peinar y tratamientos es los que utilizan tanto hombres como mujeres. El principal elemento identificativo de los floggers es el peinado, que se caracteriza por ser extravagantes son: “alocados, originales y fuera de lo normal”, “mientras el cabello más abultado lo tenías más sexi te veías”, “el que era más cabezón se creía más”. Era habitual verlos llevar su cabello con flequillo de lado, largo y abultado. Aunque sostienen que: “el cabello te define la fama y el atractivo” varios chicos han optado por cortarse el cabello y manejar peinados menos llamativos, con el afán de evitarse problemas y sentirse discriminados.

Un rasgo característico de los floggers era el vestirse con ropa de marca como: vans, nike, converse, adidas, supra y DC; “si no se vestían de marca no eran flogger”, “se trataba de ser original tú te ponías lo que mejor te quedaba lo mejor que te podías comprar, lo mejor que tenías”. Esto refleja el contexto y la ideología que manejan dentro de la agrupación, la de una sociedad de consumidores que va más allá de gastar su tiempo y sus esfuerzos a en esta tarea. Zygmunt Bauman (2006) sostiene:

Una sociedad de consumidores juzga y evalúa a sus miembros, sobre todo, por sus capacidades y conducta en relación al consumo (...) Significa decir, además, que las prácticas y las acciones están guiadas por un síndrome consumista (...) Se trata de un auténtico síndrome: un cúmulo de actitudes y estrategias, disposiciones cognitivas, juicios y prejuicios de valor, supuestos explícitos y tácitos sobre el funcionamiento del mundo y sobre cómo desenvolverse en él, imágenes de la felicidad y maneras de alcanzarla, preferencias de valor y relevancias temáticas, todas ellas variopintas, pero estrechamente interrelacionadas. (Bauman, 2006, p. 112)

Esta sociedad de consumidores va más allá de adquirir por el divertirse o el pasarlo bien, el entender del mundo se ha reconfigurado a imagen y semejanza de los medios y de los objetos de consumo, adquiriendo juicios y prejuicios de valor, evidenciándose en el discurso que manejan quienes se denominaban floggers. Sentirse a la moda los hace pensar que están a la vanguardia de esta, y que son modernos, lo cual les brinda mayores oportunidades de popularidad dentro de su agrupación y tener mayor acogida. Los medios de comunicación constituyen una gran vitrina para los adolescentes, donde comparan su mundo social con el que les ofrecen, despertando el deseo de adquirir lo que se muestra como “bello”, convirtiéndose en los principales clientes que cuida el mercado, el que subraya inexorablemente el mensaje de que todo es o podría ser una mercancía. Bauman (2006) añade:

El mercado de consumo es una versión (mutante, todo sea dicho del sueño del Rey Midas hecho realidad en pleno siglo XXI). Todo lo que ese mercado toca se convierte en un artículo de consumo, incluidas las cosas que tratan de escapar a su control. (Bauman, 2006, p. 121)

En el actual neoliberalismo estético, el mercado aparece como juez supremo y se sustenta de la ansiedad de los consumidores que esos mismos mercados avivan. “el consumismo no gira en torno a la satisfacción de deseos, sino a la incitación del deseo de deseos siempre nuevos” (Bauman, 2006, p. 124). A esto se suma el síndrome consumista que: “exalta la rapidez, el exceso y el desperdicio.” (Bauman, 2006, p. 113)

Los jóvenes que se designaban floggers tienen arraigadas características de la sociedad de consumo, incluso es una particularidad de la agrupación desde que

surgió, aunque la generalidad no este consiente de serlo. “No es raro que quienes están encerrados en el mundo de las industrias culturales no se den cuenta de ello, pues demuestran un etnocentrismo análogo al de cualquier sociedad más o menos cerrada y fuertemente estructurada.” (Warnier, 2001, p. 97). Justamente es lo que sucedió con los floggers, su agrupación se consolidó con bases de juicios y prejuicios de valor a través de la vestimenta, con una ideología que busca la popularidad y la fama y como fieles consumidores de la industria cultural. Después del acercamiento que se tuvo con estos adolescentes, se evidencia que no miran así esa realidad sino defendían su “cultura”, incluso demostrando superioridad.

5.2.3 Análisis del espacio

Los jóvenes crean espacios propios: calles, plazas, parques, muros, centros comerciales, cines, teatros, redes informáticas, etc. Como señala Feixa (2000) “la emergencia de la juventud como sujeto social se expresa en un proceso de redefinición de la ciudad en el espacio y en el tiempo, y se concreta en la aparición, en la red urbana, de una serie de universos espacio - temporales específicos para los jóvenes (p. 49). Donde generan constantemente simbologías, tras la búsqueda de la realización personal y/o colectiva.

Los miembros de la agrupación flogger se han apropiado de los centros comerciales de Quito, convirtiéndoles en sus lugares de interacción y encuentro, dotando de nuevos significados, y redescubriendo esos lugares de comercio; es allí, donde comparten colectivamente sus experiencias sociales mediante la construcción de estilos y códigos: vestuario, música, hábitos, lugares de reunión, maneras de hablar y comportarse, etcétera.

Los centros comerciales escogidos por este estilo cultural han variado con el pasar del tiempo, en primera instancia se reunían en la Plaza de las Américas, después en el Quicentro Norte y posteriormente en el C.C.I. y el Recreo, tiempo en el que se planteó el tema y se destinó a estos dos centros comerciales como los lugares de encuentro de esta agrupación. En la actualidad, quienes se denominaban floggers, siguen manteniendo el Recreo como localidad principal de reunión, aunque también hay miembros que se congregan en El Condado Shopping. Asimismo argumentan que ya no va ningún miembro de este estilo cultural al C.C.I. porque: “si tú vas

vestido de flogger te gritan ¡flogger! pero como un insulto”, “ya no pega ir allá”. Este constante cambio de escenarios de la agrupación se ha dado por varios factores; por la incomodidad que causaban a las otras personas, lo que se vio reflejado en la seguridad del centro comercial, “los guardias en El Jardín nos botaban del centro comercial y en el CCI el señor te empujaba o te pegaba, no les gustaba a los guardias que estemos ahí; y aquí en El Recreo no dicen nada aunque en El Condado ya están comenzando a molestar, es que somos un montón de gente”. Añaden que los jóvenes se mueven de acuerdo donde esté el conglomerado, “mientras haya un lugar donde más se reúnen los chicos se comienzan a dispersar hacia allá”, “donde más gente haya, más gente va”. Este constante cambio de escenarios ha variado razón por la cual han ido apropiándose de nuevos espacios de ocio que “a pesar de reflejar la lógica comercial, evoca un sentimiento de familiaridad, de intimidad, que contrasta con la coerción con que a menudo se describe el espacio doméstico, que a sus ojos se convierte en espacio público” (Feixa Pámpols, 2000, p. 51). Estos jóvenes prefieren los centros comerciales por la seguridad “es un lugar público donde todos pueden entrar y además aquí es un lugar que sabemos que vamos a estar seguros, por ejemplo en los parques hay diferentes culturas que nos discriminan”, y las diversas actividades que pueden realizar dentro del establecimiento: “aquí podemos estar dentro del Recreo, podemos ir a joder, comer, conversar, pasear”, “aquí hay cosas de jóvenes y es más fácil y seguro”. Aunque también mencionan que lo han seleccionado por ser un lugar de concurrencia masiva, “caemos a los centros comerciales para que toda la gente nos venga a ver como somos y eso, hay gente que dicen chuta y a ese man que le paso, pero queremos hacer relucir a la gente que todos tenemos diferentes culturas.”

