

Cuaderno de trabajo

Jóvenes Onlife: Entornos y Métodos para el Análisis Social

Coordinadores
Enrique Pérez Reséndiz
Ana Valeria Rodríguez Barrientos



si
SEMINARIO DE
INVESTIGACIÓN
EN JUVENTUD

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
SECRETARÍA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN JUVENTUD

“JÓVENES ONLIFE: ENTORNOS Y MÉTODOS PARA EL ANÁLISIS SOCIAL”

CUADERNO DE TRABAJO

Coordinadores

Enrique Pérez Reséndiz

Ana Valeria Rodríguez Barrientos



Septiembre, 2022

CONTENIDO

Presentación7

Parte I. Implicaciones teórico-metodológicas en la vinculación ciencias sociales y tecnología

Jóvenes y entornos digitales: reflexiones para una
agenda de investigación emergenteII
Enrique Pérez Reséndiz

Algunas implicaciones metodológicas en la
investigación de las relaciones sociales en lo digital:
apuntes desde los estudios del trabajo y el
configuracionismo latinoamericano29
José Cerón Hernández

El concepto *onlife* (vida interconectada) como una
posible respuesta a nuevos paradigmas sociales
entre lo *online* y *offline* 53
Ana Laura Pérez Aparicio

Desafíos metodológicos del estudio de la belleza
en Instagram 69
*Giselle Victoria Vargas Signoret y
Erika Denisse Vargas Ramos*

Parte II. Desplazamiento de prácticas y expresiones juveniles hacia los entornos digitales

Creatividades juveniles ante la pandemia:
desplazamientos, usos y estrategias en plataformas
sociodigitales para procesos artísticos en
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas85
Ana Karen Jiménez Aguilar

Identidades y redes sociales en tiempos
de la posmodernidad.....105
José Alberto Fabela Borrego

Espacios de ocio e intercambio *onlife*:
Prácticas y experiencias en el entramado
de los videojuegos125
Ana Valeria Rodríguez

Acerca de las y los autores145

PRESENTACIÓN

En el marco de las actividades realizadas por el Seminario de Investigación en Juventud (SIJ), y el grupo de trabajo dirigido a temáticas de juventud y cultura digital, se desarrolló en los años 2020 y 2021, el curso Jóvenes onlife: entornos y métodos digitales para el análisis social¹, del cual deriva el presente cuaderno de trabajo. Aquí se encuentran vertidas algunas de las reflexiones de quienes forman parte tanto de las investigaciones sobre la juventud y la cultura digital, como de algunos participantes de este curso de debate y actualización.

Sumado al acelerado avance tecnológico y la manera en cómo estas herramientas han permeado nuestra cotidianidad, la emergencia sanitaria por la Covid-19, visibilizó la importancia de las comunicaciones digitales e incrementó la necesidad, no solo de su uso, sino también de la comprensión y el estudio de lo que a través y a partir de ello sucede. Es decir, los espacios digitales son ahora más que nunca, espacios de relaciones concretas a los cuales fuimos -casi- obligados a trasladar nuestras dinámicas de cualquier tipo, educativas, económicas, de ocio, solo por mencionar algunas.

Para quien se interesan de comprender e investigar estas dinámicas, la actualización constante es necesaria, además de la búsqueda de rigurosidad metodológica para fortalecer los aportes desde distintos campos disciplinarios, por ello, comprender los entornos y clarificar los métodos para el estudio

¹ Agradecemos infinitamente a todos los y las participantes, profesores invitados y en especial a la Mtra. Gabriela Montoya Gastelum por la co-coordinación de los cursos.

de estas dinámicas onlife, proporciona y articula miradas multi y transdisciplinarias que desde posicionamientos de las ciencias sociales hacen posible el dialogo y reflexión de las juventudes en las culturas digitales.

Este cuaderno de trabajo recupera ensayos, reflexiones y síntesis de algunas investigaciones en curso o ya realizadas, en aras de establecer aportes hacia la consolidación ya sea de metodologías para el análisis o estrategias para el abordaje empírico de estas dinámicas mediadas a través de las pantallas. Desde actividades laborales, hasta las nociones de belleza en redes sociales, así como espacios de ocio, identidad y apropiaciones sociodigitales a partir de desplazamientos sociales, entre otros temas, configuran una invitación a repensarnos como parte de dinámicas digitales onlife.

Enrique Pérez Reséndiz
Ana Valeria Rodríguez

Parte I.

IMPLICACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS EN LA VINCULACIÓN CIENCIAS SOCIALES Y TECNOLOGÍA

JÓVENES Y ENTORNOS DIGITALES: REFLEXIONES PARA UNA AGENDA DE INVESTIGACIÓN EMERGENTE

Enrique Pérez Reséndiz

INTRODUCCIÓN

La crisis sanitaria por la que atravesamos tiene diversas y muy diferenciadas consecuencias a nivel económico, político, cultural y social, y probablemente aún es muy temprano para advertir la complejidad de sus consecuencias; el ámbito académico por supuesto no es ajeno a estas afectaciones. Dentro de los múltiples cambios que han acontecido en la investigación en ciencias sociales en el marco de la propagación del virus es que muchos académicos han visto reducida su capacidad de movilidad y con ello el desarrollo de su trabajo in situ. Ante esta situación la pregunta sobre cómo continuar el desarrollo del trabajo de campo emergió con fuerza, y continúa a más de año y medio del inicio de este escenario, ¿es posible sustituir las técnicas *clásicas* de investigación de recolección de datos como la etnografía, los grupos focales, las entrevistas y las encuestas con las herramientas digitales que Internet ofrece?, ¿hasta dónde? y ¿hasta cuándo?

