

Culturas juveniles: los teams

Youth cultures: the teams

Daybel Pañellas Álvarez*

Colaboradoras**

ARTÍCULO ORIGINAL | Recibido: 13 de mayo de 2019
Aceptado: 21 de mayo de 2019

Resumen

El trabajo que se presenta constituye un acercamiento a la caracterización de los *teams*, grupos juveniles que se crean y recrean desde las redes sociales, conformando identidades sociales que dan cuenta, entre otras cosas, de procesos de heterogeneidad y desigualdad social en nuestro contexto. Se trabajó de marzo a mayo de 2019, con un enfoque cualitativo, utilizando múltiples técnicas. Además del análisis de las publicaciones en las redes sociales, accedimos a miembros de estos grupos, oficiales del Ministerio del Interior encargados del seguimiento a los mismos, vecinos de la localidad y vendedores que acuden a los espacios públicos donde los miembros de estos grupos se reúnen. Los datos referidos sugieren muchos cuestionamientos, invitan a nuevas investigaciones y constatan la dinámica de estos grupos juveniles.

Palabras clave

Culturas juveniles, grupos, heterogeneidad social, identidades sociales.

Abstract

The work presented is an approach to the characterization of teams, youth groups that are created and recreated from social networks, forming social identities that account for (among other things) heterogeneity processes and social inequality in our context. We worked from March to May 2019, with a qualitative approach, using multiple techniques. In addition to the analysis of publications on social networks, we interviewed members of these groups, officials of the Ministry of the Interior in charge of monitoring them, local residents and vendors who come to public spaces where members of these groups meet. The data referred to suggest many questions, invite new research and verify the dynamics of these youth groups.

Keywords

Groups, social heterogeneity, social identities, youth cultures.

* Doctora en Psicología. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba. daybel77@psico.uh.cu

** Arlena Franco, Carolina Álvarez, Eyleen Miyares, Gabriela Ruiz, Heidy Carmona, Isis Cabrera, Laura Ortega, Leyanis Placencia, Lill Hernández, Lilián Capote, Lorena Gamoneda, Lorena Gil Blain, Lucía Uliver, Mariluz Jimenez, Maura Vázquez, Melissa Robaina, Mónica Betancourt, Naiby Capote, Patricia Prado, Patricia Rodríguez, Sharay Sánchez, Sheyla Andalia Crespo, Thalia Rubiera y Yelina González.

Introducción

La investigación de la que da cuentas este artículo es resultado de “sentir” y ser coherente con la práctica de la psicología social. En enero de 2019 una estudiante de Comunicación Social me contactó para preguntarme sobre los *teams*. Yo no sabía nada de ellos. Conversamos y solo fui de capaz de darle respuestas a partir de generalidades relacionadas con la comprensión de la psicología de los grupos. Un mes más tarde los estudiantes de segundo año de Psicología, realizando las prácticas preprofesionales en institutos preuniversitarios capitalinos de los municipios Diez de octubre, Plaza de la Revolución y San Miguel del Padrón, describieron la emergencia de este tema como parte de las dinámicas grupales. Se hizo evidente para mí la necesidad de acercarnos a estos grupos y entenderlos. Así comenzamos.

Formó parte del trabajo extracurricular de un grupo de estudiantes motivados con el tema. Nos planteamos como objetivo general caracterizar la identidad social *team*, identificando los componentes de la identidad y el prototipo de referencia. Diseñamos una investigación cualitativa, con observaciones sistemáticas, entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido de publicaciones en las redes sociales. La investigación tuvo lugar de marzo a junio de 2019.

Se comenzó con observaciones de espacios públicos donde se dan cita estos grupos (Prado y Malecón, el Salón Rosado de la Tropical, el Balneario Universitario) y se contactó en paralelo con miembros de los mismos con los cuales establecer *rapport* para realizar entrevistas a profundidad. Así mismo se identificaron otros sujetos que concurrían en estos espacios; entre ellos se encontraban policías y algunos oficiales del Ministerio del Interior (MININT), así como vendedores de productos comestibles que realizaban su trabajo en esas zonas. Posteriormente, se procedió a entrevistar a los que voluntariamente accedieron (adultos y miembros de los grupos de *teams*). Las entrevistas contuvieron preguntas abiertas y cerradas, y la realización de dibujos. En total se trabajó con 80 miembros de *teams*, 15 oficiales del MININT y 20 cuentapropistas.

Cerramos la investigación por cuestiones relacionadas con el ciclo académico. Pero si una cer-

teza tenemos es que la formación y desarrollo de estos grupos está en constante cambio, de modo que los resultados presentados representan más bien una fotografía del asunto y tal vez estén desactualizados en el momento de la publicación de este artículo.

Se pretende continuar esta investigación a partir del mes de septiembre (inicio del curso) como parte de una articulación entre estudiantes de pregrado y posgrado de la Facultad de Psicología. El objetivo es dar seguimiento a la evolución de este grupo, que forma parte de la identidad social de muchos adolescentes cubanos, especialmente capitalinos. Se pretende trabajar aplicando cuestionarios que ofrezcan tendencias, y con grupos focales distinguidos entre miembros y *bosses* de *teams*.