Las visitas al Centro Comercial el Recreo son recurrentes de lunes a sábado, concentrándose una mayor cantidad de jóvenes el fin de semana : “de lunes a viernes se reúnen desde las 2 a las 6 de ahí cada uno se dispersa a joder por ahí”; añaden que: “los días más movidos son los días miércoles, jueves, viernes y sábado”, “de miércoles a jueves vienen unos 40 o 50, de viernes a sábado vienen unos 100 o 200; o también cuando es una caída sonada vienen full”. Es común ver a estos chicos reunidos en la plaza del Recreo que denominan “Dino”, ubicada en la etapa antigua del centro comercial, frente a la estación del trole; principalmente los días sábados debido a que en ese lugar esperan los buses que les llevan a fiestas organizadas por

los miembros de esta agrupación, “desde las 12 comienza a caer la gente hasta las 3 que ya pasan los buses para irse a la caída”. Al medio día se puede apreciar pequeños grupos esparcidos por toda la plaza, y en un par de horas más se puede visualizar con facilidad como decenas de jóvenes ya se han apropiado del espacio donde a la vista de todos, se muestran desinhibidos y tranquilos pues afirman sentirse como en casa.

Los jóvenes que se reúnen en El Recreo son de diversas zonas de la ciudad de Quito; sur, norte y valle excepto de zonas rurales, piensan que esto se debe a que no tengan acceso frecuente a la tecnología desencadenándose en que carezcan de información sobre los encuentros que se dan en el centro comercial. Pero no sólo los floggers son quienes se reúnen en el centro comercial también afirman que existen otras agrupaciones en las diferentes plazas y puertas de este establecimiento como: “skates, emos, reggaetoneros y hoperos”

El accionar de estos jóvenes ha servido para redescubrir territorios urbanos y darle una nueva simbología “puede verse como una historia de creación de cronotopos (unión de tiempo y espacio): la lucha real y simbólica por la conquista de universos espacio-temporales específicos; una historia de apropiaciones y olvidos en torno a lugares y momentos significativos para cada generación de jóvenes” (Feixa Pámpols, 2000, p. 59). En este caso el de los centros comerciales considerados como lugares de paso donde se adquieren bienes materiales; y a los que ahora los floggers han otorgado nuevos significados humanizando sus plazas, convirtiendo en la actualidad al Recreo en un “hogar” que comparten con sus amigos, donde realizan actividades, se divierten, bailan, comen, juegan, y disfrutan de la compañía de sus compañeros de grupo; es ahí donde se sienten aceptados tal y como son, donde hacen posibles sus encuentros con aquellos que fueron conocidos en primera instancia por un medio virtual, un lugar donde propugnan su identidad, y se sienten identificados, significados que han sido otorgados por la permanencia que le han dado a este sitio como lugar de encuentro, donde -como afirman- son felices.

5.2.4 Análisis de discriminación

La humanidad, hoy en día como en otros tiempos, sigue siendo una máquina para fabricar diferencias, divergencias, distinción de grupos, de ideologías, etcétera. La

aparición de las distintas denominadas subculturas ha venido acompañada de discriminación social, por disímiles actores y en diferentes grados. En las entrevistas realizadas se encontró a jóvenes vestidos con particularidades del estilo flogger que se esfuerzan por aclarar que no lo son, esto se debe a la discriminación existente tanto dentro del grupo como de externos. Declaran ser blanco de constantes agresiones, burlas, insultos e intimidaciones físicas y verbales de jóvenes pertenecientes a "tribus" urbanas, que rechazan la manera de llevar su estilo cultural. "Los punkeros, los hoperos, los skates nos golpeaban especialmente cuando nos reuníamos en el cci", "antes les cogían en grupo y los agredían físicamente y les insultaban", "Si eres flogger te dicen ¡eres flogger! ahora es como un insulto". Pero la discriminación que sienten no es sólo por parte de sus contemporáneos pertenecientes a otras agrupaciones sino también declaran que: "es más la gente adulta, porque por el simple hecho de llevar el cabello largo te dicen que eres homosexual", "en la calle las personas entre dientes te murmuran y te quedan viendo con ojos de que le paso", "te juzgan por tu forma de vestir y por tu cabello largo dicen de donde salió este", "te dicen sean niños normales". Estas agresiones recuerdan que la intolerancia y la discriminación son también formas de violencia que están presentes en la capital.

A pesar que todos los miembros de este estilo han sido víctimas de exclusión, en diferentes maneras y grados, ellos también han discriminado a jóvenes por la manera de vestir. "Ahora todos te critican, quieren ser como tu pero te critican", "nosotros discriminábamos a los batracios, porque se vestían hecho pedazos y ni siquiera tenían ropa buena ni de marca", "Te decían gay o marica y decías mil veces antes de ser longo como vos". Y aunque manejan una pose que muestra que no les importa lo que pase a su alrededor, mientras ellos se sigan mostrando como son supuestamente, "nos va y nos viene lo que nos digan, no vivimos de la gente", gran parte de los jóvenes entrevistados han censurado la imagen que manejaban al principio, lo que se evidencia al abandonar los pantalones coloridos aunque aún los conserven tubos, además algunos han optado por cortarse el cabello o por lo menos disminuir sus peinados extravagantes. A esto se suma el perjuicio causado en sus hogares e instituciones educativas. "La mayoría de veces da igual porque tú sabes que entre los panas y los que te quieren sabes que eres aceptado, pero igual a veces también llega porque hay gente que va a hablar mal donde tus padres o en el colegio y el hecho que

tengas los pantalones rotos o cosidos no te hace un delincuente, no te hace alguien malo”, “en el colegio especialmente las personas adultas te tratan mal”. Además, con el afán de evitar agresiones, algunos jóvenes tienen ciertos filtros en las redes sociales, en cuanto a las solicitudes de amistad. “Primero tratamos de ver como se viste la gente, nosotros nos llevamos con pocos batracios, porque la mayoría nos busca problemas, más buscamos gente que se vista a lo bien y que no nos digan hay vos eres flogger, discriminado nada”.

Pero a pesar de ser discriminados, estos jóvenes siguiendo su tendencia narcisista, no reconocen al otro y excluyen a quienes no comparten las exigentes condiciones, en cuanto al valor, de su estilo cultural. Lo que reafirma que el estilo cultural flogger a pesar de ser discriminado es discriminatorio. Dado los juicios de acuerdo al grado de adquisición, indica que los miembros de esa agrupación tienen posibilidades económicas y acceso a bienes culturales industrializados y mercantilizados, a diferencia de gran parte de la población, subrayando el contraste de categorías sociales al interior de una misma ciudad y país; por lo que es excluyente e incluso se evidencia en sus discursos manifiestos con un aire de superioridad.

A diferencia de las distintas agrupaciones surgidas en otra época, si algo caracteriza a los estilos culturales posmodernos es la falta de una corriente profunda. Los *floggers* son, en ese sentido, el mejor exponente. La ideología que comparten los miembros de este estilo cultural tiene que ver con el culto a la propia imagen, el deseo de tener muchos admiradores y alcanzar la fama. Así como los floggers han obtenido adeptos, de igual manera, e incluso en mayor magnitud, se han presentado sus opositores tanto en la red como en la realidad. Aunque la violencia entre grupos es tan antigua como las mismas agrupaciones; en la actualidad, potenciados por el anonimato que ofrece internet, existen formas novedosas e ingeniosas de agresividad. Videos, páginas y foros son algunos de los medios de los que se vale la intolerancia hacia los floggers dentro del mundo virtual. Hoy por hoy en Facebook predominan páginas como: “Odio a los Floggers; Metaleros, punks y raperos unidos contras los floggers; Todos contra los floggers; Muerte a los floggers”, entre otros centenares de páginas dedicadas a la antipatía hacia este estilo cultural. Pero en algunos casos estos elementos de intolerancia traspasaron la virtualidad y representaron agresiones físicas e incluso hasta muerte.

5.2.5 Análisis de conflicto familiar

Se sabe que la adolescencia es una etapa de enfrentamientos con los adultos; de los jóvenes que se denominaban floggers se constató que en algunos casos esto no sólo ha quedado en rabietas y peleas entre las partes, sino que los adolescentes han optado por abandonar el colegio y sus hogares, en sus palabras esto se debe a: “problemas dentro de la familia por como soy, tomando esta forma de vida que hemos tomado pasamos sólo jodiendo por eso los padres también se molestan”; “empezaron haber full contracciones en mi familia fueron muchas peleas por yo vestirme así y porque yo antes salía del colegio a la casa, tipo una ya estaba en la casa; después de un tiempo ya salía a la una de clases y llegaba tipo ocho o nueve y eso no les gustaba”. Además añadieron que: “La mayoría que están aquí son perdidos el año o se retiran por problemas”, esto se debe a que gran parte de su tiempo lo ocupan en hacer actividades lúdicas con sus similares que se reúnen en el recreo, descuidando sus estudios.