Las preguntas anteriores cobran mayor importancia cuando los trabajos de investigación se enfocan en dar cuenta de la relación entre jóvenes y estas tecnologías. No sólo porque todas las fuentes estadísticas disponibles en el país dan cuenta del uso mayoritario de las y los jóvenes con respecto a

estas plataformas, sino porque existe la creencia (errónea) de que ese es su *espacio natural* por lo tanto hay un dominio sobre su uso, y se da por entendido que la investigación interesada por lo digital debe tener como centro a las y los jóvenes, en tanto que la investigación en juventud tiene que pasar por lo digital. En el marco del Octavo Encuentro Nacional de Jóvenes que Investigan a Jóvenes al que titulamos “Renovando el campo: investigación en juventud en contextos de crisis” realizado en noviembre de 2020, se presentaron una serie de trabajos desde distintas disciplinas y con distintos enfoques, sin embargo en ellos hay un elemento común: los trabajos abordan la relación entre jóvenes y tecnologías ya sea como parte de su abordaje metodológico o como campo de su interés, las distintas plataformas y lo que acontece en ellas ha sido el centro de atención en los trabajos que se presentaron, pero pocos desarrollan una reflexión epistemológica y metodológica sobre las implicaciones que tiene el estudio de lo juvenil en y mediante plataformas sociodigitales.

El presente texto tiene como objetivo exponer tres inquietudes de corte epistemológico y metodológico con relación al desarrollo y *emergencia* de una agenda de investigación, la cual vincula los campos de lo juvenil y lo digital, y que en el marco de la pandemia Covid-19 ha cobrado relevancia. La primera de ellas hace referencia al desarrollo de la investigación que vincula estos dos campos como una línea de investigación con antecedentes importantes; en segundo lugar a la imposibilidad de separar lo que ocurre en los entornos *online* y *offline*; y finalmente a la distinción entre lo digital como objeto, campo y método. Lo anterior constituye el punto de

partida para fortalecer un campo de investigación que si bien es emergente no es nuevo, del cual veremos un desarrollo importante en el futuro inmediato.

PANDEMIA Y CIENCIAS SOCIALES

En el contexto de emergencia sanitaria, confinamiento y agudización de las crisis estructurales en el que nos encontramos, las ciencias sociales revisten de una relevancia importante, a pesar de que la investigación científica se ha concentrado en estos meses en desarrollo de investigaciones biológicas y médicas para la contención y erradicación del virus, las disciplinas sociales pueden ayudar a enfrentar los retos y problemáticas que están sucediendo y que sucederán después de este acontecimiento (London, 2000); en este sentido, la redefinición de políticas públicas, el análisis de los procesos de precariedad y desigualdad, la emergencia surgimiento de nuevos formatos de educación y nuevas formas de sociabilidad en el marco de la pandemia sólo encuentran una descripción y comprensión a través del análisis social.

Las ciencias sociales se han de concentrar en la serie de riesgos y áreas de oportunidad que la Covid-19 ha puesto sobre la mesa, de esta manera se hace necesaria la reflexión para la construcción de nuevos marcos teóricos, metodológicos y epistemológicos para la comprensión y explicación de los problemas y fenómenos que el contexto actual plantea, así como la posibilidad de innovar en cuanto al planteamiento de sus

preguntas para dar cuenta de esta nueva complejidad social (Luna et al, 2020).

Si bien la investigación que vincula fenómenos sociales y tecnologías, —especialmente Internet— tiene larga data durante el contexto de pandemia dichos estudios llamaron la atención de manera importante. Como se señaló líneas arriba esto tiene varias explicaciones: en primer lugar Internet y las Plataformas Sociodigitales (PSD) se convirtieron en el espacio de despliegue de la cotidianeidad de casi todas las personas: clases en línea, trabajo la modalidad *home office*, oferta cultural, comercio electrónico y socialización en aplicaciones móviles se convirtieron en rutina para gran parte de la sociedad, lo anterior llamó inmediatamente la atención de sociólogos, antropólogos, comunicólogos y psicólogos pues de manera *repentina* el uso de estas tecnologías emergió como objeto de investigación. Por otro lado, derivado del interés de estas disciplinas, sumado a la limitada movilidad de los investigadores, surgieron una serie de innovaciones y apuestas metodológicas que tuvieron en el centro las distintas herramientas digitales que Internet y las PSD ofrecen. Internet, las PSD y lo que ocurría en ellas se configuró rápidamente como objeto de investigación, sin embargo basta una revisión rápida para dar cuenta de que este fenómeno y su interés no es nuevo, de hecho dista mucho de serlo.

La investigación en Internet cuenta con distintos momentos los cuales han sido definidos por varios autores. Por ejemplo Favaro (2017) señala dos etapas; de acuerdo con la autora la primera de ellas inicia con el nacimiento de la web y se caracteriza por un contraste entre las visiones distópicas y las

celebraciones optimistas. En esta etapa los teóricos de la *cibercultura* se preocuparon por las implicaciones socioculturales de lo que se llamó comunicación mediada por ordenador. Por otro lado la discusión giró sobre las *comunidades virtuales* y la reflexión sobre si éstas constituían comunidades auténticas o reales; finalmente una tercera línea de discusión confrontaba las visiones sobre la degradación política y moral que suponían la existencia de estas comunidades (fomento del individualismo, enajenación y escape de la realidad) en contraposición a quienes observaban en estas comunidades la panacea tecnológica que dotaba de infinitas posibilidades para la solución de las problemáticas de la sociedad contemporánea.

La segunda etapa de la investigación en Internet se distingue porque hay un marcado interés por una documentación sistemática y la proliferación de investigaciones fundadas empíricamente respecto a los usos de Internet, y por supuesto del perfil de los usuarios.

Resulta relevante señalar que durante esta etapa hay una importante inversión en investigación con un carácter comercial, lo anterior tuvo como objetivo una mayor comprensión de cómo funcionaban los foros y las páginas en Internet para la segmentación de mercados potenciales ya sea por género, edad o intereses particulares. Es hacia el final de esta etapa cuando se empieza a poner en cuestión el carácter *real* de Internet, siguiendo a Favaro la rígida división o estricta dualidad entre lo viejo y lo nuevo; entre lo real y lo virtual se problematizó y complejizó, y cada vez más la actividad *online* fue abordada como parte de la experiencia vivida.

Recientemente ha surgido un tercer momento en donde las nociones de *ciberespacio*, o de *espacios virtuales* se cuestiona de manera permanente pues se asume que los entornos virtuales (llamados posteriormente digitales) son escenarios de despliegue de acciones y expresiones que tienen la misma incidencia en términos objetivos y subjetivos que las que se realizan fuera de estas plataformas; de esta manera la dimensión digital de la vida se suma y atraviesa, -en la misma importancia- a otras como la dimensión cultural, la dimensión política, o la dimensión humana a las personas.

