

La tribu informática: identidades y máscaras en Internet⁽¹⁾

Internet es un universo *líquido* donde lo importante es *navegar* (y el peligro hundirse), donde uno puede deslizarse de una página a otra; un mundo poroso por la posibilidad de atravesar ventanas, que permite moverse en el tiempo y en el espacio, *llegar lejos*, alcanzar los confines del planeta y de las culturas, *ver de cerca*, meterse en la intimidad del otro, *sacar el dentro hacia fuera*, prestarse a todas las exhibiciones; y, sobre todo, ser otro e incluso *ser otros*, o no ser ninguno, contemplar y disfrutar el espectáculo del mundo y de las vidas ajenas. La liquidez consiste precisamente en poder deslizarse de una categoría a otra.

Tal y como ocurre en la televisión, es el lugar de un cierto *transformismo* identitario, mucho más turbulento aquí, desmultiplicado de acuerdo con las apetencias del sujeto y la identidad de los *contactos*, que se mueve entre el anonimato y las máscaras.

Es el reino de la máscara, la del yo (los *blogs* como escenificación del yo dentro de un nuevo "contrato autobiográfico"), la de otro (los *chats* como evasión del yo, nueva versión del juego del ratón y del gato). Carnaval posmoderno, Internet posibilita todos los juegos de rol.

Palabras Clave: Hipervisibilidad, Máquina Domesticada, Nuevo Régimen Comunicativo

"Internet tiene hoy la misma función catártica que el carnaval en el pasado. Uno se pone una máscara y luego se suelta..." David Le Breton

1. Introducción

Los paraísos virtuales han sustituido a los "paraísos artificiales" de Baudelaire. Ya no hace falta droga, uno está enganchado al ordenador. Ya no es imprescindible viajar, se puede navegar haciendo viajes inmóviles, con un *plus* que es, además de poder viajar por la geografía física, hacerlo también por los secretos territorios de la intimidad, las *terraeincognitae* de la fantasía, otras formas de aventura, hacia el *dentro* o hacia otro *fuera*.

¿Le asedian deseos de comunicar? El otro está a su alcance, sólo hay que servirse en el infinito hipermercado de la web...

¿Se siente sólo, quiere tener "amigos"? Le acompañarán quinientos millones de internautas en *Facebook*.

¿Tiene problemas identitarios, quiere cambiar de identidad o simplemente jugar a ser otro? Internet se lo soluciona: le garantiza el anonimato o le

(1)

Este texto es un extracto de un ensayo de reciente publicación: La sociedad informe. Posmodernidad, ambivalencia y juego con los límites. Editorial Icaria. Barcelona, 2011.

ofrece una máscara, una identidad de adopción en los *chats*, un *nickname*(un apodo, un mote), gracias al cual será otro, el que quiera.

¿Tiene ansias de notoriedad? *Youtube* ofrece una plataforma ideal para vivir el cuarto de hora de fama al que se refería Warhol, aunque se quede reducido a cuatro minutos.

¿Quiere tener *followers*(“seguidores”), moverse en el mundo del *microblogging*, de las redes microsociales, crear círculos, aunque sea en el agua? *Twitter* es la plataforma ideal, “una experiencia social hipnótica”, la vida en directo.

¿Le aqueja un complejo de excluido, de diferente, de raro? La tribu le arroja y se pone a su servicio: hay en el mundo millones de personas con complejos como el suyo, con *hobbies* parecidos, aficiones estrafalarias, perversiones idénticas.

¿Tiene deseos inconfesables? Lo podrá comprobar en *Elephanttube* *Youramateurporn*, con su espectro de variantes porno, todas debidamente identificadas, hasta el *hardy* el *extreme porn*...

¿Quiere inventarse otra vida, tener una *secondlif* lúdica y virtual? Conéctese con los *sims*.

Si es un *fan* de Lisbeth -la de *Millenium*-, si le fascina *Tolkien*, ha *flipado* con *El señor de los anillos* y *Star Trek*, le encantan los mangas, las series y los juegos de rol, prefiere la *no-life*al IRL (*in real life*), entonces es un perfecto *geek*(2), un *colgado* de los “otros mundos” que ofrece la web...