Apuntes teóricos

Para la psicología el término *identidad* es de una importancia medular. Su connotación estriba en el hecho de que define la “esencia” del sujeto en tanto él se percibe como tal en sus espacios de desenvolvimiento. El término es utilizado en muchas ramas de la psicología, pues supone cierta conciencia y elaboración del sujeto sobre sí mismo. Ha sido objeto de distintas miradas a partir diferentes ópticas teóricas; una de ellas, las identidades colectivas.

Henri Tajfel y John Turner desarrollaron sus concepciones del enfoque de la cognición social. Parte de un modelo de ser humano conocido como *Homo Cogitans*: “(...) se concentra en las uniformidades de la conducta grupal y en patrones de la conducta individual socialmente establecida y compartida. Tiene una vertiente psicológica en la que se reconoce al hombre como hacedor del conocimiento y conformador de su propio mundo, que le da orden y realiza predicciones, a través de su cognición y sentido a través de sus afectos, todo ello a partir de su experiencia social (...). La mente del individuo se va a estructurar a partir de su pertenencia a los distintos grupos dentro de la sociedad en la que vive” (Eggins, Haslam y Reynolds, 2002, p. 891).

Estudiando el efecto de estos procesos en el pensamiento y la motivación, se adopta la integración de dos concepciones: la teoría de la identidad social (TIS), elaborada por Tajfel en los sesenta y

setenta; la teoría de la autocategorización del yo (TAC), elaborada por Turner y sus colaboradores en los ochenta, y que complementa las ideas de las TIS, centrándose en las bases cognitivas de los procesos de categorización que subyacen a la conformación de la identidad.

Tajfel plantea que el grupo es: “Un conjunto de individuos que se perciben a sí mismos como miembros de la misma categoría social, que comparten alguna implicación emocional en esta definición común de sí mismos y que logran algún grado de consenso social acerca de la evaluación de su grupo y de su pertenencia a él” (Tajfel, 1984, p. 264). “Denota una entidad cognitiva que es significativa para el individuo en un momento determinado y debe distinguirse del modo en que el término ‘grupo’ se usa cuando denota relaciones cara a cara entre una serie de personas” (Tajfel, 1984, p. 291).

Se distinguen tres componentes: cognitivo, que sería el reconocimiento de la pertenencia grupal por parte del individuo; evaluativo, en el sentido de que la noción de grupo y la pertenencia a él tiene una connotación valorativa positiva o negativa; emocional, debido a que la pertenencia al grupo puede ir acompañada por emociones dirigidas hacia el endogrupo y hacia el exogrupo.

El mecanismo de categorización se concibe por Tajfel como un proceso que acentúa las diferencias entre estímulos percibidos como pertenecientes a categorías distintas, y refuerza la similitud entre estímulos percibidos como pertenecientes a una misma categoría. Ese ordenamiento es esencial para el ser humano, ya que tiene por finalidad reducir la complejidad del medio que lo rodea. Esta distinción no solo se refiere a estímulos físicos, sino también a la configuración de los estereotipos sociales, caracterizados por la acentuación de las similitudes percibidas entre los miembros de un mismo grupo o categoría social, y por la acentuación de las diferencias percibidas entre los miembros de los grupos o categorías opuestas.

Al aspecto de la categorización que implica la asignación del conjunto de los atributos de la categoría de los individuos sobre la base de su pertenencia a determinada categoría, Tajfel denominó deductivo; e inductivo, a la identificación del individuo en cuanto miembro de la categoría.

Aclara que la existencia del grupo se legitima desde su “visibilización” tanto interna (el individuo

identificado con el grupo) como externa (los otros reconociéndolo); “no basta que las personas se perciban como distintas bajo algún aspecto; también tienen que ser percibidas y reconocidas como tales (...), requiere la sanción del reconocimiento social para que exista social y públicamente” (Giménez, 1997, p. 11).

Por otra parte, la evolución de la web y sus posibilidades de espacios interactivos entre los usuarios ha propiciado la construcción y expresión de identidades en estos escenarios: las identidades digitales, *online* o virtuales, las cuales se refieren al fenómeno de la construcción de formas de presentación personal en la web, perfilando aspectos personales, culturales, cívicos, desde los cuales “identificarse”. Forman parte de estas narraciones las imágenes, videos y frases.

Surgimiento de los teams. Cuenta la leyenda...

Los *teams* constituyen una cultura juvenil o tribu urbana. Emergen a raíz del perfeccionamiento de la informatización de la sociedad cubana que comenzó con la creación de salas de navegación, el establecimiento del Servicio Nauta y de las zonas wifi en lugares públicos, y en la actualidad se manifiesta en la cartera de servicios ofrecida por Nauta Hogar y mediante los paquetes de consumo de Internet.