Resulta importante recalcar el hecho de que estos momentos de la investigación en Internet no suponen una progresión lineal en cuanto a sus objetos y técnicas de estudio, las fronteras son porosas y la combinación de perspectivas teóricas y abordajes metodológicos es la regla y no la excepción. Así, entre estas zonas de contacto las y los jóvenes aparecen como actores protagónicos en el uso y apropiación de estas tecnologías.

ESTUDIOS DE INTERNET Y ESTUDIOS DE JUVENTUD

En la actualidad todos los grupos etarios hacen uso de estas tecnologías en mayor o menor medida; sin embargo son las y los jóvenes, quienes presentan una relación más cercana con Internet y las PSD. Las fuentes estadísticas como la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) y los estudios de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) dan cuenta de esta estrecha

relación; debido a esto existe una tendencia casi natural de asociar lo juvenil con lo tecnológico omitiendo con ello una dimensión más profunda en el análisis, esta visión está presente en una parte importante de las investigaciones que vinculan lo juvenil con lo digital.

Ahora bien, la vinculación de estos campos de investigación también ha pasado por distintas etapas y enfoques no siempre con una lógica cronológica y aislada entre sí. De acuerdo con Ortiz (2018) las primeras aproximaciones desarrollaban una visión similar al primer momento de los estudios de Internet pues por un lado resaltaban los aportes y potencialidades que supone para el sector juvenil el uso de estas tecnologías y por el otro se suponía una problemática adicional a las ya existentes entre las y los jóvenes debido a distintas modalidades de vigilancia, dominación, adicción y dependencia que pudieran desencadenar entre las personas jóvenes. Esta mirada optimista-pesimista desembocó en atribuir a las y los jóvenes como los portadores del desarrollo tecnológico, de esta manera términos como *nativos digitales*, *generación red* y *millennials* fueron apareciendo con mayor frecuencia en el ámbito académico y fuera de él configurando así un segundo enfoque en la relación jóvenes y tecnología. Si bien estas miradas aún no han sido superadas por completo cada vez son más los trabajos que empiezan a complejizar esta relación.

Desde una visión sociocultural la condición juvenil (propia de las y los jóvenes) es un entramado de condiciones sociales, psicológicas, fisiológicas y culturales que varían desde una perspectiva histórica y contextual, de esta manera la con-

dición juvenil está atravesada por condiciones de clase, etnia y género que determinan las formas en cómo se usan y se apropian dichas tecnologías. Considerando lo anterior resulta importante entender que las aproximaciones y usos de un joven urbano, de clase media y con educación superior con la tecnología son muy distintas a las que puede tener por ejemplo una joven mujer de alguna zona rural de la región norte.

Siguiendo con la vinculación entre lo juvenil y lo digital otro enfoque con gran despliegue de trabajos es el que aborda el tema de las brechas digitales. En un primer momento el abordaje de este tipo de trabajos se centraba en la dimensión material de la brecha digital (equipamiento) y las brechas subsecuentes y procesos de desigualdad que se desencadenaron a partir del acceso desigual; posteriormente la brecha digital de segundo orden entendida como las diferencias de uso asociadas al capital informático de las y los jóvenes fue combinándose con los estudios centrados en la disponibilidad material creando así planteamientos más complejos e integrales.

Si bien se han realizado avances importantes en la investigación entre lo juvenil y lo digital las revisiones realizadas por Ortiz y López (2013), Alarcón y Ortiz (2014) y Domínguez y López (2015) señalan una serie de ausencias, que más que tomarse como vacíos representan áreas de oportunidad para el desarrollo de la investigación social, entre las más importantes destacan: la inclusión de la perspectiva de género como elemento estructural de la investigación; ampliar las poblaciones de estudio más allá de estudiantes universitarios y sectores urbanos, y explorar PSD con menor índice de usuarios pues la mayoría se centra en plataformas como Facebook,

Twitter, YouTube, Instagram y recientemente TikTok. Como es posible apreciar, la investigación en torno a lo digital y su vínculo con lo juvenil tienen ya un amplio recorrido.

MÁS ALLÁ DE LO *ONLINE* Y LO *OFFLINE*: LA EMERGENCIA DE LO *ONLIFE*

La segunda línea de reflexión se inscribe en la falsa separación entre lo *online* y lo *offline*. El interés (obligado o voluntario) respecto al tema o la metodología y lo digital pone en el centro del debate lo que el filósofo italiano Luciano Floridi señalaba a inicios de este siglo y que refiere a la división entre lo *online* y lo *offline*. Para analizar los cambios y dinámicas derivadas que se han generado en el terreno Internet y las PSD es necesario detenerse en dos categorías clave, lo *onliffe*.

Para Floridi (2006) lo que sucede en las pantallas y dispositivos tiene la misma relevancia que lo que sucede en el *mundo real*, así ambas dimensiones se entrecruzan permanentemente y constituyen lo *onlife*, se trata de una conexión permanente y cotidiana en donde ya no puede separarse, en la práctica o a nivel analítico, lo que acontece en Internet, dispositivos y plataformas con lo presencial. De esta manera el prefijo *ciber*, utilizado para dar cuenta de prácticas acontecidas en el *espacio virtual* como ciber-sexo, ciber-militancia, ciber-espacio y realidad o mundo virtual no deberían de tener cabida en la agenda de investigación. Para hacer comprensible su categoría el autor italiano desarrolla la siguiente metáfora: “[...] cuando el agua de un río desemboca y toca el agua de mar,

no deja de ser agua de río, pero tampoco se convierte en agua de mar; no podemos decir que es agua de río o que es agua de mar, porque no es ni una ni la otra... es ambas”. De esta manera lo que pasa en el espacio *online* y en el *offline* siempre está conectado.