De lo recabado mencionaron que algunos trabajan para sus gastos mientras otros duermen de casa en casa. “cuando me retiré del colegio mi papá me pegó y yo con las mismas le di un puñete, no me sentí mal la verdad, le partí el labio y cogí y me fui de la casa a vivir con unas amigas; cuando te vas de la casa el recreo es un refugio, hay gente que te aprecia full más que en tu casa, desde que me fui y le pegue a mi papá ya es diferente.”; “conozco a dos amigas que se fueron de la casa por los problemas con los papás, una se escapó de un reformatorio estaba ahí porque se portaba mal, fumaba weed y eso; ahora vive con dos amigas que también eran floggers y se fueron de la casa, trabajan y se ayudan entre ellas. Y la otra de 16 ya regresó a su casa pero no al colegio, ella estuvo fuera un mes”.

Los jóvenes que han renunciado a su vida estudiantil y han optado por trabajar, contradictoriamente con la finalidad de mantener su vida –en palabras de ellos de “joda”- argumentan que el trabajar les ha dado cierta libertad: “Yo trabajo de 8 a 5 de la tarde; antes yo quería salir y debía tener el permiso de mis papás y que me den dinero, ahora ya tengo mi dinero y la mayoría me compró ropa y es para mí o les doy

algo a mis papás y con ese horario salgo y máximo estoy aquí cinco y media, y me quedo hasta que cierran el recreo”

De los testimonios recogidos se muestran a unos jóvenes que ocupan gran parte de su tiempo libre, e incluso en su totalidad, con amigos que comparten los mismos intereses y gustos. Así también quienes han decidido abandonar sus instituciones educativas y familiares con el afán de preservar esas prácticas sociales, refugiándose en el Centro Comercial El Recreo y en sus semejantes, trayendo consigo problemáticas filiales.

5.2.6 Análisis del reconocimiento social

Dentro de las principales particularidades de los floggers está la búsqueda del reconocimiento social, que de aquí en adelante se entenderá como popularidad, la que se mide principalmente a través de los likes que puedan llegar a obtener en sus publicaciones y fotos de perfil, “mientras la foto sea más original quedas mejor”; por lo que recurren a varias herramientas para lograr que sus fotografías sean más atractivas, “mientras más edites las fotos y más guapo te veas más likes tienes”. Una práctica frecuente entre los miembros de este estilo cultura es pedir “likes” a sus similares, con el fin de sentirse más populares que otros, “mientras más likes tienes más popular eres”. Algunos piden “likes” a sus fotos y publicaciones a cambio de escribir o realizar alguna acción a quienes lo hagan: “Like y publico en tu muro, Like & Te Meto En Un Collage Que Ira En Mi Portada*ww*!, Like & Te Publico Algo Hermoso' En Tu Bio ! *-*”. Mientras otros los piden a través de estados que sugieran aceptación o rechazo como: “Like si te caigo mal o m”e odias (; ,Like Los Solteros !; Cuantos Solteros? (!: ”. Y también están quienes los solicitan a través del chat, escribiendo minuciosamente un contacto a la vez.

Además añaden que: “ahora se gana la popularidad haciendo caídas; hay organizadores y si sale bien te haces más conocido; se hace más famoso el que crea el evento”. En dichas fiestas se realizan concursos donde los jóvenes muestran sus destrezas de baile, se enfrentan grupos que se constituyen entre los integrantes del estilo cultural, como: “los mosqueteros, zombies, independientes, dkx, wikicitos”. Justamente, a través del baile es otra manera de conseguir seguidores, “mientras tu

bailas mejor tu fama sube más”, “el que mejor baila se hace más famoso y tiene más likes”.

Esta búsqueda de notoriedad se traduce ante sus contemporáneos en prestigio y poder, lo que les permite dentro de la agrupación ser admirado, ser organizadores de caídas porque logrará una mayor concurrencia y tener más aceptación ante el sexo contrario. El deseo de ser reconocido es compartido por todos los miembros del grupo, mencionan que: “me gusta pasar y que me vean, que me reconozcan que te saluden, eso era como sentirte importante y que la gente te vea importante”.

Román Gubern (2000) habla sobre el deseo pensante y menciona:

El deseo es siempre deseo de algo que se conoce o se intuye y, a diferencia de lo que ocurre con la conducta animal, en el hombre lo deseado supone una representación mental intelectual, asociada a una estrategia intencional e inteligente que le moviliza para satisfacer aquel deseo. (Gubern, 2000, pág. 112)

Los integrantes de la llamada agrupación flogger tienen el deseo compartido de alcanzar popularidad, la que se obtiene bajo los parámetros adscritos entre ellos – baile, likes, caídas-, por lo que se presentan a través de las redes con imágenes editadas, tratan de mejorar su baile y de organizar caídas para llegar a satisfacer el deseo de sentirse conocidos.

Conjuntamente hay que prestar atención a la problemática social que los entrevistados han aludido entre líneas, el consumo de drogas dentro de la agrupación, el cual lo practican y ofrecen de una manera abierta especialmente en las denominadas caídas, que son: “eventos que se organizan por internet-facebook, esto reúne invitados, asistentes, ponen una fecha predeterminada por ejemplo el sábado, entonces el sábado caen en un punto que es El Recreo, casi siempre, o Condado, de ahí vienen buses que te llevan a la recepción o al lugar donde se hace la caída. Las caídas pueden ser con piscina, en haciendas, recepciones, discotecas (...) Es frescaso te cobran de 1 a 5 dólares pero en parte eso es malo porque entra cualquier batracio, cualquier persona. Ahí dentro conoces gente, bailas, vacilas, hay concursos entre grupos (...) Cierta gente, los dañados, se drogan, fuman y toman y los frescos sólo bailamos y vacilamos”. También en conversaciones los jóvenes contaron que quienes se encargan de conseguir las drogas, el licor y los tabacos son los organizadores,

aunque también cada uno tiene sus propias sustancias. Y a pesar que una de las características de estos jóvenes que se consideraban floggers es subir fotos de casi todas sus vivencias, ninguno tiene una sola fotografía o video sobre lo que ocurre dentro de las caídas, son muy reservados y cuidadosos por temor a la DINAPEN. No obstante en algunas ocasiones esta institución ha sorprendido a los jóvenes, detectando los lugares de encuentro y con esto las sustancias prohibidas para los menores de edad, ocasionando su detención.

Reidi y González (2011) sostienen:

El consumo de sustancias se relaciona con la construcción de la identidad de los jóvenes, y lo hace de dos maneras: la primera, como objeto, una mercancía que es comercializada en un contexto donde los jóvenes son bombardeados constantemente con figuras idealizadas que consumen una u otra sustancia y que gracias al consumo de dichas sustancias obtienen lo que desean, alentando el consumismo. La segunda, muy relacionada con la anterior, es el hecho de que se vuelve común el que se consuma a tal grado, que sustancias como el alcohol y el tabaco se vuelvan legales, por lo que cada vez es más normal el que alguien consuma. (Reidi Martínez & González González, 2011, pág. 19)

Dentro de las prácticas sociales de estos jóvenes se encuentra el consumo de algunas sustancias, alcohol, tabaco y marihuana; los que se han incorporado como uno de los artefactos o accesorios que acompañan a las acciones sociales y las expresiones culturales de determinados adolescentes. Prácticas que se traducen, a lo que la sociedad les está ofreciendo; diariamente se muestran películas, video clips, series y novelas donde el consumo de droga es presentado como algo que te da actitud e incluso dinero, propagandas de tabacos que venden una imagen interesante y madura de la persona que fuma, gente distribuyendo marihuana a las afueras de los colegios como que fueran golosinas a sabiendas de las autoridades y sin eximir la falta de comunicación entre padres e hijos. Pero generalizar que todos los miembros de esta agrupación consumen sustancias ilegales, sería caer en un error hay jóvenes que sólo van a bailar, conocer gente y divertirse sin la necesidad de usar drogas. “Puedes juntarte con el más drogado pero si eres tú sabes lo que quieres no te vas a drogarte ni nada de eso, tú corres el riesgo de cagar tu vida o decir no”. Pero por otro lado en un punto intermedio están quienes dijeron: “Yo tengo amigos que son full dañados y les he dicho dame un poco y me han dicho no, no quiero que te dañes como yo”.

