

El ser humano hasta en las cuevas dejaba constancia de sus historias. Hoy, esa necesidad de verse reflejado en los ojos de otras personas está muy lejos de ser pintada en las cavernas, el hambre de los likes crece y se arraiga en una sociedad cada vez más consumidora de espacios virtuales.

Anteriormente, los grupos informales se reunían en torno a determinadas prácticas culturales, creencias, gustos, modas u otras afinidades, a ellos se les solía nombrar subculturas, en una especie de diferenciación de la cultura hegemónica o dominante.

Entonces, las tribus urbanas ganaron espacios no solo en los parques de ciudades, sino en los medios de prensa y en el ámbito académico. Una lista heterogénea de grupos florecieron en la tierra fértil de los años 90 en Cuba: rockeros, emos, hippies, raperos o hiphoperos, grafiteros, breakdanceros, freakies... como si se fragmentara el mito metafísico de blanco o negro.

“Debemos entender estas identidades sociales como parte de la heterogeneidad que emerge en esa década, las formas diferentes de sobrevivir, de buscar la vida, y que tiene lugar en medio de una diversidad de paradigmas. De manera que esta eclosión de grupos diferentes contrasta con el del homo sovieticus o el hombre nuevo, prevaleciente en los espacios temporales anteriores”, define el artículo [¿Tribus urbanas?](#) de la revista Temas publicado en 2010.

¿Estos grupos y subculturas reflejan un proceso de fractura social o se trata de una simple expresión de diversidad? ¿Todo quedó ahí? Sin imaginarlo, los jóvenes de hoy hacen una especie de remake de aquellos años..., ahora trascienden el espacio físico para colarse en las pistas de las redes sociales.

PUBLICO, LUEGO EXISTO

Facebook, Instagram, YouTube y Twitter se han convertido en rutina dentro de la propia cotidianidad cubana. Es como tomarse una taza de café en una terraza a cielo abierto. No solo se limita a la llamada generación del milenio, muchas veces hasta los más adultos de casa publican sus selfies.

Un paneo por las redes sociales ubica a miles de usuarios anclados geográficamente a Cienfuegos, de ellos un por ciento elevado son jóvenes. Lo que en un tiempo fue una expresión

individualizada, ha mutado en grupos conocidos como “teams”.

Para no pocos especialistas constituyen un proceso asociado a prácticas de consumo colectivo, que construyen nuevas identidades y reúnen amigos o conocidos; además, se asocian por los gustos estéticos, series, preferencias musicales y el uso del idioma inglés en los contenidos que comparten. Estos grupos llevan acciones, formas de hacer las cosas, valores asociados a ritualidades, que cuantifican y cualifican a los individuos en prácticas constantes. Siempre son evolutivas...

“Si no eres popular en la escuela, otro método para entrar al team es mostrar una foto con más de 200 likes. Puse a toda mi familia y les escribí a todos mis amigos por privado para que le dieran “me gusta” a mi publicación. Después se la enseñé al jefe y así pude entrar...”, dijo BbsitaFlow Tentación, una adolescente de noveno grado.

Según Bendelisi Carrera Alejo (The FlowCazzu), también de la enseñanza secundaria básica aquí y miembro del Team The Floww_Tentacion, el muchacho o la muchacha líder del team te dice un lugar y hora para tirarse fotos (puede ser individual o colectiva), con el objetivo de ver quién recibirá más atención en el municipio.

Por otra parte, Chrisx_all del teamElegance explica que mantener elevado el número de reacciones depende de la cantidad de seguidores. Tengo 3 mil 541 ahora, eso puede cambiar al minuto. “Nosotros vamos a La Habana y se organizan fiestas en los bares entre Teams de diferentes lugares. En diciembre habrá una reunión aquí y va a venir gente de Santa Clara”, agregó este joven de 19 años.

Las redes permiten contabilizar estadísticamente la popularidad. El problema de estos muchachos es: ¿quién soy en las redes?

¿QUIÉN SOY EN LA VIDA REAL?

Un estudio llevado a cabo por especialistas de la Universidad de Gales del Sur de Reino Unido estima muy probable que quienes luchan por los “me gusta” en las redes padecen baja autoestima y son más desconfiados. Lo mismo se determinó en relación a los internautas que eliminan sus publicaciones o eligen la foto de su perfil como resultado del número de los “me gusta” obtenidos.

“Nosotros los del teamSavageya no usamos Facebook, nos fuimos para Instagram. Porque los likes son muy fáciles en Facebook. En dos días, la aplicación Huwi te permite coger 1000 likes, por ejemplo; pero hacerte influencer en Instagram cuesta un poco más de trabajo”, reconoció Pabl_og.

Una práctica habitual entre los teams son los denominados Vota. En forma de torneo se compite por la popularidad en las pistas de Facebook. Para ello, se crea una cuenta, por ejemplo, TeamFloww_Tentacion vs TeamForeverQueen. Después de publicar las fotos de los contrincantes, el que más likes obtenga será el más popular.

Mayoritariamente estas tribus digitales se anidan en las ciudades, por lo que no es común encontrarlas en las zonas rurales debido a que lo urbano está más expuesto a la influencia de los paradigmas foráneos y mejores condiciones de conectividad. De igual modo sucede más en las edades de 12 a 20 años; o sea, entre la secundaria y el preuniversitario.

TØ DURAKOS, TØ GUCCI

Uno de los teams más controversiales hasta la fecha son los durakos, porque burlan códigos del español tradicional y combinan en sus textos caracteres especiales, símbolos, e incluso, otros idiomas. Las gafas triangulares, las riñoneras, las zapatillas Fila, los nasobucos con calaveras... caracterizan su estética.

A espaldas o frente a los padres, a espaldas o frente a los maestros... existe un mundo virtual que se aleja de la verdadera esencia del ser humano. Allí se buscan maneras rápidas de recibir “caricias” emocionales. El peligro de dicha satisfacción está en el hecho de que los individuos podrían engancharse a modos fáciles de comunicación. A partir de ahí comienzan a sustituir la vida real.

En una conferencia a inicios de 2019, Adam Mosseri, actual jefe de Instagram, anunció que se harían cambios para crear un entorno que se preocupara por la salud mental de sus usuarios. En este sentido, destacó, el acoso cibernético del que varias personas son víctimas en la actualidad y dijo que se trabaja para que los seguidores se centren en las fotos y los videos que les comparten, no en la cantidad de “me gusta” que reciben.

Las redes sociales empujan a un mundo donde probablemente tendrás miles de amigos que jamás podrás abrazar, compartir un dulce... Como diría una influencer española: “tienes 5 mil amigos en Facebook, pero nadie que te alcance una pastilla”. 15 minutos de fama contra una vida llena de historias por contar... ¿lo sabemos?

INFLUENCER

¿Qué se necesita para ser un influencer? Para empezar, hay que sumar dos ingredientes fundamentales: muchos seguidores en redes y mucho tiempo libre.

Kat Richardson, directora de la agencia de marketing de influencers WaR, dijo a BBC que se necesitan al menos unos 10 mil seguidores para “comenzar a hacer algo” en Instagram.

Según el sector al que se dediquen, se clasifican como influencers de moda, maquillaje o foodies (comida). También los hay gamers (juegos), de entretenimiento, vloggers (blogs de video), influencers de viajes o fitness (ejercicio físico).

En coautoría con Gabriela Roig Rosell.