Por otra parte, Luciano Floridi señala que desde hace algún tiempo el desarrollo tecnológico produce diferentes formas de interacción entre los usuarios. Estas interacciones están produciendo a su vez, nuevos valores en la sociedad, por lo tanto, es preciso analizar dichas prácticas a la luz de los valores propios del contexto actual. Si bien la reflexión del filósofo italiano se dio antes del desarrollo de plataformas que han tenido un impacto global como Facebook y Twitter, la importancia de lo que señala radica en señalar la existencia de un *ethos* distinto a los anteriores y que esto conlleva una serie de atributos y significados propios. La tecnología inaugura nuevos tipos de sociabilidad, de prácticas y de expresiones, la creciente conectividad genera las condiciones para nuevas formas de establecer relaciones los unos con los otros. Estas nuevas formas requieren de esfuerzos analíticos que no asuman presupuestos en términos normativos ni de comparación pues si algo han pretendido los estudios de juventud es justamente generar una agenda de que tenga en el centro la contextualización de diversas formas de ser joven, así el contexto para analizar las distintas prácticas juveniles es fundamental. Lo anterior conecta con lo señalado por Floridi cuando señala que los valores propios de nuestra época son los criterios viables bajo los cuales deben analizarse las prácticas que ocurren en este espacio.

OBJETO, CAMPO Y MÉTODO: COORDENADAS DE INVESTIGACIÓN

El tercer aspecto al que me gustaría referirme en torno a la investigación en juventud y su vínculo con lo digital refiere a la distinción entre objeto, método y campo (Gómez Cruz, 2017). De manera general lo digital como objeto se refiere a la materialidad de la tecnología y cómo se establecen una serie de relaciones, prácticas y hábitos por parte de los sujetos con éstas. Algunas temáticas dentro de esta dimensión podrían ser los usos políticos de Internet y redes sociales; los hábitos de conexión de las y los niños, jóvenes y adultos; los significados construidos alrededor de las clases vía Zoom, etcétera. Dentro de esta dimensión se pueden abordar dichas temáticas con técnicas no digitales, y que corresponden a enfoques y métodos más clásicos como la observación, las entrevistas a profundidad y las encuestas. El objeto digital no obliga al tratamiento digital.

Por otra parte, lo digital como campo alude al lugar donde llevamos a cabo la investigación y la fuente de recolección de datos como puede ser alguna red social, alguna aplicación de mensajería, apps de citas o comunidades digitales. Al igual que con el objeto, el campo tampoco obliga al tratamiento metodológico digital pues la forma de recolección de datos también puede responder a técnicas clásicas dentro de la investigación social; incluso, lo digital como campo puede no estar asociado a lo digital como objeto, es decir, en el campo de investigación de lo digital se pueden abordar temas más clásicos como la formación de subjetividades políticas, los

procesos de precarización laboral o las relaciones de poder en las relaciones entre individuos.

Finalmente lo digital como método se relaciona con las técnicas para recabar la información y que en este último año han tenido un *boom*: los cuestionarios en línea, entrevista y grupos focales vía Zoom y Meet, la etnografía digital o el *bigdata*. Sobra decir que lo digital como método puede utilizarse en investigaciones que no tienen lo digital como objeto, por ejemplo se puede analizar la opinión de los estudiantes respecto a un candidato mediante la extracción y análisis de *hashtags* o la valoración de un instituto educativo mediante el examen de los comentarios en YouTube o Instagram.

Tener presente esta distinción permite tener claridad teórica y metodológica para el desarrollo de investigaciones ya que su identificación posibilita centrarse en un aspecto (o más, pero tener claridad sobre ello) y poder hacer relaciones con los demás, sumado a esto la descripción de estas dimensiones ayuda a problematizar la relación entre individuos y tecnología, salvando así lo que ocurre en repetidas ocasiones dentro de los estudios de juventud en donde muchos trabajos se insertan en este campo por la simple razón de que los sujetos con los cuales se trabaja son *jóvenes* descontando la distinción teórica entre juventud, jóvenes y condición juvenil.

Sumado a lo anterior también resulta pertinente ubicar contextualmente nuestras investigaciones, con lo anterior no me refiero a ubicarlas en el entorno inmediato en el que se realizan, sino en el marco de una cultura digital. Al respecto la cultura digital ha sido abordada y teorizada desde distintas perspectivas, la primera se enfoca en lo contextual ya que

subraya las condiciones tecnológicas bajo las cuales se dan las relaciones y prácticas sociales (Castells, 2012); la segunda alude a la cultura digital los procesos de tránsito de los formatos analógicos a los digitales. La tercera entiende la cultura digital como campo de estudio en el que convergen distintas disciplinas interesadas en el entendimiento y análisis de los procesos socioculturales que ocurren en los entornos digitales. Finalmente la propuesta de Bollmer (2018) reúne algunos elementos de las perspectivas anteriores ya que se concentra en conceptualizar a la cultura digital como la interacción entre los individuos y el desarrollo tecnológico a partir de tres elementos: infraestructuras materiales, narrativas sobre tecnologías y la relación entre viejos y nuevos medios.

De acuerdo con Bollmer es necesario tener en cuenta las narrativas históricas existentes sobre las tecnologías, es decir, lo que se dice entorno a la tecnología, más allá de si son correctas o no, existe un imaginario sobre éstas que produce discursos, percepciones y significados. Asimismo, deben contemplarse las infraestructuras materiales, entendidas como los softwares, pantallas, servidores, antenas, cableado y protocolos que generan prácticas y acciones. Así, la cultura digital es una continua interacción entre estos elementos que se reconfiguran constantemente y en donde conviven los *viejos* y los *nuevos* medios.

Al igual que con la distinción entre objeto, campo y método en relación a lo digital, las diferentes nociones sobre la cultura digital no son excluyentes entre sí, pues cualquier investigación puede ubicarse simultáneamente bajo una o más definiciones sobre la cultura digital. De lo que se trata es de

ubicar la construcción de los planteamientos de investigación en el cuadrante de la cultura digital para entender hacia dónde apuntan las preguntas de investigación y por ende decidir cuál es el enfoque teórico y metodológico que mejor se adecua para responder nuestras interrogantes.

Se trata entonces de identificar claramente dónde se encuentra el objeto de investigación, no para sujetarlo sino para tener una *vigilancia* epistemológica que de orden y sustento al desarrollo de la investigación.