Estas personas aunque no son consumidores de drogas se encuentran en la brecha entre el acceder o no, pero al estar expuestos constantemente a un ambiente donde es muy común realizar esas prácticas el camino a adentrarse en el consumo de estas sustancias es más corto.

5.2.7 Análisis del uso de la tecnología y la página web

El cambio tecnológico se ha instalado progresivamente en la conciencia del ser humano, ya no se trata simplemente de artefactos que cumplen una función instrumental, sino que esas herramientas se han ido colocando como intermediarios de las relaciones entre las personas, dando lugar a nuevos entornos, formas de interacción y una manera diferente de entender el mundo. Entre estas, las nuevas redes de información que han cambiado su papel inicial, para convertirse en un mecanismo nuevo, a través de diferentes usos como el entretenimiento y la socialización. Sitios de internet como: YouTube, Blogspot, Fotolog, MySpace y Facebook, “son plataformas de comunicación, circulación de información y articulación de redes sociales masivamente utilizadas por públicos de las geografías y las edades más diversas, todos pensados y originados por personas muy jóvenes” (Urresti, 2008, pág. 17). Los jóvenes utilizan las computadoras para interactuar y comunicarse, jugar, buscar información vinculada a su educación o a sus gustos, entre otros. A pesar de eso, hoy en día no se puede hablar de la vida cotidiana de los jóvenes o de las culturas juveniles sin considerar el impacto de los ordenadores, que están produciendo un cambio evidente en los parámetros fundamentales de la vida humana: tiempo, espacio y corporeidad.

López, Portacarrero, Silva, Ubilluz y Vich (2007) añaden:

Las tecnologías de la información y de la comunicación son un componente importantísimo de la vida juvenil porque a través de ellas los jóvenes se enredan, dan trámite a su consumo simbólico, construyen y deconstruyen sus identidades, amplifican sus relaciones y establecen interacciones a distancia. La intensidad y el anonimato facilitan vínculos entre los jóvenes, espacios para sus relaciones personales, afectivas y las lógicas expresivas que les dan visibilidad frente a los otros. (López, Portacarrero, Silva, Ubilluz, & Vich, 2007, pág. 241)

Los usos de las nuevas tecnologías, están mediados por la rapidez, utilidad y ventajas que éstas ofrecen, abriendo un espacio virtual de encuentro y socialización.

Los floggers argentinos, como ya se mencionó, tienen su origen en la popular página Fotolog.com de donde se deriva su nombre, sus similares quiteños comparten el constante uso de internet, aunque utilizan otras redes de socialización como: “Facebook, ask.fm, Twitter, Skype, Twenty”, destacando como su favorita “Facebook”, la que se ha establecido como la principal página de interacción entre los jóvenes.

La principal forma de relacionarse de estos jóvenes es a través de la comunicación virtual, donde interactúan mediante textos, imágenes animadas, emoticones y diversas aplicaciones; desplazando a los medios tradicionales como prensa, radio, televisión por un mundo que les ofrece diversidad de información a través de un clic, esencialmente las redes sociales siendo la principal Facebook, acotan: “en el Facebook ahí nos informamos de todo, de las fiestas de todo, también ahí nos organizamos, si más claro Facebook es nuestra vida, es todo”. Los estados en Facebook están llenos de peticiones de likes e invitaciones a que se “pasen” por sus biografías y comenten sus fotos. Los comentarios generalmente se destinan a dejarles piropos a la propietaria o propietario del perfil, muestran la intención del mensaje con la ayuda de imágenes animadas y esencialmente con la escritura con símbolos, números y signos que han implementado entre sus similares; manera de escribir que se examinará a profundidad en el análisis del lenguaje. Facebook es un sitio web que se caracteriza por ser una bitácora en la que se cargan fotos, videos, se comentan, postean, chatean y juegan. Además de redireccionar a una diversidad de páginas publicitarias y permitir el vínculo con casi todas las redes sociales; las mismas que los jóvenes tratan de enlazar con sus cuentas en Twitter, Skype, Ask e Instagram. Además, una práctica común de estos jóvenes es pedir que les hagan preguntas a través de ask.fm, un sitio web que se maneja a través de pregunta-respuesta, es así como en sus estados es frecuente observar: “Holii boliii m preguntan? stoy aburrido xD” y direccionan a ese sitio <http://ask.fm/SergioMakeyousmile>”

Todos los jóvenes entrevistados cuentan con internet en sus casas y una mayoría también en sus móviles: “yo recargo todos los días para tener internet en el celular”. El estilo cultural flogger dedica gran parte del tiempo a administrar las diferentes

páginas personales que manejan, siempre con el afán de mostrar su mejor aspecto para obtener “likes” y así llegar a conseguir más fama dentro de su grupo. Algunos miembros de esta agrupación, aproximadamente pasan conectados de cinco a diez horas diarias, “las noches y las mañanas antes y después de ir al cole”. Mientras otros se enlazan a la red: “todo el día, porque tienen internet en su celular y en su casa”, “porque hay Facebook en el celular, hasta en el curso”. Los jóvenes buscan la manera de permanecer conectados en los diferentes espacios: colegio, casa, calle y gracias a las facilidades con las que cuentan esto se hace posible. Añaden que en el internet también juegan, escuchan música y ven pornografía.

Otra de las características de los jóvenes de este estilo cultural es que priman en sus cuentas retratos de sí mismos, en una pose que llame la atención y generalmente editadas; persuadiéndoles a buscar en la red técnicas y herramientas de montaje. De acuerdo a la información recabada, entre los programas de edición fotográfica más utilizados por los adolescentes están: “Photoshop, Picmonkey, PicMarkr, Picasa y music”. Los que han aprendido a utilizar a través de la curiosidad, la práctica y el tiempo. Además agregaron: “la mayoría es desocupado y pasan en la casa, tienes tiempo y vas aprendiendo así”.

Los jóvenes entrevistados piensan que sus perfiles y blogs se pueden considerar como un diario personal donde registran sus vivencias, manteniendo reservas en torno a su vida íntima: “a veces ciertas cosas no, porque no puedes poner tus intimidades en línea”, “si tuviste relaciones con una chica no vas a poner de estado”. De manera unánime todos dijeron que aunque internet es un espacio público, sus padres no tienen acceso a sus cuentas personales, ni registran en sus contactos, argumentando que: “se enteran de todo”, “a mi mamá le salía todas las actividades que yo hacía entonces ella decía: ¿y quién es esa chica?, ¿y con quien estabas ese día? ¿Y cuándo saliste? y ¿por qué?, entonces eso no pega”. Motivo por el cual consideran que lo único que han trasladado al espacio virtual ha sido: “los amigos, la forma de tratar con ellos, nada más”, pues es ahí donde establecen la comunicación con sus similares de grupo y entablan nuevas amistades y contactos que posteriormente se dan en encuentros reales.