Existen varias hipótesis sobre su surgimiento, la más compartida es que nacen en el año 2018, a partir de una convocatoria hecha en Cuba para batir el récord de la “selfi gigante”, competencia creada inicialmente en Australia bajo el nombre de GigaSelfie, consistente en tomarse una selfi donde aparecieran la mayor cantidad de personas y paisajes exóticos del país, con el fin de atraer a un mayor número de turistas.

A la convocatoria realizada en Cuba responden 10 grupos de adolescentes conformados aproximadamente por 50 integrantes cada uno; unos meses después se llamarían a sí mismos *teams*. El primer *team* fue creado en Camagüey, utilizando la plataforma digital de Facebook. Se nombraron los “Cid” y posteriormente este nombre fue replicado en La Habana por un *team* con miembros diferentes que no incluyó a los usuarios de la provincia central.

Daybel Pañellas Álvarez

Desde su surgimiento, los *teams* son atendidos institucionalmente por el Centro de Estudios sobre la Juventud, el Comité Nacional de la Unión de Jóvenes Comunistas (UJC), y particularmente por el Departamento Ideológico. Estas instituciones se han familiarizado con la nueva tendencia creando *teams* patrocinadores como el Team Cuba y Team Talla.

Gran parte de los adolescentes y jóvenes entrevistados no tienen idea de cómo surgieron como grupo. “Creo que a finales del año pasado. Creo que en el Capitolio, no sé bien de eso”; “No sé, hay una parte que no son de La Habana, pero los que conozco es porque son de mi barrio”; “Para ser sincera no sé, yo me vine a meter ahí hace un tiempo pero eso ya venía desde antes”.

¿Quiénes son?

Son grupos de jóvenes y adolescentes entre los 14 y los 24 años.

Se caracterizan por considerarse una familia o hermandad, lo cual implica que los miembros del grupo mantengan cierto grado de compromiso entre sí. Se unen bajo un mismo nombre, como elemento unificador intragrupal y diferenciador exogrupal. Su conformación responde a criterios de amistad y/o reconocimiento en las redes sociales.



El origen del nombre

Muchos no lo saben, responden a la imitación (entrada al grupo “porque sí”); al llamado de otros significativos para ello (“lo hizo X que es mi socio”); reconocimiento del *team* (“están pega’os”). “Ahhh, no sé, tendrías que preguntarle al que lo creó... pero supongo que fue un *name* que le nació de un profundo aburrimiento”; “no sé por qué lo pusieron; antes el jefe del *team*, que es quien lo crea, antes él tenía *leroley* que no sé por qué, yo no estaba, y después lo cambió por uno más moderno”; “Son nombres que inventan que a veces no tienen concordancia, pero les gusta como suenan, porque como por ejemplo: *ozí towers*, *ozí* ni siquiera significa oso, todo el mundo se lo pregunta”.

Otros sí saben y coquetean con el nombre: “*Lightingirl*, *Chicas Iluminaty* porque el que creó el

grupo es fanático a Anuel”¹; “Ni idea, solo sé que desde que empezó el curso empecé a notar que las personas se cambiaban el nombre en Facebook y el primer *team* que vi fueron los Flow”; “Loregothi-cangels porque salió de Ciudad Gótica de Batman porque se pueden ver las dos partes de una misma persona, que se puede ser bueno pero también se pueden tener cosas que no sean tan buenas; también se puede ser malo y tener cosas que no sean tan malas”; “Anunaki, debido a la canción del Taki Taki”, “Breesy significa una persona alocada que no le importa nada, aparte que es el apodo del cantante Chris Brown”.

Razones de pertenencia al grupo

Responde a necesidades de inclusión, aceptación, reconocimiento, autoafirmación, contacto filial, contacto íntimo afectivo. “Para mí significa, bien, me gusta ese *team*, porque la paso bien con ellos, porque nos divertimos, salimos pa’ aquí, salimos pa’ allá, y la pasamos bien, hacemos actividades, de ir para la playa, o para una piscina, y así en varios eventos los fines de semana”; “Una amiguita mía me embulló, me dijo: ‘mija, vamos a entrar a un *team*, dale vamos, al de los Young Flow, vamos a entrar tú y yo’, y ya, y entramos pero no fue por nada. Se conocen de todas partes, hay gente que ni se conoce que se conoce ahí”; “importa porque todo el mundo quiere coger fama, pero lo que más importa es un grupo donde te puedas soltar con ellos, salir pa’ aquí y salir pa’ allá”; “Para formar una familia nueva, porque nosotros estábamos en otro *team*, y ese se desintegró, y hablamos yo y el boss y decidimos crear ese *team*, para ser una familia nosotros como tal, porque en el otro *team* habían [sic] ciertas diferencias”; “porque conozco al boss, estudiaba en mi escuela, cuando yo entré en el pre él estaba en 12º grado, además sus padres son los pastores de la iglesia a la que yo iba cuando era una niña, lo conozco hace años”.