COORDENADAS DE LO JUVENIL Y LO DIGITAL

A manera de cierre, y recuperando las reflexiones vertidas en este texto se propone un esquema de orden epistemológico para el desarrollo de trabajos de investigación que vinculen lo juvenil y lo digital.

En primer lugar tener en cuenta los antecedentes de la investigación realizada en estos campos, así como sus vinculaciones. No se desestiman los trabajos de corte descriptivo que dan cuenta de los usos de las y los jóvenes de estas tecnologías; sin embargo estas deben de ser el punto de partida para explorar nuevos horizontes relacionados con las apropiaciones, significados y sentidos que se otorgan a estos usos. De igual forma considerar los diferentes elementos que intervienen en la configuración de la condición juvenil resulta importante para entender no sólo los usos diferenciados sino la dimensión subjetiva de éstos. En segundo lugar resulta imperativo trascender la mirada acerca de la diferenciación entre lo *online* y

lo *offline* para desestimar miradas parciales sobre lo digital y sobre todo para superar comparaciones intergeneracionales sobre determinadas prácticas que poco aportan para la comprensión de lo juvenil. Finalmente *ubicar* el objeto de estudio permite optar por las mejores herramientas teóricas y metodológicas en la investigación.

Esquema I. Propuesta de análisis para lo digital y lo juvenil.



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Lo anterior no constituye una receta para el desarrollo de una investigación sino simplemente es una serie de planteamientos a manera de reflexiones propias de la discusión.

REFERENCIAS

- Alarcón, E. y Ortiz, V. (2014). Estudiantes, profesores y TIC. La investigación en México. En A. Ramírez, y M. Casillas (Comps.), *Háblame de TIC. Tecnología digital en la educación superior*. Brujas.
- Bollmer, G. (2018). *Teorizando las culturas digitales*. Sage Publications, LTD.
- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial
- Domínguez, J. y López, R. (2015). Uso de las redes sociodigitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción del estado del conocimiento (2004- 2014). *Revista de Comunicación*, 14, 48-69.
- Favaro, L. (2017). Los estudios críticos de Internet: conceptos, debates y retos. *Teknokultura*, 15(1), 151-167. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6559443>
- Floridi, L. (2006). *Four challenges for a theory of informational privacy*. Ethics and Information Technology. (s.d.), 109-119. <http://goo.gl/58JAlM>
- Gómez Cruz, E. (2017). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital. *Virtualis*, 8, 77-98.

- London, S. (2020). *La investigación en ciencias sociales en tiempos de la pandemia por Covid-19*. [Documento de trabajo]. <https://iiess.conicet.gov.ar/images/DDT/docTrabajoColectivo2020.pdf>
- Luna, J. et al. (2020). Ciencias sociales y Covid-19: retos, vicisitudes y oportunidades para la investigación. *Forhum International Journal of Social Sciences and Humanities*, 2(3), s.d. <https://www.cife.edu.mx/forhum/index.php/forhum/article/view/55/25>
- Ortiz, G. (2018). A manera de introducción. En G. Ortiz (Coord.), *Juventudes digitales* (pp. 9-30). UAM Lerma.
- Ortiz, G. y López, R. (2013). Expresión, interacción y activismo social: hacia una construcción de escenarios digitales entre los jóvenes mexicanos. En L. Valdés, y S. Morales (Comps.), *Industrias culturales y medios públicos: de la recepción a la apropiación*. Universidad de Córdoba.

ALGUNAS IMPLICACIONES METODOLÓGICAS EN LA INVESTIGACIÓN DE LAS RELACIONES SOCIALES EN LO DIGITAL: APUNTES DESDE LOS ESTUDIOS DEL TRABAJO Y EL CONFIGURACIONISMO LATINOAMERICANO

José Cerón Hernández

INTRODUCCIÓN

De entre los retos que se han presentado en los últimos años respecto a la investigación social es que, de algún modo, los medios y herramientas digitales aparecen como inevitables para llevar a cabo el oficio de la indagación respecto a nuestras áreas de especialización. Cabe destacar entonces una primera diferenciación entre las metodologías que basan sus herramientas de construcción de información empírica en Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC's), de las que consideran, en su fundamentación epistemológica del sujeto-objeto, la intervención de las TIC's en el proceso de las relaciones sociales que forman parte de nuestros objetos de investigación.

No se trata de reinventar la rueda respecto a algunos problemas que se puedan relacionar, pues la producción académica al respecto se robustece de forma constante (Ricaurte, 2018; Poepsel, 2018; Hine, 2004; Zallo, 2016; Rogers, 2013) sino de establecer el cuestionamiento de cómo algunas de las

corrientes dominantes en las ciencias sociales se han transformado respecto a la incorporación de la reflexión epistemológica de los medios digitales cuya expresión se encuentra en el ámbito metodológico de las ciencias sociales.

El alcance de estos párrafos tiene por objetivo solamente situar a las personas lectoras en algunas consideraciones metodológicas que surgen a partir de la investigación empírica de los fenómenos sociales contemporáneos en que lo digital puede intervenir. Para ello proponemos, inspirados en el Configuracionismo Latinoamericano (De la Garza, 2018) conocer, mediante una perspectiva de descubrimiento, matices que pueden provenir de otros ámbitos de relaciones sociales que inciden (o no) en nuestros objetos de investigación, campos interaccionales, o técnicas de construcción de información empírica provenientes de las reflexiones a partir de lo digital.

Tal como plantea Bachelard (1976), realizar investigación empírica nos invita a conocer ejemplos particulares de lo posible e intentar comprender algunos procesos contemporáneos que tienen injerencia en el desarrollo de las reflexiones en torno a las relaciones sociales en las TIC's. De esto proviene nuestra segunda diferenciación que proviene de la necesidad del abordaje de problemas empíricos cuyo tratamiento puede (y debería) situarse en la discusión conceptual abstracta. Lo anterior nos permitirá distanciarnos desde un posicionamiento de investigación meramente contemplativa, y tomar rumbo hacia uno que pueda incorporar la intencionalidad del desarrollo de herramientas para la comprensión y explicación de los fenómenos con miras a que el conocimiento construido

sea un aporte para la transformación de la realidad en los ámbitos en que pueda ser de utilidad.