Y si todavía le queda alguna curiosidad por las cosas de este mundo (el mundo real) y quiere saber lo que hay que saber (y decir) sobre la actualidad, *Twitter* le ofrece, en su sección “Temas del momento”, una barra que reproduce las frases más comunes que aparecen a la sazón en los mensajes que recibe (“un motor de descubrimiento para encontrar lo que está pasando”, afirman rotundamente sus promotores).

Como rezaba un antiguo anuncio publicitario para *La Samaritaine* – equivalente parisino de *Galerías Preciados*–, “Ontrouvetout à *La Samaritaine*” (En *La Samaritana* se encuentra de todo). Lo mismo se podría decir de la Red... Muchos la califican como la gran enciclopedia del mundo.

La podríamos ver también –y cada vez más– como el gran mapa –real e imaginario– de nuestros fantasmas, un universo donde *todo está permitido*, para bien y para mal, dentro de la máxima *hipervisibilidad*, porque nada está *de-limitado*...

(2)

Según la edición 2010 del Pequeño Larousse, un *geek* es “una persona apasionada por las tecnologías de la información y de la comunicación, en particular por Internet”, definición muy por debajo de la *geekomania* imperante...

2. El reino de lo líquido y de lo poroso

Internet es un universo líquido⁽³⁾ donde lo importante es *navegar* (y el peligro hundirse), donde uno puede deslizarse de una página a otra; un mundo poroso por la posibilidad de atravesar ventanas, que permite moverse en el tiempo y en el espacio, *llegar lejos*, alcanzar los confines del planeta y de las culturas, *ver de cerca*, meterse en la intimidad del otro, *sacar el dentro hacia fuera*, prestarse a todas las exhibiciones; y, sobre todo, ser otro e incluso *ser otros*, o no ser ninguno, contemplar y disfrutar el espectáculo del mundo y de las vidas ajenas.

Tal y como ocurre en la televisión, es el lugar de un cierto *transformismo* identitario⁽⁴⁾, mucho más turbulento aquí, desmultiplicado de acuerdo con las apetencias del sujeto y la identidad de los *contactos*. En el MSN Messenger, a través de los *chats*, uno se presta a una mascarada asumida como tal, sin que intervengan valores como la mentira o el engaño. Forma parte de las reglas (tácitas) del juego: de manera harto ambivalente, puedo ser *yo* y *otro*, ni es incompatible, puedo elegir el papel, el perfil e incluso el sexo. La liquidez consiste precisamente en poder deslizarse de una categoría a otra.

Es el reino de la máscara, la del yo (los *blogs* como escenificación del yo dentro de un nuevo “contrato autobiográfico”), la de otro (los *chats* como evasión del yo, nueva versión del juego del ratón y del gato). Carnaval posmoderno, Internet posibilita todos los juegos de rol. Lo analiza así CélineMetton-Gayon⁽⁵⁾, destacando la función de socialización de algunos rituales comunicativos como el MSN, el sms o los *chats*:

“Es una especie de juego de rol. Para delirar, como dicen los jóvenes. Travestirse les permite iniciarse a determinados códigos de seducción. Incluso ir en busca de información entre los mayores o el sexo opuesto: muchos chicos eligen apodos femeninos para saber de qué hablan las chicas en su intimidad.”

(3)

Retomo el concepto de Zygmunt Bauman: *Vida líquida*. Paidós. Barcelona, 2006.

(4)

Remito a mi libro: *El transformismo televisivo. Posttelevisión e imaginarios sociales*. Cátedra. Madrid, 2008.

(5)

Le Nouvel Observateur, 24-30 septiembre 2009.

(6)

Bougnoux, D. (2006): *La crise de la représentation*. La Découverte. París,.

Como instrumento de comunicación, Internet es también el espacio de lo hipervisible, de la ventilación de los secretos, de la confesión, del desahogo. Al *voyeurismo* mas mediático contesta el exhibicionismo virtual. Internet es todo a la vez: pantalla en la que me proyecto con mis fantasmas, espejo en el que me contemplo cual Narciso, donde siempre habrá sujetos idénticos a mí mismo, *reality show* en el que puedo interactuar; cesión de cine permanente, caja de Pandora donde me pierdo, máquina de fabricar rumores e infinito terreno de juego y de experimentación. Internet es *la posibilidad de...* -de la comunicación, de la identidad-, más que su realización efectiva.