Evaluaciones y emociones

La pertenencia al *team* genera sentimientos positivos, sentimiento de “nosotros”, de acogida. “Yo

me siento muy bien, al ser el jefe más todavía, somos como una familia”; “Todo, ahí yo tengo a mis amigos, tengo mis tatos, mis tatas, cuando se me presenta algo siempre están ahí; cuando me hace falta algo, ellos son mi todo”; “Nadie se pone bravo por nada, compartimos y eso y entre nosotros nos damos chuchos pero nadie se molesta. Nos reímos muchísimo”; “Son mis hermanos para todo”.

Prototipos grupales

Estar vestidos a la moda, bonitos, como cantantes y famosos, muchos de ellos reguetoneros puertorriqueños y cubanos, distinguidos por la extravagancia. “En la Piragua bajo el sol, con un perro abrigón con un unicornio, y hay gente que van vestida de pijama para tirarse una simple foto. Los de 20 o 25 años son como los niños de mami y papi que les dan todo, que viajan, que esto”; “Es como pijama de peluche, así que se ven bonitos, también llevan muñecos. Entonces, en general, los *teams* se visten según los famosos, si Bad Bunny² se pone las gafitas, ellos se las ponen; usan unos 90 creo que se llaman unos zapatos, se los compran, o unos 92, no sé bien”; “como Anuel, Bad Bunny y Daddy Yankee porque tienen un estilo diferente, ellos se visten diferente y los tres están muy pegaos ahora mismo, su música se escucha muchísimo”; “Bueno, el mío donde todas somos mujeres y tenemos siempre cosas lindas como muñequitos, felpitas de colores. Siempre me visto de rosado con cosas chulis, pero solo me visto así para venir aquí, porque yo no tengo toda mi ropa rosada, tengo de otros colores y bueno me compré la rosada pa’ venir aquí”; “Yo no ando en esa bobería de fijarme en los *teams*, pero en el mío todo el mundo se debe vestir a la moda y coordinado, sin chusmería, y tener un poco de posibilidades pa’ salir, es decir, tener dinero y tener likes”.

Hay algunos que declaran que no hay prototipo, y que la ropa y los accesorios no tienen importancia, aunque saben que es norma para muchos *teams*. “Mi *team* es sencillo y no andamos así con esa bobería de tetes ni peluches”; “Na’, normalitos, no entramos en la discriminación que hay en otros *teams*”.

¹ Cantante puertorriqueño de reguetón y trap, conocido como Anuel AA.

² Cantante puertorriqueño de reguetón y trap.

¿Qué hacen?

Su principal objetivo es compartir actividades que esencialmente contribuyan a otorgarles mayor reconocimiento, tanto dentro de las redes sociales virtuales como fuera de ellas.

Se destacan, entre sus actividades, tomar fotos para su posterior publicación en Facebook, salidas a bares y piscinas, competencias de baile y retos entre ellos que denominan Votas. Estos últimos consisten en votaciones por uno u otro *team* en las redes a partir de fotos publicadas; seleccionan un miembro de cada *team*, quien lo representa, y hacen una publicación en Facebook donde aparece una foto de los usuarios elegidos junto con el texto: "Vota entre dos chicos(as) para ver quién está más *duro/tixxa*"; "por [un usuario determinado] vota 'me encanta' y por [el otro usuario] vota 'me divierte/me asombra'"; publican también la fecha y hora en que finaliza el Vota.



El primer Vota, denominado Vota Cuba, se trató de una página virtual creada con el acompañamiento de diseñadores de la UJC. Los Votas más conocidos son: Vota Candy, Vota Flash, Vota Ferragama y Vota Vs. Entre los premios que se ofrecen para el *team* ganador predominan las bebidas alcohólicas costosas como botellas de whisky Ballentine's e invitaciones gratis a fiestas en bares y piscinas privadas. Al resto de los *teams*, incluido el perdedor, se les cobra entradas de altos precios a estas fiestas, lo cual se está convirtiendo en un negocio muy lucrativo que se hace cada vez más extensivo en la sociedad capitalina. Obviamente, ello conduce también a la ingestión de bebidas alcohólicas.

Para ganar –aumentar el reconocimiento en Facebook, dígame los me gusta– se desarrollan disímiles estrategias: fotos en que imitan a los artistas con los que se sienten identificados, reproduciendo esencialmente sus prendas de vestir, accesorios y poses. Fotos extravagantes, uso de abrigos en temporadas calurosas, uso de mascotas, etcétera. Recurren a todos sus contactos y piden que entren a sus perfiles en las redes, les den me gusta y comenten sus publicaciones.