El tratamiento de estas primeras consideraciones, nos lleva a plantear en el ámbito de la epistemología preguntas que se pueden relacionar con algunas de las discusiones establecidas en la conocida *disputa por los métodos* (De la Garza, 2012), donde las maneras en que el sujeto se relaciona con el objeto son puestas a prueba de acuerdo con nuevos escenarios de interacción social, así como de las herramientas utilizadas en el proceso de investigación para la construcción, interpretación y análisis de esta. Es necesario, entonces, que tome en consideración que en las secciones siguientes de este texto, la discusión en que argumentamos la necesidad de un enfoque abierto al descubrimiento, que no asuma la recopilación de información, sino a uno de construcción, que acepte la contradicción y las relaciones laxas y que las estructuras pueden venir las interacciones que se resignifican y cambian de acuerdo con la acción de los sujetos, propios del *Configuracionismo Latinoamericano* (De la Garza, 2018). Transitaremos desde diferentes enfoques metodológicos como el positivismo, las corrientes hermenéuticas, el posestructuralismo como parte de la *disputa de los métodos*.

Queremos desarrollar esta breve exploración tomando en cuenta la posición planteada en el párrafo anterior utilizando ejemplos resultantes de la investigación social sobre jóvenes y trabajo(s) digital(es). Pues el objetivo es invitar a la reflexión con sus propios objetos de investigación. Considero que estamos en un momento de efervescencia en la investigación sobre estos fenómenos y sus encadenamientos con otros pro-

cesos sociales, como lo ambiental, lo erótico-afectivo, lo económico, lo laboral, lo político, o lo cultural. Sin embargo, la construcción de enfoques para el estudio situado y crítico de los fenómenos no lo es; como lo son las corrientes metodológicas sociales entre los que se encuentra el configuracionismo latinoamericano.

ALGUNOS ABORDAJES METODOLÓGICOS DE LOS FENÓMENOS DESARROLLADOS EN LO DIGITAL

Cuando se tiene un fenómeno social que deseamos indagar, una de las principales interrogantes versa sobre qué metodología utilizar para estudiarlo. Uno de los primeros elementos que surgen es la consideración que estudiar youtubers, streamers, tik tokers, trabajos uberizados, relaciones sociales en redes sociodigitales, por mencionar algunos ejemplos, suponen ser objetos *nuevos*, cuando lo que podemos encontrar es que, al contrario de lo que supondríamos, se tratan más bien de escenarios empíricos nuevos para la discusión de objetos o problemas tales como la identidad, la subjetividad, las clases sociales, afectos, la modernidad, desigualdad o la precariedad, que han sido trabajados por varias décadas y que son fundamentales para las ciencias sociales. En especial si queremos poner el énfasis en la juventud.

De ello quiero destacar la diferencia entre método y metodología (Aguilera, 2013), en los cuales los métodos pueden entenderse —a manera de simplificación y dejando de lado muchas sutilezas sobre estos términos— como un conjunto

de procedimientos ordenados que buscan y que dependen del sujeto cognoscente la utilidad que pueden tener para el trabajo de investigación. Donde, por otro lado, la metodología se centra en el análisis en el logos del sentido de la efectividad, la coherencia y el poder interpretativo; son construcciones intelectuales socioculturales e históricos aplicados para la producción del conocimiento.

Quiero recalcar con esto que estas anotaciones se basan, principalmente, en consideraciones enfocadas al análisis de las relaciones sociales concretas en situaciones específicas. Por lo que el alcance de estas líneas quedará rebasado si el objetivo es conocer, en cambio, las características del significado, las gramáticas, semióticas o que se basen en lo propio del estudio del noúmeno kantiano.

Con esto no negamos en absoluto que el desarrollo de conceptos y herramientas heurísticas originales para la investigación de estos nuevos escenarios esté presente. Queremos señalar, más bien, que éstos se desarrollan como diría Merton (1993) “sobre hombros de gigantes”, es decir, fundamentados en grandes discusiones que no podemos dejar de tomar en cuenta para nuestras propias reflexiones. Por ello realizamos algunos comentarios respecto a algunas perspectivas metodológicas que pueden incidir (o no) en nuestras investigaciones sobre lo digital.

PROBLEMA EMPIRISTA

Algunos estudios sobre lo digital se centran en conocer las características del fenómeno a partir de la percepción del mundo real en tanto externo e independiente del sujeto y susceptible a ser captado por los sentidos. Es decir, todo conocimiento surge de una abstracción de la experiencia y, por tanto, medible. La realidad es una cosa que está ahí y se impone como realidad evidente, por lo que la ciencia debe captar las regularidades de ésta (Durkheim, 1986). En buena medida los estudios sociodemográficos o de mercado en el caso de los videojuegos, por mencionar un ejemplo (Ernkvist y Ström, 2008), o en el caso nacional (Garfias, 2010), asumen a la imposición de los datos en un enfoque particularista como homologa a la verdad. Sin embargo sus reflexiones teóricas, como indicaría Adorno (2001) sobre el conjunto de la sociedad, no pueden efectuarse solo con hallazgos empíricos (IE) porque las ideas sobre la sociedad entendida como un todo trascienden necesariamente sus hechos dispersos. Porque es imposible mirar al objeto sin ninguna guía o elemento preformado por la subjetividad del sujeto.

La segunda consideración al problema empirista y que está relacionada con la primera es que este enfoque ciñe su fuerza principal en la objetividad de sus métodos y no del objeto a investigar; aunque su validez sea sumamente objetiva, no pasa en muchos casos de enunciados objetivos sobre el sujeto. Pensemos en las conclusiones que buscan la pretensión de universalidad a partir de hechos estadísticos sobre la interpretación de encuestas de uso de tiempo libre o de tiempo en

internet. Ignoran la objetividad social, la totalidad, las fuerzas de poder y al sujeto viendo a este como epifenómeno del objeto por lo que es imposible hacer enunciados universales a partir de los particulares.