Los floggers son jóvenes de la era digital, que han nacido rodeados de aparatos electrónicos y bits, el uso constante que le dan a la tecnología hace que tengan un

buen manejo de ésta; todos los entrevistados sienten saber más que los adultos en torno a las NTIC's. Esta nueva generación no considera su vida sin las nuevas tecnologías: "sería de locos, es como sentirme un vagabundo", "morimos, si sólo un día sin celular ya es feo", "o capaz nos verías a todos en la casa leyendo", "todos seríamos niños buenos ya haríamos deberes, y seríamos buenos estudiantes y nadie caería al Recreo", "a mí me late que sería mucho mejor, porque antes, para decirte un te amo te escribían por una cartita, o te mandaba un texto al cell, entonces ahora ya nada, ahora todo es por facebook, relación, declaración por facebook, y ya nada en persona". Las respuestas obtenidas muestran que la tecnología está arraigada fuertemente a estos jóvenes, pero no como un simple aparato electrónico sino ligado en el ámbito de las emociones y relaciones amorosas. La sustitución de las emociones en el espacio real se ha traspasado a una imagen digital. Román Gubern (2000) señala:

(...) existe un déficit emocional masivo en la sociedad postindustrial e informatizada y que esta carencia intenta paliarse artificialmente con textos, imágenes y sensaciones inventadas que tratan de reemplazar la vida por una seudovida consoladora (...) Paradójicamente, la era de la comunicación se ha revelado finalmente como la era de la soledad, mientras que la tan cacareada modernización se ha traducido para muchas gente en marginación. (Gubern, 2000, p. 219)

Se generaliza la idea que el constante uso de internet puede conducir a un aislamiento, a lo que se opusieron "no nos sentimos aislados, sino es para comunicarnos y conocer más gente y que todo mundo nos conozca como somos". A pesar del permanente uso de la red por parte de los floggers, lo que impide que caigan en un aislamiento social es el propósito que persiguen, conseguir más amigos con los que compartan diversas actividades tanto en el mundo virtual como en el real, "trato de pasar el tiempo con mis amigos, desahogarme todo lo que pasa en mi casa". Además añaden: "todos los que estamos aquí la mayoría nos conocimos por internet, entre todos salíamos a practicar, a bailar, a comer y a fumar", precisamente por esta práctica su círculo de amigos es numeroso, a través del internet dialogan, conocen gente nueva y organizan encuentros. Testimonios como estos son los que determinan que a pesar de que utilizan las nuevas tecnologías de la información como intermediario socializador no han dejado de lado los encuentros cara a cara.

5.2.8 Análisis del lenguaje

Referirse al lenguaje de los jóvenes de la sociedad tecnológica es mencionar un nuevo sistema de comunicación, que cada vez habla más un lenguaje digital universal; donde las palabras, los sonidos y las imágenes se producen y distribuyen globalmente como una nueva alternativa de comunicación masiva y todos los cambios que este genera. EL lenguaje no podrá escapar a los efectos del fenómeno de la globalización al contrario se ha instaurado como determinante en el proceso cultural. En ciertos casos se podría hablar de homogeneización a escala mundial por el constante avance tecnológico sin precedentes, pues las lenguas, están interactuando desde ya con la globalización.

Los floggers, jóvenes representantes de esta era digital crearon palabras distintivas y exclusivas de los miembros del grupo como: “ahrre, tab, effeame”, “Ahrre era una expresión usada como el -xD- sólo era un complemento básicamente no significa nada; effeame se dice por ejemplo effeame mi muro, que significa escíbeme y yo te escribo; el tab significa cool, genial, ejemplo: Tab tus converse, q significa tus converse están geniales”. Además de implementar en su escritura números, símbolos y emoticones “oOi3thu!!!prinz3z4:'3”. Esta práctica la efectuaron en su agrupación con el sustento de que: “era revelación de una buena cultura y una buena gramática”, aunque por otro lado se menciona que: “es para ver más chévere, es que si escribes así como dice el lenguaje dices: ¡que aburrimento! y si te ponen full cositas ahí si te pones hasta leer”. Al ser la mayoría de floggers estudiantes de colegio, el aumentar insignias en la escritura se popularizó como una moda. “Se hizo popular por novelería, todos querían ser floggers porque en ese momento era moda ese estilo estaba pegando full y todos querían eso; decían mi vecino es flogger por qué yo no, la chica de adelante es flogger por qué yo no”. Pero aunque, esta manera de comunicarse, fue muy utilizado por los adolescentes su uso se ha disminuido, en gran parte debido a las críticas que surgieron y porque consideran que sólo fue “moda, algo pasajero”. A pesar que se redujo el uso de las diferentes simbologías en la escritura, esto no ha desaparecido del todo ya que conservan ciertas particularidades como escribir con i en lugar de y, con k en vez de q y c, con h donde no las hay, combinando mayúsculas y minúsculas, entre otros.

El manejo de este lenguaje juvenil radica en el interés de los jóvenes por crear un código diferente al del adulto con el que marcan un límite de edades, elaborar un lenguaje con el que se puedan identificar, además de manifestarse de una forma lúdica con sus similares.

El comunicarse en tiempo real ha provocado que los jóvenes acorten palabras en sus conversaciones, debido a la inmediatez y la rapidez que las nuevas tecnologías de la comunicación les ofrecen. Es común observar que la mayoría de adolescentes, especialmente floggers, escriben como hablan, por ejemplo: “c” en vez de se, porque y que lo abrevian a “xq y k”, además de dejar de lado el empleo de tildes. Los entrevistados mencionan que esto: “es para escribir más rápido”. Además de crear una especie de siglas, especialmente al escribir groserías como: “ctm, mmv, hdp”; también han incorporado neologismos; vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua (de la Mota Oreja, 2009) como: “dsjdksjf” que significa no hay palabras para describirlo; e incluso han incorporado frases que utilizan continuamente al comunicarse, entre hombres y mujeres, como: “yo si te hago”, al referirse que están de acuerdo o les gusta algo. Estos modismos se han popularizado dentro de la agrupación convirtiéndose en la manera convencional y legítima de comunicarse. Hay que resaltar la necesidad que tienen los jóvenes de buscar códigos entre ellos, debido a que en esta era de la información y de las tecnologías los jóvenes, escriben más que en otros tiempos.

También estos jóvenes han recurrido a la universalización del lenguaje que las nuevas tecnologías de la información les han ofrecido, es por ello que se puede apreciar en su escritura palabras del vocablo inglés para comunicarse entre ellos como: “add, inbox, like”. Las mismas que responden a las exigencias de un mundo regido por asimilaciones, calcos o adaptaciones. El hecho de que el inglés se haya convertido en la primera lengua de comunicación internacional tiene consecuencias, pues en muchos casos es utilizado de manera simple o deficiente.

La costumbre de escribir de forma distorsionada ha provocado que la mayoría de los jóvenes que pertenecen a este estilo cultural lleven ese tipo de escritura a las aulas, causándoles dificultades en cuanto a la ortografía. A lo que sostienen: “en el colegio era más difícil”, “yo no sé poner tildes”, “a veces te confundes y no escribes la palabra completa, y toma tu cero”, “me he equivocado de vez en cuando he

aumentado la letra mayúscula y me han hablado”. Este tipo de prácticas ha provocado una amenaza en cuanto a la falta de rigurosidad a la hora de escribir en el idioma correctamente, pues los jóvenes, debido a las abreviaturas que utilizan o las sustituciones de unas letras por otras pueden provocar el desuso de las normas ortográficas y gramaticales. El problema surge cuando los jóvenes emplean este lenguaje fuera de las nuevas tecnologías y de la comunicación entre iguales. Al escribir la mayor parte del tiempo fuera de las reglas, cuando tienen que emplearlas correctamente se les hará difícil debido a que se va arraigando a su memoria la manera como dialogan convencionalmente.

La gente joven siempre ha tenido una manera más informal de hablar, con términos provocativos que demostraban su rebeldía y su rechazo al mundo formal y autoritario de los adultos, como afirman: “era revelación en contra de una buena cultura y de una buena gramática”. Es difícil para los adultos comunicarse de la misma manera que ellos porque no comparten los mismos códigos, pero por otro lado cuando los jóvenes dialogan con los mayores se nota carencias en el lenguaje, fruto de la inexperiencia comunicativa formal y en algunos casos de una educación insuficiente.

El mundo globalizado tiene muchas exigencias y adaptarse a él implica el merodear por un espacio virtual con un lenguaje hipertextual, lo que ha traído nuevos procesos de comunicación y manejo del lenguaje; la creación de códigos y maneras de dialogar que sólo entre los miembros del grupo o generación se puedan entender. El lenguaje juvenil va cambiando y renovando como consecuencia de la globalización, se destaca por ser creativa, original e ingeniosa.