-----🏆 TORNEO DE TEAM 👤👤👤-----
 3VS
 ❤️FLOW❤️ VS 😬GENTLEMANS😬

Cierro el Jueves a las 8pm...Se vale todo



Vs Votax está en La Habana con **Wilfrido Mero Mero**.
 11-mar-2019 a las 13:21

Preparense mi gente esto ya va a empezar el **#Torneo_Team_Sensacion** 🏆 con los 8 mejores team de la Habana para que solo uno se convierta en el ganador del Torneo 🏆. Peroooooo esto sera diferente 😬 a todos los demas Torneos hasta el momento con la diferencia q este tengra Premios al team ganador 😬 con una **#Fiesta_GRATIS** 🎉 a todos los miembros del Team en 3ra y 8 y se les daran ademas 2 botellas de **#Ballantine's** 🍷 de premios al Team asi q preparense q esto se va a **#CALENTAR** 🔥😬

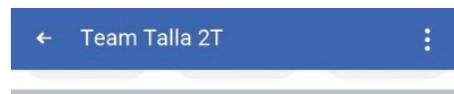
#Vs Votax #Flow_Sensacion



A raíz de estas competiciones, la categoría *team* se ha segmentado en *teams* reconocidos y aquellos no tan reconocidos; los primeros se listan en una página de Facebook bajo el nombre de "Teams oficiales de Cuba".



Pos aqui esta señores 😬.....Tarde pero segura. 😬.....Esta es la tabla de la 2da ronda del torneo 🏆 y pues tambien son los cruces XXEl problema de pedir o no 😬....lo realizaremos de una forma diferente 😬 que hablare con los boss de cada team luego. 😬.....Necesito la foto con urgencia 😬...ya que se acerca otro torneo con otro vota 😬 que no revelare cual es 😬.....Y el lio de las etiquetas??.....los boss deben ser los encargados en decirme a quien etiqueto 😬..... solo etiquetare al que el boss me diga 😬.....so ahorrense la pena y el tiempo de escribirme 😬😬😬 para decirme que los etiquete 😬...pasen un buen dia 😬
 ATTE: El gato de la vecina 😬😬



Team Talla 2T está con **Märliä** ...
PümpP Pøwër Rängër y 31 personas más.
 06-may-2019 a las 12:59

Muchos estaban preocupados pero ya estan aqui los 15 mas pegaos del mes de abril, luego de una gala super intensa... Felicidades Golden Boy!!!! Esperen los 30 pegaos y a afilarse las uñas para mayo



225



También conversan, cantan, hacen chistes, en general se dedican a actividades propias de la edad y las relaciones interpersonales: "Dar mucho perro muerto y estar por ahí en la vida sin rumbo y sin cordura, claro, sin buscar problemas"; "nos reunimos para hacer actividades y conocer personas".

Por otra parte, respondiendo a la necesidad de contacto filial e íntimo afectivo, propio también de la adolescencia y juventud, establecen múltiples relaciones que conducen en muchos casos a las rivalidades inter/intra *teams*. La posesión de "el más o las más *tixa*" también posiciona.



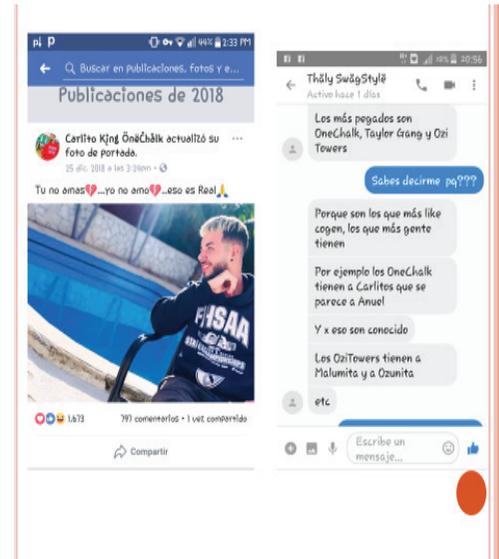
¿Cómo se organizan?

Son grupos estructurados, con grados de organización y estructuración que varían en función del *team* en cuestión. En cualquier caso, todos dan cuenta de jerarquías intragrupalas.

Aquellos que administran *teams* en Facebook pueden tener roles principales como *boss* y coordinador, quienes en ocasiones se identifican como *King* o *Queen* y *Prince* o *Princess*, respectivamente. Estos son los máximos líderes del *team*, pueden delegar responsabilidades en otros miembros que constituyen su “mano derecha” y muchas veces son llamados “alfa”. Otros roles encontrados son los de fotógrafos(as), guardabolsos, coreógrafos(as) y sirvientes. Cada *team* se distingue además por la posesión de una mascota, que suele ser un muñeco de peluche o un niño(a) cuya edad oscila entre los 5 y 8 años aproximadamente –por lo general son hermanos o primos pequeños de los *bosses*.

El *team* es creado por un usuario de la red, que se designa a sí mismo como *boss*. Generalmente es un hombre entre los 20 y 24 años, que determina quiénes forman parte de su grupo y establece normas tanto en el mundo *online* como en el *offline*. Desempeña tareas tales como reunirse los martes con el resto de *bosses* reconocidos para discutir sobre el desempeño de cada uno de sus *teams*, o comprar las entradas de las fiestas para todos los miembros de su grupo.