Internet es un medio *performativo*, que va creando su propia realidad a medida que la enuncia. Daniel Bougnoux⁽⁶⁾ lo compara a un autodesplegable:

“Internet ofrece un modelo y un medio ilimitado para todos esos recorridos funo cool; con la abolición de toda mirada sintética, sólo se puede interactuar con los nudos de la red, navegar de encuentro en encuentro; no hay mapa representando la totalidad de la red Internet y por principio jamás la habrá. La Red permanece inmanente a su propia señalética, autodesplegable.”

Con esto tocamos los temas de la instrumentalización del medio, de la relación entre el ser humano y la máquina, de sus funciones, del progresivo deslizamiento de un medio que, en un principio, fue concebido como “inteligencia artificial”(7) -máquina pensante- y que se transformó en herramienta de saber -de transmisión- para llegar a ser hoy, más que otra cosa, instrumento de comunicación, basado en un nuevo contrato comunicativo. Es sobre este último punto sobre el que quería insistir aquí: la red como laboratorio, espacio abierto a todas las experimentaciones y experiencias, reales y fantasmáticas, con la carga imaginaria que ello implica.

Volveremos a encontrar, exacerbados, varios rasgos de la cultura posmoderna: la inestabilidad en la representación de la realidad, las identidades líquidas, la *hipervisibilidad*, las identificaciones múltiples, los no lugares, la dialéctica entre el dentro y el fuera, el juego con los límites; con una peculiaridad, la profunda ambivalencia del medio, basada en la cercanía, creadora de empatía, generadora de intimidad, conjuntamente con su *incorporeidad*, el que sea una comunicación sin cuerpo, donde el cara a cara se desenvuelve en la lejanía, en ausencia física del otro, en exclusiva presencia -*hipervisible*- de su imagen, a menudo sustituida por la escritura como en los *blogs*.

Internet no es un medio ágrafo, opuesto a la galaxia Gutemberg, como algunos quieren verlo; es incluso al revés, consagra un nuevo modo de escritura, visual y fantasmática, aunque también reductora (no por nada *Twitter* quiere decir “parlotear, trinar”: el *microblogging* como comunicación en miniatura). Tampoco es un espacio de liberación como otros lo pregonan, tiene su lado oscuro y sus usos desviados. Internet es un ingenio ambivalente por excelencia, en el que van a parar muchas contradicciones de nuestra época, que escapa a una definición reductible, por su naturaleza líquida y porosa.

(7)

Véase al respecto en Philippe Breton (1990): *La tribu informatique. Métaillé*. París, las páginas sobre la evolución del uso del ordenador de máquina de pensar a instrumento de gobernar y, hoy, a máquina de comunicar.

Líquida, la red lo es porque todo fluye constantemente, se reactualiza por autogeneración, no se puede concebir ni un cierre ni un parón de la red, por mucha crisis que haya. La red es “un largo río tranquilo”, como decía de la vida el título de una película de Etienne Chatiliez. Es porosa porque en ella nada está delimitado: ni los temas (a pesar de una amago de secciones, en *YouTube* hay de todo), ni categorías tan estructurantes como público/lo privado, dentro/fuera, lejos/cerca (en *Facebook* puedo exponer

la máxima intimidad al máximo público), ni siquiera su manejo (no necesita nivel cultural ni aprendizaje previo: *Google* está para tener acceso a *todo*). No hay fin al desplegable, el *interface* abre al infinito, como en un juego de cajas chinas, un abismo sin fondo. Es vertiginoso...

Refleja el sueño más antiguo de la humanidad, un sueño demiúrgico: crear una máquina perfectamente domesticada, dotada de inteligencia, para ponerla al servicio del hombre. Éticamente, esto plantea un problema complejo que es de uso: la acotación de esta visibilidad sin límites. ¿Podemos mostrar todo, hasta lo innombrable, lo éticamente rechazable, la incitación a la violencia? Si hay límites de velocidad, ¿por qué no los habría de visibilidad? ¿Si hay protección de la intimidad, de la imagen en la publicidad, ¿por qué no podría haberla en la red, sin que sea un atentado a la libertad de expresión?