FLOGGERS: ESTILO CULTURAL EN RED

Las formas de ser joven son sumamente heterogéneas, la óptica generacional incorpora procesos históricos, sociales, culturales y cambios en los diferentes ámbitos estableciendo pautas bajo las que se socializa y se construyen las juventudes. En el siglo XXI surge una agrupación que se autodenomina floggers, quienes son el objeto de estudio este trabajo, objeto que se construyó buscando sus singularidades mediante un diálogo participativo, con la finalidad de entender las prácticas significativas de los sujetos actuantes y por lo tanto sus experiencias y sentidos de acuerdo a las condiciones generales en las que se desenvuelven. A través de la investigación cualitativa, se exploró el objeto construido con los sujetos mediante la interlocución e interpretaciones continuas, con la ayuda de instrumentos-técnicas y un diálogo con las otras disciplinas permitiendo comprender las narrativas de los individuos de la forma más integral posible.

Los jóvenes de la urbe de la era digital se desarrollan bajo un modelo que prolonga el rango de juventud, con falta de espacios de responsabilización, con un retraso permanente al trabajo, con el mercado y los medios de comunicación afianzando la tendencia de la sociedad consumidora que cada vez ofrece más novedades, y con una creciente madurez intelectual en lo concerniente a las nuevas tecnologías donde han trasladado los diversos aspectos de su vida, desenvolviéndose gran cantidad de tiempo en la virtualidad. Jóvenes con estas características se enlazan a través de la red y, tras un encuentro organizado por una adolescente argentina, forman una agrupación que se autodefine como floggers, que se extiende globalmente y se instaure en la juventud de clase acomodada, llegando también al Ecuador.

Estos jóvenes se proclaman como una tribu urbana, cuya peculiaridad es el uso constante de internet donde se comunican y hacen amigos virtuales que posteriormente se convierten en reuniones reales que se efectúan en centros comerciales. Pero esta agrupación no se puede considerar una tribu; aunque hayan desarrollado una determinada imagen, lenguaje y predilección por determinada música no cumplen con las características tribales, cuyos “lazos son más fuertes que los matrimoniales y son económicamente autónomos.” (Fatás, 2009, pág. 2); estos jóvenes son fieles consumidores de la industria cultural, con identidades mutables y móviles lo que hace que sus lazos de unión sean débiles y transitorios. Se puede

entender a este grupo de adolescentes como una práctica o estilo cultural que, a diferencia de otras generaciones que estuvieron marcadas por grandes hechos históricos como guerras y revueltas, está se caracteriza por una revolución tecnológica que ha traído consigo una nueva ideología.

Los floggers que se instauraron en la capital mantuvieron las particularidades con las que se originó esta agrupación en Argentina, conservando los gustos musicales, lugares de encuentro, ideología y estética, esta última llegando a ser un factor primordial dentro de los miembros de esta práctica juvenil. Después de haber hecho el seguimiento a este grupo en la ciudad de Quito, se realizó el acercamiento, siendo el lugar de encuentro el Centro Comercial El Recreo. Tras varias reuniones y conversaciones con estos jóvenes se vislumbró varias tendencias que predominaban entre ellos. Principalmente está el manejo de la estética como rasgo de juicio y prejuicio de valor bajo los patrones que el mercado y los medios han instaurado en los imaginarios de estos jóvenes como “bello”. Gubern (2000) sostiene: “los líderes mediáticos establecen y difunden modelos jerárquicos de comportamiento, patrones de conducta, porte y vestimenta, que generan en el público lo que los antropólogos denominan mimetismo de rango” (p. 46). En su esfuerzo por cumplir con esta singularidad presentan tendencias narcisistas, ponderan su propia imagen, carecen de interés por los otros y la realidad de su entorno. Bajo este ideal de perfección y en la búsqueda de exclusividad, en cierta forma, se consideran a sí mismos sujetos con superioridad ante los que no son como ellos estéticamente, demarcando particulares de negación de los otros. Dado que en la capital predominan jóvenes pertenecientes a contraculturas que defienden ideales de clase media y baja como los rockeros, punkeros y metaleros; los floggers fueron blanco de agresiones verbales y físicas. Pero a pesar de ser discriminados, estos jóvenes siguiendo su tendencia narcisista, no reconocen al otro y excluyen a quienes no comparten las exigentes condiciones en torno a la vestimenta; es decir el estilo cultural flogger a pesar de ser discriminado es discriminatorio tanto por la estética y el acceso a bienes industrializados y mercantilizados, subrayando el contraste de categorías sociales al interior de una misma ciudad y país.

Las fuertes agresiones hacia estos jóvenes floggers se han traducido a que, casi en su totalidad, nieguen pertenecer o haber sido parte de la agrupación. En el primer

encuentro, después de varias conversaciones, asumieron que si fueron floggers pero que ya nadie acepta eso, dado la estigmatización de la que han sido parte. Otros añaden que más que la discriminación es por la falta de “exclusividad”, perdiendo parte de los rasgos propios de los floggers. En su generalidad declaran considerarse gente “normal”, buscando acercarse a las normas de conducta aprobadas por los adultos, pero esto solamente lo manejan como simulacro, las mismas prácticas y círculo de amigos siguen manteniéndose.

Aunque esta agrupación ha despertado adeptos y opositores, no se pudo dejar de lado el hecho de que son sujetos en busca de una identidad juvenil por lo que indagan entornos fuera de sus instituciones familiares y empiezan a encontrar su propio sujeto, donde se sienten adaptados, aceptados y reconocidos como parte de un conjunto, entre los que se protegen y establecen lazos fuertes cercanos a los filiales. Así como también, han humanizado al centro comercial dotando de nuevos significados; convirtiéndolo en el hogar que comparten con sus similares donde interactúan, recurrentemente, en diferentes prácticas y experiencias. “A pesar de reflejar la lógica comercial, evoca un sentimiento de familiaridad e intimidad” (Feixa Pámpols, 2000, p. 51).

Los floggers son un producto de los líderes mediáticos que difunden modelos de conducta y pensamiento, creando en los jóvenes una disposición para cambiar sus opiniones y comportamientos con el fin de adaptarse a las de su entorno. Por tal motivo manejan un mundo de apariencias, donde prima el simulacro y más que el ser, se valoriza el parecer. Estos jóvenes crean un mundo de representaciones donde se muestran ante los demás como gente “divertida”, de una buena situación económica, con atractivo físico, con poco interés ante la realidad social y con una vida atrayente, en torno a las actividades lúdicas que realizan casi a diario con sus similares en el centro comercial. A esto se suma la impregnada tendencia de una sociedad consumista que evalúa a sus miembros de acuerdo a la capacidad adquisitiva, además de emplear estrategias para que, a pesar de la gran vitrina que ofrecen a los adolescentes, nunca sacien sus deseos de adquirir sino que cada vez se aviven pretensiones por deseos nuevos. Uno de los anhelos compartidos entre estos adolescentes es alcanzar popularidad, la que logran bajo los parámetros adscritos por ellos –baile, likes, caídas-. Por tal motivo, en una especie de comercialización,

buscan los mecanismos para vender su imagen de una manera agradable que logren convencer a sus similares en ser sus seguidores, lo que se traducirá en reconocimiento y prestigio.

Asimismo dentro de esta práctica social surgen nuevas formas de consumo, constituidas en diversas sustancias -alcohol, tabaco y marihuana- que se van insertando en las diferentes actividades de algunos miembros de esta agrupación. Experiencia que se instaura como una praxis común entre los adolescentes, desencadenándose en adicciones y problemas filiales.

Los floggers simplemente son el producto de la sociedad actual, el reflejo de un compendio de factores sociales (revolución industrial y tecnológica), económico (integrantes de clases acomodadas que les permite tener la llave de acceso a la red) y ético (ética centrada en la apariencia y estética del mercado). Jóvenes que pasan la mayor parte del tiempo envueltos en la virtualidad, con la ventaja del anonimato y la falta de control; desarrollados en una sociedad consumidora y mediatizada; con un déficit emocional masivo característico de la sociedad informatizada, se encuentran adaptados y aceptados en un grupo que une esos elementos. Un estilo que se desarrolla en su lugar más concurrente (el internet), que posteriormente se despliega a centros comerciales (lo que encaja en la lógica mediática y de consumo), que buscan el ser reconocidos y visibilizados (con el afán de aliviar esa carencia emocional). Estos jóvenes han sido blanco de un sinnúmero de críticas, pero esos juicios deberían estar destinados a la sociedad que se está construyendo: discriminatoria, débil en valores y emociones, donde el juez supremo es el mercado y el que guía son los medios.