Otro ejemplo en los estudios de los videojuegos se encuentra en asumirla como un modo de producción taylorizada (Garite, 2003). Afirmación que concordamos parcialmente, pues solo considera al apartado de la producción e ignora otros niveles de la cadena de producción (videojugadores, streamers, reseñadores, etc.), pero que los asume como parte del mismo conjunto. Siguiendo esta línea, por tanto, las ciencias sociales no deben guiarse por el hipotético deductivo ya que las reglas que cada nivel de abstracción tiene son distintas en cada una por lo que la sociedad no se asemejaría más a un sistema. Deben asimilar la idea de que la validez de la experiencia, que no es la misma en ser diseñador de videojuegos a la de un streamer de Fortnite para Twitch, se encuentra en la medida en que su objeto (la sociedad) esta mediada por la subjetividad.

EL PROBLEMA HERMENÉUTICO

Cuando se piensa en los estudios sobre la moralidad, de los significados y de las relaciones intersubjetivas de los sujetos en entornos digitales, pienso en el caso de los videojuegos como espacio de significación (Devine, et. Al., 2014) y que pueden ser añadidos otros más como los estudios de experiencias en redes socio digitales (Gutiérrez, coord., 2019), parten de la categoría de la experiencia en un sentido fenomenológico.

Donde el sujeto cognoscente y el objeto cognoscible son indisolubles pues indican que la relación con el mundo es vivida de forma irreflexiva. Esto sugiere que todas las verdades objetivas deben ser basadas en la conciencia humana de los actos. Al afirmarlo como hecho, el método fenomenológico debe describir como la conciencia constituye significados pre-reflexivos en el acto de la percepción como fuente de verdad (Lock y Strong, 2010).

La Hermenéutica Metodológica (o de las ciencias sociales) (Velasco, 2012) considera que los objetos y problemas de estudio de las ciencias sociohistóricas no son fijos, ni inmutables y, por ende, no es posible que exista una teoría universalmente válida que explique a partir de leyes invariables las acciones sociales y los acontecimientos históricos. Asimismo, sugiere tomar en cuenta las reglas intersubjetivas de una comunidad para interpretar el significado de las acciones. Recupera de Schutz (1972) su propuesta de interpretación del significado desde el sentido común de la sociedad a la que pertenece el actor. El sentido común es construido históricamente y conforma el mundo de la vida que define el significado objetivo de las acciones. Garfinkel (1967), por su lado, considera a la observación del razonamiento práctico de los agentes en situaciones específicas, *análisis situacional* dejando de lado los juicios y valores del científico sobre la acción observada. Por último, esta corriente considera a la Interpretación como producto de la comprensión de un proceso subjetivo que da un producto objetivo susceptible de crítica y análisis. Por lo que se busca mejorar la comprensión del mundo, no de predecir o explicar (Velasco, 2012).

Lo que se recupera de esta perspectiva es la habilitación de pensar en cómo los sujetos producen significados y cómo estos se vinculan con la acción, lo cual nos da al problematizar nuestro objeto. En estudios referidos a la etnografía virtual donde recuperan a clásicos de la sociología y la antropología para perfilar una metodología del estudio de lo digital en términos de análisis de significados (Williams, 2006; Boellstorff, 2006; Hine, 2004). Sin embargo, entre los problemas que encontramos al adoptar algunos de los elementos desarrollados anteriormente para analizar las relaciones sociales concretas en una noción de totalidad (Kosík, 1967), se encuentra el hecho de que la producción de significados se da únicamente en la interacción a un nivel micro social, es decir, únicamente cara a cara. Esto significaría la reducción o anulación de las estructuras ignorando teorías anteriores que pudiesen dar pautas a la interpretación más amplia pues, en términos metodológicos se toma como punto de vista principal al del actor en su lenguaje y situación particular. Coincidimos en la crítica de que éste puede llegar a ignorar las formas concretas de significación y solo considera efectos *universales* (Chartier, 1999).

PROBLEMA CONSTRUCTIVISTA Y TEXTUALISTA

Aquí destacamos a quienes rescatan en los videojuegos, y otros espacios digitales, la importancia de las fuerzas culturales, económicas, sociales e individuales que son reflejo de fuerzas ideológicas mediante algunas analogías a la cultura y

construcción de significados (Cassar, 2013; Bogost, 2007).² Se parte, entonces en los estudios constructivistas de los significados en ámbitos digitales, se asume un mundo completamente estructurado independiente del sujeto cognoscente que lo experimenta. El sujeto, entonces, tiene la tarea de descubrir ese mundo además de sus estructuras (Watzlawick, 1987). Pensemos, por ejemplo, que esto supondría a las relaciones de Facebook ya dadas y el sujeto llega a descubrirlo. Con ello, Glasersfeld (1996: 25) establece dos principios fundamentales de esta corriente epistemológica: el primero refiere que el conocimiento no se recibe pasivamente, ni a través de los sentidos, sino que son construidos por el sujeto de forma activa; y el segundo a que la función de la cognición es adaptativa y sirve a la organización del mundo experiencial del sujeto, no al descubrimiento de una realidad ontológica objetiva.

Por tanto, podemos decir en un primer momento, en la medida en que vamos desarrollando estas ideas, que el constructivismo se basa en estructuras cognitivas estructuradas a partir de las experiencias, mas no de las prácticas. Cuando pasamos al plano de lo social, encontramos poco desarrollo, o a los menos puntos esclarecedores, de qué manera estos procesos de construcción de significados viables para los sujetos entran en relación con estructuras sociales objetivadas fuera de ellos. Donde trabajos como el de Gastélum (2020) avanzan de manera pionera a dar respuesta a estos problemas mediante las prácticas en algunas redes socio digitales.

² Si bien centran buena parte de su análisis en marcos interpretativos marxistas que buscan conducir al problema de la hegemonía gramsciana, es su centro de análisis la relación del sujeto con la construcción de significados.

El constructivismo señala que la idea de lo cognitivo del *otro* entra en una relación de innatismo en sus procesos de experiencia. Suponen que se puede tratar este problema estableciendo la aplicación de los esquemas producidos en nosotros mismos para el nivel de los otros, transitando de resultados esperados a predicciones (Glasarsfeld, 1996). Ven como central el proceso de acomodar y ajustar el significado de las palabras y expresiones en la interacción. La comprensión es una más de los ajustes que de similitud. Por tanto, se vuelve social cuando este se vuelve adaptativa para el otro (Foerster, 2002). Así, los usuarios del lenguaje que usan significados son construcciones subjetivas derivadas de experiencias individuales, cuyas soluciones para manejarse en el mundo en sí mismo provienen de diferentes caminos de elaboración.