Los *bosses* construyen una imagen pública atractiva que genera seguidores. Imitan formas de comportamiento –de vestimenta, lenguaje, relacionales– típicas de artistas representativos de la música urbana, extranjeros, y que son además reconocidos como *influencers*, tal es el caso de Bad Bunny, Anuel y Carol G. Se convierten en un prototipo grupal que genera tendencias comportamentales.



Las normas de inclusión varían de un *team* a otro. Se encontraron algunas como: el pago de una cuota en efectivo, la realización de un reto; la tenencia de más de 300 me gusta en Facebook; la posesión de un objeto de moda, como tenis marca Fila o un Iphone 7; la apropiación, por parte de los *bosses*, de objetos de valor que son propiedad de los miembros de bajo estatus; o una recarga móvil realizada a este último.

Una vez que es confirmada la pertenencia a un *team*, los usuarios deben cambiar sus apellidos por

Culturas juveniles: los teams

Daybel Pañellas Álvarez

el nombre del *team* para ser identificados como miembros oficiales. Otras normas para mantener la uniformidad de los miembros son: color de cabello, y vestuario y calzado (generalmente de marca Fila; con dibujos de muñequitos infantiles y accesorios extravagantes como tetes, peluches y frutas que exhiben en la calle). En general declaran que la pertenencia a un *team* es exclusiva, es decir, que no se puede ser miembro de más de uno.



ÖneChâlk ❤️⚡

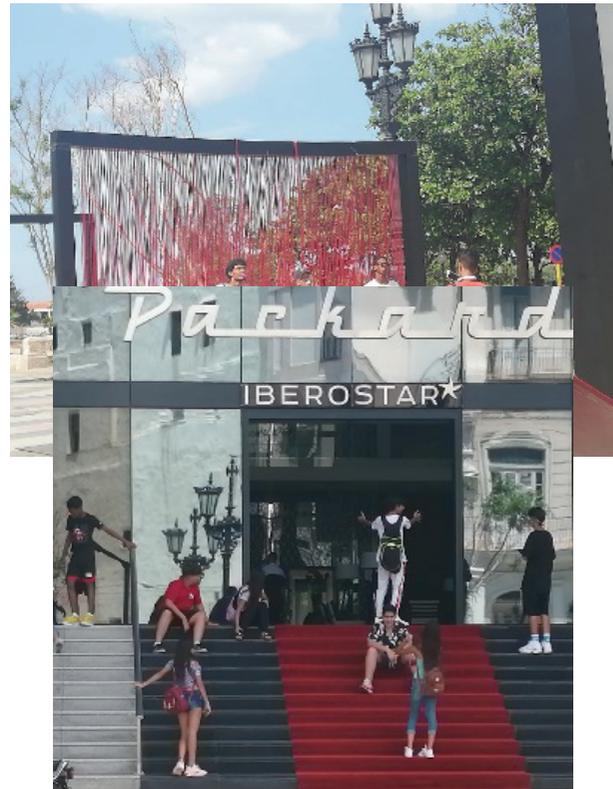


Asimismo, los *bosses* pueden establecer reglas en su grupo para la publicación de Votas, como por ejemplo la prohibición de solicitudes por Messenger de "me encanta" o "me divierte"/"me asombra" y de la creación de perfiles falsos. Si algún miembro incumple con estas exigencias, los *bosses* pueden expulsarlos del *team* (solo ellos tienen la potestad para eliminarlos). Si el usuario posee motivos personales para hacerlo, puede determinar su salida de un *team* en cualquier momento.

¿Dónde se encuentran? Territorios ocupados.

Aunque surgen en el espacio virtual, sienten la necesidad del espacio físico cara a cara, entre otras razones, por la competencia que se establece intergrupalmente. Se lanzan a la conquista de espacios públicos urbanos, que intentan tornar exclusivos, entre ellos se ha destacado la renta de bares en los que organizan fiestas "solo para teams".

Al parecer, el 12 de enero de 2019 se convocó la primera reunión pública de *teams* en la escalinata del Capitolio, de donde fueron expulsados por la policía, dada la connotación política al ser este el sitio de reuniones de la Asamblea Nacional del Poder Popular. Posteriormente se trasladan al teatro Martí, de donde nuevamente son desalojados, ya que se encuentra próximo al Laboratorio de Criminalística; y más tarde comienzan a ocupar la zona de Prado y Malecón, de la cual se retiran debido a las exposiciones de la Bienal de La Habana. En estos momentos se reúnen los sábados, en el horario de la tarde, frente al hotel Packard. La característica común a todos estos espacios es que son públicos, reconocidos, bonitos; les permiten tomar fotos de una Habana hermosa. "Porque son los lugares donde se hacen las fiestas y donde se hacen las secciones de fotos por los paisajes y fondos que tienen, para que gusten más y tengan más likes".