CONCLUSIONES

- Los floggers no son una tribu urbana, aunque los medios han popularizado este término, y comparten una estética, música y lenguaje, este grupo no cumple con las características tribales, sus identidades son mutables y móviles por lo que establecen lazos débiles y transitorios sin consolidar una estabilidad en la identidad grupal. Dada sus características se considera a esta agrupación como un estilo o práctica social juvenil.
- Los jóvenes del estilo cultural flogger se han apoderado de espacios dentro de la urbe, que simplemente eran considerados como lugares comerciales y los han humanizado y dotado de nuevos significados.
- A pesar que los floggers se desenvuelven gran parte de su tiempo en la virtualidad, el mundo tecnológico necesita el complemento del mundo emocional, por lo que se realizan encuentros cara a cara con sus amistades de la red. .
- Dentro de los miembros del estilo cultural flogger se maneja la estética como rasgo de juicio y prejuicio de valor bajo los patrones que el mercado y los medios han instaurado en los imaginarios de estos jóvenes. En su esfuerzo por cumplir esta singularidad presentan tendencias narcisistas, demarcando particulares de negación de los otros.
- El estilo cultural flogger se desarrolla bajo parámetros de exclusión, desde el medio donde se desenvuelven, internet; y el modo en cómo se manejan. Gran parte de la población quiteña no tiene los medios para acceder a la red y mucho menos para cumplir las exigencias adquisitivas de esta práctica juvenil
- La comunicación dentro de las nuevas tecnologías de la información ha provocado una deconstrucción del lenguaje por parte de los jóvenes del estilo cultural flogger, quienes han modificado ciertas palabras, las mismas que las han popularizado dejando de lado reglas ortográficas y gramaticales. Así como el desarrollo de un lenguaje hipermedia en el que prima la imagen

digital; un lenguaje juvenil que va cambiando y renovando acorde a la globalización.

- Esta agrupación es el producto de la sociedad actual, el reflejo de un compendio de factores sociales, económico y ético; dando como resultado que, en el siglo XXI, surjan distintos estilos culturales con falta de ideología profunda, fundamentando la imagen, con juicios y perjuicios de valor, entre estos, los floggers.

LISTA DE REFERENCIAS

- Fowler , J. H., & Christakis, N. A. (2010). *Conectados: el sorprendente poder de las redes sociales y como nos afectan*. Madrid: Taurus.
- Reyes Juárez, A. (2009). *Adolescencia entre muros: escuela secundaria y la construcción de identidades juveniles* . México: FLACSO.
- Araya Dujisin, R. (2000). *Nuevo gobierno desafíos de la reconciliación*. Santiago de Chile: Flacso.
- Ardévol, E. (30 de julio de 2003). *Cibercultura: un mapa de viaje, aproximaciones teóricas par el análisis cultural de internet*. Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://cubocampus.com>
- Baert, P., & Carreira da Silva, F. (2011). *La teoria Social Contemporanea*. Madrid: Alianza.
- Baudrillard, J. (2007). *Cultura y Simulacro*. Barcelona : Kairós.
- Bauman, Z. (2006). *Modernidad Liquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Belmonte Grey, C. A. (enero-junio de 2010). *Las tribus urbanas: campo virgen en historia y fértil para la interdisciplinarietà*. Recuperado el 06 de mayo de 2013, de <http://scielo.unam.mx>
- Bianchini, A. (1999). *Conceptos y definiciones de hipertexto*. Recuperado el 15 de abril de 2013
- Boni, F. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona: Servei de Publicaciones.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet: reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*. Barcelona : Areté.
- Catells, M. (2002). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Madrid: siglo XXI.
- Cerbino, M., Chiriboga , C., & Tutivén, C. (2001). *Culturas Juveniles: cuerpo, música, sociabilidad y género*. Guayaquil: Abya-Yala.
- conectados, el sorprendente poder de las redes sociales y como nos afectan*. (s.f.).
- Cortés Padilla, M. (2012). *Metodología de la investigación* . México: Trillas.
- Costa, P.-O., Pérez Tornero, J. M., & Tropea, F. (1996). *Tribus urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia* . Barcelona : PAIDOS.

- Cubides , H., Laverde Toscano, M. C., & Valderrama, C. E. (1998). *Viviendo a toda*. Bogotá: Siglo del hombre.
- de la Mota Oreja, I. (2009). *Diccionario de Comunicación Audiovisual*. México: Trillas.
- del Acebo Ibañez, E., & Brie, R. (2006). *Diccionario de sociología*. Buenos Aires: Claridad.
- Del Acebo Ibañez, E., & Brie, R. (2006). *Diccionario de Sociología*. Buenos Aires: Claridad.
- Desarrollo, P. E. (2003). *Construcción de identidades y relación cultural*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Duarte, K. (1998). *Juventudes Populares: el rollo de ser lo que queremos o ser lo que nos imponen*. Quito: Tierra Nueva .
- Fatás, G. (2009). *Sobre las tribus*. Recuperado el 21 de Mayo de 2013, de <http://www.unizar.es>
- Feixa Pámpols, C. (2000). Los espacios y los tiempos de las culturas juveniles. En G. Medina Carrasco, *Aproximaciones la diversidad juvenil* (págs. 45-60). Mexico: El Colegio de Mexico, Centro de Estudios Sociológicos.
- Feixa, C. (1998). *Reloj de arena*. México.
- Feixa, C. (2006). *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Ariel.
- Feixa, C. (2011). Unidos por el flog: Ciberculturas juveniles. *Nuevas tendencias de antropología*, 16-36.
- Felicié Soto, A. M. (2006). *Biblioteca pública, sociedad de la información y brecha digital*. Buenos Aires: Alfagrama.
- FLACSO. (2011). *Identidades, prácticas y expectativas juveniles al inicio del siglo XXI*. El Salvador: FLACSO.
- Freire, P. (1991). *¿Extensión o comunicación?* Mexico: Siglo XXI.
- Galindo Cáceres, L. J. (2011). *Ingeniería en comunicación socail y promoción cultural*. Mendoza: Homo Sapiens.
- Gómez, P. A. (2011). *Teoría de la comunicación I*. Recuperado el 27 de marzo de 2013, de <http://tc1unt.blogspot.com/>
- Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Santillana.
- Guerrero Arias , P. (2002). *La Cultura: Estratégias conceptuales para comprender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Abya-Yala.

- Hernández, R., Pañellas, D., Rensoli, R., Rodríguez, M., & Alarcón, A. (2010). ¿Tribus Urbanas? *TEMAS: Cultura, Ideología, Sociedad*, 65.
- Ibáñez, E. d., & Brie, R. (2006). *Diccionario de Sociología*. Buenos Aires: Claridad .
- Knobel, M., & Aberastury, A. (1997). *La adolescencia normal*. Buenos Aires: Paidós.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0: La teoría crítica y los nuevos medios en una época de globalización*. España: Paidós Ibérica S.A.
- López, S., Portacarrero, G., Silva, R., Ubilluz, J., & Vich, V. (2007). *Industrias culturales: máquina de deseos en el mundo contemporáneo*. Perú: Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú.
- Lowen, A. (2000). *El Narcisismo*. Barcelona: Paidós Iberia S.A.
- Martínez Terrero, J. (2006). *Teorías de comunicación*. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Martínez Terrero, J. (2006). *Teorías de Comunicación*. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Mattelart, A. y. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. España: Paidós .
- Mier y Terán, M., & Rabell, C. (2005). *Jóvenes y niños: un enfoque sociodemográfico*. México : Miguel Ángel Porrúa.
- Morales Campos, E. (2006). *Infodiversidad y Ciberculturas*. Buenos Aires : Alfagrama .
- Nates Cruz, B. (2008). *Conjuntos: miradas eurolatinoamericanas al estudio transversal del territorio*. Manizales: Universidad de Caldas .
- Orozco, G. (1996). *La Investigación en Comunicación desde la perspectiva Cualitativa*. de periodismo y comunicación social.
- Pasquali, A. (2007). *Comprender la comunicación*. España: Gedisa .
- Payne, M. (2002). *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales* . Buenos Aires: Paidós.
- Payne, S. (1995). *El fascismo* . Madrid: Alianza Editorial.
- Pereira, A. (1999). *Linguística para comunicadores*. Quito: Editorial U.P.S.
- Prieto Castillo, D. (1990). *Diagnóstico de comunicación*. Quito: Quipus.
- Reidi Martínez, L., & González González, A. (2011). *Juventud, cultura y consumo de sustancias en contextos escolares*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Rey, G. (2008). *Las tramas de la cultura* . Bogotá: Convenio andrés bello.