3. La función social de Internet: un nuevo régimen comunicativo

Más allá de su cariz mítico, es innegable la función pragmática del medio: tanto el uso del mismo como enciclopedia como su instrumentalización como vehículo de nuevas reivindicaciones sociales, protagonizadas por grupos informales, reformulación de los movimientos sociales de los 70 (como lo hemos visto durante el debate sobre la guerra de Irak con la utilización de Internet y del móvil). No se trata aquí de negar la función social del medio: la creación de nuevas redes sociales al margen de la militancia, la difusión de campañas de sensibilización prescindiendo de la esfera mediática, la defensa de causas minoritarias o boicoteadas por los políticos (desde *Igualdad Animal* hasta *Amnistía Internacional*, pasando por la lucha republicana), con menor coste y mayor impacto, la utilización de *Facebook* para sondear los temas de interés público o como creador de sinergias profesionales, etc., etc.(8)

Incluso *Twitter* puede cumplir una función cultural mediante el seguimiento de eventos en directo, la retransmisión de charlas y ponencias a las que poca gente tiene acceso, las entrevistas, los comentarios sobre películas o debates retransmitidos por televisión (como el debate entre Rodríguez Zapatero y Rajoy en 2008).

La red establece un nuevo régimen comunicativo que, en el caso de *Wikipedia* –nos dice Anne Goldenberg(9)–, está basado en el don, esto es, un modelo de intercambio que, en contraposición con la lógica mercantil (el intercambio de bienes materiales con ánimo de lucro), tiene una función simbólica, la de contribuir a la circulación de conocimientos y a su enriquecimiento gracias a las aportaciones libres y desinteresadas de los usuarios.

Con esto se constituye una maraña de redes al margen de lo social institucionalizado, fuera del espacio público de representación y ajena al

(8)

Fue determinante en las recientes movilizaciones sociales en Francia, a raíz de la huelga general del 12 de octubre 2010, la utilización del móvil y de Facebook por los estudiantes de secundaria para organizar el bloqueo de sus institutos (uno de cada tres paralizado en París).

(9)

Goldenberg, A. (2010): "La sensibilité épistémique face à Wikipédia. Don ou contribution?" En VVAA: Web social. Mutation de la Communication. Presses Universitaires du Québec. Canadá.

discurso político al uso. La protagoniza un *me gasujeto* ubicuo y difuso, de índole global y amorfa (que sale de las formas comunicativas establecidas), cuyas múltiples intervenciones están encaminadas a renovar y ampliar el debate público, dentro de un planteamiento pospolítico. Se establecen nuevas formas de vínculos, ya no relacionados con la pertenencia (a una clase, a un grupo social), sino con la afición (los intereses, los *hobbies* comunes), pero con sus limitaciones. Lo analiza así Michel Gensollen⁽¹⁰⁾:

“Es sin duda demasiado pronto para poder describir el vínculo social emergente en Internet o, incluso, preguntarse si las redes interactivas son efectivamente ‘relacionales’. Las redes ‘sociales’ como Facebook MySpaceo LinkedIn muestran bastante bien que las relaciones en línea no prolongan las relaciones reales sino que difieren profundamente de ellas. Los ‘amigos’ que uno tiene en Facebook o en MySpace no son ni amigos ni siquiera conocidos sino, tal vez, la primera aparición de un vínculo intrínseco a las redes interactivas: el vínculo formado por el hecho de compartir un corpus más o menos personal (como, también, en Flickr o YouTube). A la red relacional pública, en la que cada uno puede leer y escribir, corresponde un vínculo íntimo y anónimo caracterizado por el compartir un corpus abierto; a las redes ‘sociales’ corresponde un vínculo menos anónimo pero, paradójicamente, menos íntimo, constituido sobre la base de un compartir un subcorpus más o menos cerrado.”

Nunca el tópico “lo importante es comunicar” ha tenido tanta vigencia; lo que cuenta es el flujo, la interacción más que el contenido, la comunión en la intimidad (tanto la de los famosos como la de los anónimos) más que la calidad pública del discurso, la cotidianidad más que la historicidad. Como dice Stéphane Hugon, sociólogo del CEAQ (Centro de Estudios sobre lo Actual y lo Cotidiano, fundado por Maffesoli)⁽¹¹⁾:

“Contrariamente a lo que pasa en los medios tradicionales, en Internet la información sólo vale si es validada por el público. (...) Ya no hay modelo carismático [como en la época de las stars-los famosos- de Edgar Morin]. El espacio utópico, es ahora el de lo cotidiano.”