Por otro lado, debe destacarse el hecho de que los territorios de reunión difieren de los de fiestas. Estos últimos comenzaron siendo en La Piragua, pero debido a un crecimiento vertiginoso del número de *teams* y por cuestiones de capacidad fueron trasladados al Salón Rosado de la Tropical y al balneario de 1ra. y 42; ambos proyectos fueron patrocinados por la UJC. Las fiestas en el Salón Rosado se mantienen, sin embargo, se han extendido a una lista exclusiva de bares en un convenio de los

Daybel Pañellas Álvarez

cuentapropistas con los líderes de cada *team*; los bares más visitados son: el Johny, Malevo, Bar-bar, Sapir y 3ra. y 18.



Teams no capitalinos

Existen *teams* en otras provincias del país y, al parecer, no necesariamente en espacios urbanos de las mismas. Se entrevistaron miembros de *teams* en las provincias de Mayabeque (Melena del Sur y Nueva Paz), Matanzas (Cárdenas) y Artemisa (San Cristóbal y Güira de Melena), y parece que estos adolescentes y jóvenes tienen una perspectiva diferente de lo que constituye ser *team*.

En la mayoría no existe la jerarquía entre miembros antes descrita; muy pocos cuentan con *bosses*, y los que lo hacen los denominan así por ser los que tuvieron la idea de formar el grupo o porque organizan los eventos en los que se reúnen, pero las decisiones se toman conjuntamente. No obstante, su capacidad de influencia radica en la dimensión emocional en tanto son los que mantienen mejores relaciones con todos los integrantes. Los roles que se desempeñan en estos grupos son rotativos, por ejemplo, fotógrafo y organizador de eventos, ya sea de fiestas o encuentros.

Comparten similitudes con los *teams* de La Habana en cuanto a las actividades que realizan: los encuentros para tomarse fotos y publicarlas en Facebook, compartir juntos –se privilegian las piscinas porque son alquiladas en el horario de la tarde y así sus padres les permiten asistir a todos–; y se declara fundamentalmente que “comparten sus preocupaciones, se brindan apoyo”, lo cual da cuentas de un mayor espacio afectivo.

Los lugares a los que asisten son generalmente públicos y gratuitos: la escuela, el parque o la plaza, con lo cual no demandan inversión de altos recursos económicos por sus miembros; si son piscinas, en estos pueblos su alquiler cuesta 2 CUC por persona.

En cuanto a las relaciones intergrupales de carácter competitivo, se identificaron en Nueva Paz (Mayabeque) y Cárdenas (Matanzas), donde se hallaron los únicos *teams* investigados fuera de la capital que forman parte de los Votas. En estos casos también se constata que existen muchos miembros en contacto permanente con *teams* de La Habana, los que constituyen fuente de referencia que conduce a la imitación. El *team* Unknown (NP) se organiza jerárquicamente –*boss*, presidente, capitán, vicepresidente y secretaria.

¿Qué dicen los adultos?

En las entrevistas realizadas a vendedores que acuden a los lugares de encuentro, vecinos de los alrededores de Prado y Malecón, policías y otros oficiales del MININT que monitorean los espacios donde se reúnen los *teams*, se refirió aceptación, comprensión y legitimación de la presencia de estos grupos. “Son muchachones, eso es lo que se hace a esas edades”; “Vienen en manadas y es increíble cómo se llena esto”; “Se la pasan tirándose fotos y en la bobería, no están en na’”; “Son muchos pero nunca hay broncas ni problemas”; “De todas las edades, porque también hay niñitos que me imagino que sean hermanitos, familiares o vecinitos”; “Están en lo de ellos, no se meten con nadie, ni faltan el respeto”.

Señalan como elementos negativos la ingestión de bebidas alcohólicas, la presencia de niños o menores de edad en esas dinámicas: “De todo, a veces los ves flaquitos y chiquiticos pero fumando o tomando”; “Ves venir de las tiendas o los alrededores a muchachitos que no tienen 18 años, pero vienen con la botella de bebida para el grupo”; “No los he visto con drogas ni pastillas, alcohol sí”. Y los vecinos de los edificios más cercanos protestan porque “hay tremenda bulla”; “ya uno no puede ir a sentarse en el paseo del Prado con tranquilidad”; “Ya no se puede llevar a los niños a montar bicicleta o a jugar porque están todos los muchachones”.

Salvo los comportamientos observables que se desarrollan en esos espacios públicos, los adultos entrevistados no conocen las cualidades del vínculo ni la vida en la red de estos grupos.

Comentarios finales

Lo grupos, para las identidades sociales, denotan una entidad cognitiva que es significativa para el individuo en un momento determinado. Tajfel los define como “Un conjunto de individuos que se perciben a sí mismos como miembros de la misma categoría social, que comparten alguna implicación emocional en esta definición común de sí mismos y que logran algún grado de consenso social acerca de la evaluación de su grupo y de su pertenencia a él” (Tajfel, 1984, p. 264) Al mismo tiempo, estableció puentes entre el individuo y la

sociedad, “no puede haber psicología social individual microscópica sin especificar el marco social y cultural donde ocurre” (Ibáñez, 2004, p. 95). Con lo cual, el surgimiento de estos grupos constituye una emergencia de procesos psicosociales de nuestra sociedad en general. Para la psicología social y de los grupos el concepto de emergencia es un concepto clave, pues da cuentas de saliencia y también de necesidad. De manera que el primer cuestionamiento es, ¿qué rol están cumpliendo estos grupos dentro de los adolescentes y jóvenes; dentro del ámbito social más general? ¿Qué nos están diciendo sus prácticas, sus cualidades, su sentido de ser?