- Sierra Caballero, F. (10 de octubre de 2011). *Scribd*. Recuperado el 26 de marzo de 2013, de <http://es.scribd.com>
- Smith, A. (1984). *Comunicación y cultura. La teoría de la comunicación humana*. Buenos Aires : Nueva Visión.
- Tella, T. S., Chumbita, H., Gamba, S., & Gajardo, P. (2008). *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*. Argentina: Emecé Editores.
- Urresti, M. (2008). *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era del internet*. Buenos Aires: La Crujía.
- Vallejo, I. (2009). La categoría de normalidad: Una mirada sobre viejas y nuevas formas de disciplinamiento social. En M. Angelino, *Discapacidad e ideología de la normalidad*. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didactico.
- Warnier, J.-P. (2001). *La Mundialización de la Cultura*. Quito: Abya-Yala.

ANEXOS

Cuestionario de entrevistas

ANÁLISIS DEL DISCURSO Y NARRATIVA

¿Qué era un flogger hace un año y que es un flogger ahora?

¿Desde cuándo existen los floggers en Quito?

¿Cómo se hicieron miembros de esta agrupación?

¿Qué es lo que más te gusta de ser flogger?

¿Conoces algo sobre los floggers originarios? ¿Qué diferencias hay entre ellos y los floggers quiteños?

¿Qué es lo que necesito para ser un flogger? ¿Es necesario contar con una red social?

¿Se han sentido discriminados por ser parte de este estilo cultural? ¿Cuáles han sido las formas de discriminación?

¿La discriminación que han sufrido le ha hecho modificar el manejo de su imagen y forma de comportarse?

En Argentina se originaron los cumbiancheros como una agrupación de rechazo a los floggers. ¿Aquí hay algún grupo que hagan lo mismo con ustedes?

¿A qué se debe que la mayoría de chicos floggers nieguen pertenecer a esta agrupación a pesar de que siguen manteniendo todos los rasgos y comportamientos identificativos de este estilo cultural?

¿Cómo hacen para juntarse todos en determinado lugar y en determinada hora?

ANÁLISIS DEL PATRÓN DE COMPORTAMIENTO

¿Desde cuándo se reúnen? ¿Cómo se conocieron?

¿Qué actividades realizan un vez que se reúnen?

¿Cómo has llegado a consolidar tu identidad dentro del grupo?

¿Crees que ciertos rasgos de tu estilo cultural son compartidos o tomados por otros estilos culturales o viceversa?

¿Cuáles son los rasgos y gustos que comparten entre ustedes?

¿Crees que estos encuentros masivos que se dan los fines de semana sean perdurables por muchos años más o simplemente sea algo pasajero y pronto desaparezca?

ANÁLISIS DEL ESPACIO

¿Por qué han destinado los centros comerciales como lugares de encuentro de su grupo?

¿Hay otros lugares donde se reúnen?

¿A qué se debe que los lugares de encuentro de los floggers varíen, ya que primero fue la Plaza de las Américas después el Quicentro Norte, CCI y actualmente es el Recreo y el Condado Shopping?

¿Por qué eligieron esta plaza del Centro Comercial el Recreo como lugar de encuentro?

¿En este espacio a la hora en la que ustedes se reúnen también se reúnen otras agrupaciones?

¿Durante cuánto tiempo aproximadamente permanecen en este lugar los floggers?

¿A qué sectores de la ciudad pertenecen los jóvenes que se reúnen aquí?

¿Hay floggers que viven en zonas rurales?

ANÁLISIS DE LA IMAGEN

¿Cuáles son sus gustos a la hora de vestirse?

¿Cómo son los peinados de los chicos y de las chicas?

¿Qué tipos de accesorios utilizan los floggers?

¿Cómo es el maquillaje característico de las chicas floggers?

¿Los chicos floggers usan algún tipo de maquillaje?

¿Quiénes son sus modelos a seguir en cuanto al manejo de su estética?

¿Cómo manejan su imagen dentro de las redes sociales?

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA CULTURAL

¿Qué tipo de música escuchan?

¿Por qué ha disminuido la práctica del baile dentro de los floggers quiteños?

¿Qué significado tenía el baile flogger dentro de su estilo cultural y cómo era su preparación?

¿A qué videos y artistas recurren para aprender sobre el baile electrónico que realizan?

¿A demás de la electrónica que genero música es el que comparte la mayoría de esta agrupación?

¿La elección de la vestimenta, los accesorios, los peinados los hacen en base a la música que escuchan y a acuerdo a sus referentes musicales?

ANÁLISIS DEL LENGUAJE

Dentro de los floggers se manejan ciertos términos: arre, effeame, entre otros. ¿Los floggers quiteños esta terminología? Y ¿Qué términos más se han añadido?

¿A qué se debe que la escritura de los floggers sea con símbolos, números, y dejando de lado la gramática?

¿El que escriban de esa manera en las redes sociales ha provocado que lleven esa escritura a las aulas?

¿Por qué crees que se hizo tan popular esta forma de escribir entre los jóvenes de colegio?

ANÁLISIS DEL USO DE LA TECNOLOGÍA

¿Cuáles son los usos que le dan a internet durante cuánto tiempo pasan conectados?

¿Cuentan con internet en su casa o en sus celulares?

¿Qué aspectos de tu vida han sido trasladados al espacio virtual?

¿Cómo se verían sin aparatos electrónicos con los que se puedan comunicar?

Los flogger originarios se caracterizan por tener gran cantidad de amigos en la red, gente conocida y desconocida, con las que entablan amistades virtuales y posteriormente se dan encuentros reales. ¿Dentro del contexto actual quiteño (violencia, desaparición, raptos, robos) como se manejan ustedes al momento de realizar amistades virtuales?

¿Qué tan importante es para ti la popularidad y como se considera que una persona es la más popular dentro de esta agrupación?

Mucha gente podría pensar que los jóvenes de ahora tienen un constante uso de la tecnología, lo cual les conduce hacia un aislamiento social, insertándose en una fantasía virtual, ¿Qué piensa acerca de esto?

¿Ustedes han sentido que saben más, en cuanto al manejo de la tecnología, e incluso han enseñado a sus padres y demás personas adultas?

¿Cuál es el medio que más utilizan para informarse: radio, prensa, televisión, blogs, redes sociales, etc. por qué ese medio se ha convertido en su favorito?

ANÁLISIS DE LA PAGINA WEB

¿Qué páginas de internet son las que manejan?

¿Cuál es su red social favorita?

¿Cómo manejan su página personal?

¿Crees que tu estilo cultural te encamina a la búsqueda de nuevas herramientas y medios en torno a la digitalización a las imágenes que publican, es decir texto, montajes, marcos, fondos, etc.?

¿Qué tipo de herramientas o programas utilizan para que puedan hacer eso, y como han aprendido a manejarlas?

¿Ustedes al igual de los floggers argentinos manejan cuentas pagadas?

¿Podrían llegar a considerar sus perfiles y blogs como un diario personal, donde registran sus vivencias, como los que manejaban los jóvenes de generaciones anteriores?

¿Sus padres tienen acceso a sus cuentas o son amigos de ellos en sus cuentas personales? No, ¿por qué?