Y lo que se ve, se cuenta ahí está más allá del contrato de verosimilitud e incluso del criterio de verdad que han regido el relato moderno y el discurso público. Lo analiza así Virginie Spies, semióloga de los medios⁽¹²⁾:

(10)

Gensollen, M.: “Le web relationnel. Vers une économie plus sociale? En: Web social. Mutation de la Communication. Op. cit.

(11)

“Stars, web et ragots”. Le Nouvel Observateur, 23/04/09.

(12)

Spies, V.: semioblog.overblog.org

“De hecho, al público poco le importa saber lo que es verdad y lo que es mentira. Los people [famosos] han sustituido a los héroes de la ficción en el imaginario colectivo. Tienen que proporcionar un material narrativo. Entonces, mientras es interesante la historia...”

*Storytelling*proteica, la red tiene, en efecto, una dimensión narrativa: fomenta nuevos imaginarios sociales y cumple una función mítica, de proyección en nuevos relatos, nuevas adhesiones y nuevas leyendas. Es sobre este aspecto sobre el que quería centrarme ahora.

4. La tribu informática

La comunicación vía Internet reactiva otro viejo sueño, el dialógico –el diálogo con la máquina– para volcarlo en el otro, en la multiplicidad de *otros* que genera la red. Es más, lo mismo que había una dependencia del sujeto hacia la máquina, podemos ver aquí otra forma de dependencia en las nuevas tecnologías de la comunicación: la del sujeto hacia el otro, como una necesidad de estar conectado *online* con el otro, cualquier otro, al margen de las identidad (de uno y otro) y de los contenidos. El *mundo-blog* no es otra cosa: tengo que alimentar en continuo la cadena informativa, el flujo no se puede interrumpir, hay un imperativo comunicativo: “lo importante es comunicar”, que sustituye a menudo al imperativo ético: ¿de qué estoy hablando?, al ecológico: ¿por qué añadir masa informativa y contribuir así a la polución comunicativa?, y al simbólico: ¿para qué sirve todo eso? ¿Comunico mejor? ¿Empatizo mejor que a través de la relación directa? La cuestión aquí, desgraciadamente, no es el *mejor*, sino el *más*...

El viejo sueño demiúrgico se ha transformado en nuevo sueño identitario: ya no hay fronteras entre el yo y el otro, ya no hay diferencia que valga, cuando la diferencia es bella, como dice Bauman...

¿Cómo surge este sueño? Seguramente de una carencia social –de comunicación horizontal, de fallo de las mediaciones–, de un fuerte sentimiento de soledad, entre existencial y social, y de una demanda de otra forma de comunicación, *in-mediata*, basada en la transparencia, en la ausencia de límites, de trabas a la comunicación y al deseo, al deseo no tanto del otro –a menudo reducido a espectador pasivo del narcisismo de uno– como al deseo de *comunidad*, de crear vínculo, pero un vínculo al margen de la estructura social y de las constricciones de los códigos dominantes.

La idea de “partenaire” –*inter-locutor*, *alter ego*–, de otro tras la pantalla, es fundamental y fundadora de lo que Breton llama la tribu informática. La comunidad que surge de ahí es una comunidad *sui generis* –lo mismo que

lo es la realidad creada por la televisión-, no corresponde a ningún modelo social y algunos la ven -con razón- como utópica (etimológicamente: que no existe en ningún lugar): más que una comunidad de pensamiento, es una comunidad de sentir, de afinidades, de proyecciones en una palabra, de identificaciones más que de identidad.

¿Qué es una tribu? Es un modo de organización transversal, al margen de las clases sociales y de las organizaciones duras, en torno a la cual se forman afinidades electivas, por apetencia más que por obligación. La tribu se rige por códigos implícitos, se crea sus propias reglas, es ajena a cualquier idea de contrato, en el sentido moderno de la palabra. Algunos, como Michel Maffesoli, han visto en este modelo informal la matriz de un nuevo modo de agregación, propiamente posmoderno, basado en el presentismo (una relación efímera con el presente) y un neo-hedonismo de índole “orgiástica”(13), asentado en lo que Bauman llama por su parte relaciones líquidas, a margen de todo compromiso definitivo, de contrato reversible.