Si bien es típico de la edad la importancia que toma el grupo, la pertenencia a tribus urbanas, culturas juveniles, etcétera, constituye periodos que pueden ser efímeros (con respecto a una vida), identidades de closet, como decía Baumann; resulta importante el cambio cualitativo en los agrupamientos. Las referencias de presencia de culturas juveniles en la capital (frickies, mickies, repas, emos, blackmetaleros, skaters, etcétera) no supusieron mecanismos de regulación grupal de la cualidad de los que hemos descrito en esta síntesis —normas relativas a tenencia de recursos, roles que denotan clara jerarquía y subordinación, con pintas de sumisión en muchos casos—. Los ideales que se erigen están contruidos desde externalidades, desde objetos que se compran, no cualidades que se adquieren; son condiciones materiales, no espirituales. Se convoca a la competición, no a la cooperación; se convoca a cierta despersonalización, no a la búsqueda de identidades individuales, diferenciadas, recreadas.

Por otra parte, la presencia de niños en los grupos revela la existencia de adultos —padres, familiares— que delegan de alguna manera la función educativa, que tal vez desconocen que esos pequeños están creciendo antes de tiempo, socializándose en grupos que nos les corresponden; estos mismos adultos financian las ropas y accesorios costosos, las salidas más exclusivas y, si no las financian, no saben, no se preocupan, son ingenuos o han perdido el control con respecto a cómo sus hijos obtienen el dinero para lo que hacen. “La familia no puede ser solo una familia asistencial. Se necesita de los padres de una disponibilidad atenta, estar ausente en la presencia y presente en la ausencia” (Arés, 2018, p. 143).

La escuela, como espacio de socialización donde adolescentes y jóvenes pasan al menos 30 horas semanales, refuerza en muchos casos los valores que estos grupos están defendiendo: tener es sinónimo de poder (mejores y peores grupos; grupos con ventajas y desventajas territoriales relativas a localización, iluminación, mobiliario, maestros; recompensas y castigos, etcétera).³

Toda la dinámica descrita verifica:

- una sociedad que cambia aceleradamente, conectada, no aislada, que hace uso de las tecnologías; grupos que incluyen diferentes géneros, colores de piel y territorios de procedencia.
- el acompañamiento de organizaciones como la UJC ofrece evidencias de apertura, espacio para la diversidad, gestión de espacios de recreación, conciencia sobre tendencias de la juventud actual.
- este acompañamiento, unido a la función de miembros del MININT, evita la proliferación de actividades como la venta y consumo de drogas, y otras actividades delictivas a las que estos agrupamientos se vuelven vulnerables.

Sin embargo, este control tiene muy poca incidencia sobre la dinámica del comportamiento, sobre la motivación, sentido y significado de los comportamientos individuales, intra e intergrupales. No se trata solo de “seguir la corriente”, sino también de ofrecer posibilidad de desarrollo de las necesidades. Se trata de un trabajo interinstitucional, sistémico, coherente y consistente. Se trata de reflexionar y actuar con respecto a las ofertas de sentido que está brindando nuestro contexto social.

Referencias bibliográficas

AGUILAR, Y. (2019). Relación entre los procesos de cohesión grupal y rendimiento en escuelas de nivel medio superior especializadas (Tesis de diploma). Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.

ARÉS, P. (2018). *Individuo, familia, sociedad. El desafío de ser feliz*. La Habana: Caminos.

EGGINS, R., HASLAM, A., Y REYNOLDS, K. (2002). Social Identity and Negotiation: Subgroup Representation and Superordinate Consensus. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(7), 887-899.

FERNÁNDEZ, A. (2019). Relación entre los procesos de cohesión grupal y rendimiento en escuelas de nivel medio superior regulares (Tesis de diploma). Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.

GIMÉNEZ, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 9(18), 9-28.

IBÁÑEZ, T. (2004). *Introducción a la Psicología Social*. Barcelona, España: Editorial UOC.

RAMOS, H. (2019). Caracterización de la percepción social del proceso de inclusión-exclusión educativa de profesores, directivos y familiares de escuelas de Enseñanza Media (Tesis de diploma). Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.

SARDAIN, P. (2017). Procesos de inclusión y exclusión en el contexto educativo (Tesis de maestría). Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.

TAJFEL, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Estudios de Psicología Social. Barcelona: Herder.

TORRALBAS, J. E. (2017). Cohesión grupal en contextos escolares (Tesis de maestría). Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.

³ Sobre los procesos de inclusión, exclusión y cohesión en el contexto educativo, ver Sardain (2017), Torralbas (2017), Aguilar (2019), Fernández (2019) y Ramos (2019).