A las relaciones líquidas van unidos los amores líquidos(14), de los que Internet nos ofrece un sin fin de ejemplos, esos amores fulminantes, que se deshacen (pragmáticamente) con la misma rapidez con la que se hacen (virtualmente). Es fascinante a este respecto la capacidad que tiene el medio de activar la identificación sensible a través del simple intercambio visual y las fijaciones muy fuertes que puede crear, mediante una aceleración de los procesos “amorosos”. ¿Nueva forma de amor cortés, que a menudo no resiste al encuentro cara a cara? ¿O invención de un amor-ficción -una auto-ficción- que colma el vacío del amor en la vida “real”? La web fomenta en efecto la capacidad de fantasear.

Los amores líquidos de la red son a menudo una ficción compartida, formas de vivir emociones virtuales, maneras de “echar el rato”, o de desinhibirse, liberarse de la mirada de los pares, subir la autoestima, con su reverso: *Facefuck*, el ciberadulterio y la poligamia virtual, y puede que causen más estragos que los hechos consumados...

¿Cuáles son los criterios de pertenencia a la tribu?

- Primero el compartir un sistema de valores más o menos implícito. Uno no entra a formar parte automáticamente de una tribu. Como dice Breton:

(13)

Maffesoli, M.: El tiempo de las tribus. Icaria. Barcelona, 1990 (Ed. original: 1988) y De la orgía. Una aproximación sociológica. Ariel. Barcelona, 1996 (Ed. original: 1982).

“Pertener a la tribu informática parece a primera vista menos una cuestión de saber técnico que de comunión con un sistema de valores, menos una cuestión de máquina que de cultura. ¿Acaso la tribu no reúne finalmente a todos los que manifiestan un intenso compromiso personal con la informática?”

(14)

Bauman, Z. (2005): Amor líquido. Acerca de la fragmentación de los vínculos humanos. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

Puede que haya aquí un desplazamiento del compromiso desde lo social hacia lo personal, desde la intervención en el mundo hacia un modo

de intervención imaginario, desde lo racional hacia una virtualización de la relación con el mundo, con un cuestionamiento de lo racional incluso⁽¹⁵⁾, desde los fines hacia el medio... Pero si está desvinculado de la realidad, este desplazamiento marca también un retorno de *lo real*, por ejemplo de todo cuanto tiene relación con los referentes fuertes, como los llamo: sexo, violencia, muerte.

- Segundo, la tribu manifiesta la búsqueda de un *partenaire*, un alter ego, más o menos diferenciado, más o menos anónimo o disfrazado: otro indistinto, pero con el que se establece una comunicación intensa, a veces en relación inversa con el estatus del sujeto, su edad o su género. La lógica que impera aquí no es la social (por clase social, edad y condición), sino que responde a un contrato puramente comunicacional, puntual, intrínsecamente ligado con el medio, de tipo performativo.
- Vinculado a este aspecto, la voluntad de romper, de una u otra manera, con la soledad. Uno no está sólo cuando está *con* el ordenador, con los efectos perversos que produce: las crisis, rupturas con el entorno familiar. Podríamos generalizar esta aseveración, aunque sea formulando una perogrullada: *uno* no está sólo cuando están *otros*, otros múltiples y diversificados, a la vista, al alcance de uno...
- Otro rasgo definitorio de la tribu es la creación de vínculos informales en torno a aficiones compartidas, encuentros, clubes, lectura de revistas, deportes, cuestiones técnicas, curiosidades de todo tipo, incluyendo las *frikis* y las sexuales, etc., con esta peculiaridad que destaca Breton: "la posibilidad de que uno forme parte de la tribu sin haberse nunca encontrado directamente con otros miembros... humanos de la comunidad."

Hoy, obviamente, la tribu se ha generalizado, se ha convertido en constelación de tribus diversificadas según aficiones y fijaciones más o menos obsesivas. Todo ello configura una macrocomunidad que no comparte espacio físico ni social, maleable e híbrida, *informe* en una palabra (que carece de formas estables)...

gerardimbert.blogspot.com

(15)

Maffesoli, M. (2005): La transfiguración de lo político: la tribalización del mundo posmoderno. Herder. Barcelona.