Lo anterior coloca un gran problema al referir que este conocimiento es resultado de una construcción individual, es subjetivo, y que el sujeto, al ser puesto en relación con el otro, es naturalmente ajustable, es decir, situacional y meramente individual. ¿Entonces qué sucede en el encuentro entre distintas subjetividades en distintas plataformas digitales? Habría entonces tantos argumentos explicativos como modos de entender la plataforma existiesen. El señalamiento de que el significado, y no comprensión, de las palabras ya no puede ser *compartido* por todos porque éstos se derivan de entidades internas y externas. Porque cada sujeto a abstraído de su propio mundo experimental estas funciones adaptativas, volviendo siempre el ajuste y la apariencia de una comprensión es porque la interpretación de las palabras del otro parece compatible con el modelo de su pensamiento.

Referencias culturales vinculadas al análisis del texto y la imagen en términos de la comunicación. Quienes recuperan el núcleo teórico foucaultiano referido al cuerpo y al poder (Cremin, 2012; van Nuenen, 2016), así como el cuerpo y el ciborg como extensión subjetiva en los sujetos (Featherstone y Burrows, 2000; D’Angelo, 2010). No estamos de acuerdo con los estudios del lenguaje que consideran que la emergencia de la narrativa hipertextual trata de dar otro tipo de explicación a estas mutaciones que tratan de emparejar lo visual/textual con el conjunto de relaciones sociales concretas e históricamente constituidas (Landow, 1995).

En este orden de ideas, la recuperación de este tipo de propuestas, como la de los estudios narrativos, supone entregarse por completo a la tesis de que es el texto, su significación y su intercambio, lo central para poder comprender este proceso de construcción de identidad. Sin embargo, nos encontramos con los problemas que presenta el giro lingüístico en el campo de la epistemología el cual establece un supuesto general de que los sujetos están supeditados a la estructura colocando al texto como algo más importante que los sujetos y, por tanto, de sus prácticas (Moebius, 2012).

UN EJEMPLO DESDE EL TRABAJO Y LAS RELACIONES EN ÁMBITOS DIGITALES: ¿TODO LO DIGITAL CABE EN LA MISMA CATEGORÍA?

¿Se puede colocar en la misma categoría analítica ocupaciones como el *streamer* de videojuegos que el de empacador en fullfilment center, que el de repartidor de *rappid*?, estos son cla-

sificados como *trabajos digitales*, pero elementos constitutivos como la calificación, los actores laborales y no laborales que inciden en su trabajo, las estructuras que inciden en el control del proceso productivo no son iguales. Podemos pensar que tienen en común el uso de dispositivos tecnológicos para realizar sus actividades. El *streamer* y emparador, por clasificación, son empleados de Amazon, al igual que el programador en Seattle, pero el carácter de su trabajo, y las subjetividades construidas, es diametralmente opuesto.

Lo anterior me hace elaborar preguntas de carácter de clase, pues el dominio de ciertas capacidades de uso tecnológico (Hualde, 2018) o de dominio de idiomas pueden provenir de una diferenciación de clase expresado en una distinción (como lo pensase Bourdieu). También resulta ya un tópico desde hace algunos años la idea de que en los nuevos escenarios se requiere impulsar y fomentar las habilidades transversales, cognitivas, relacionales y resolución de problemas.

La búsqueda de likes para la monetización del video, el volumen de entregas o viajes en la plataforma digital, la cantidad de productos empaquetados ayudando al robot, la cantidad de secuencias de códigos programadas, tienen en común una descomposición del trabajo y una subsunción, ya no a una máquina, pero si al cumplimiento de los rates de productividad establecidos por la labor software o conocido por la literatura como el algoritmo.

Son estos trabajos que podrían comenzar a dar idea de ciertos indicios de polarización de calificaciones, una minoría calificada y una mayoría descalificada precarizada con aspiraciones a pertenecer al primer grupo. Ambos utilizan-

do tecnología, o instrumentos tecnológicos como el programador que diseña el proceso, o el empleado en manufactura que utiliza herramientas, pero no entiende los fundamentos científicos de su funcionamiento y el usuario que utiliza este instrumento para otra ocupación, como productores de contenidos audiovisuales para el Internet. Pensemos el diseñador del chip, la manufactura y el que monta su ordenador para subir un video a YouTube.

Con las tesis del capitalismo cognitivo (Fumagalli et al., 2018) recurren al concepto marxista de explotación para caracterizar la esencia de las interacciones en las redes digitales. Mostrando la relevancia de mostrar las especificidades de las relaciones, los procesos productivos, la distribución y el consumo que se generan en redes socio digitales (Reygadas, 2018: 73). Nos ayuda pensarlo como una articulación como prácticas sociales en una economía digital pero que puede abordarse empíricamente.

En primer lugar, resulta, entonces, relevante “aquello que fue imaginado como una simple herramienta instrumental se ha convertido en una relación social, un vínculo institucionalizado del que participan humanos y no-humanos y se configura a partir de la digitalización de información mediante el binomio datos-algoritmos” (Mallamaci, et al, 2020). Ellos aceptan la existencia de ambigüedad, aspecto del cual no estoy de acuerdo del todo, pues es posible la caracterización. En el sentido epistemológico puede tener sentido, pero en el ámbito de la investigación empírica para la construcción de teoría, no es el camino. Pero si en que existen tensiones, disputas de sentido, contradicciones.

Una de las alternativas es recuperar la existencia de posturas teórico-metodológicas que nos permiten acercarnos empíricamente a este fenómeno para la comprensión crítica. Gestada desde la noción configuracional que admite estas contradicciones, tensiones, relaciones laxas y que puede articularse en distintos niveles de realidad para admitir la existencia de estructuras que inciden en las subjetividades y que son expresables en acciones. El planteamiento anterior reconoce que ciertos fenómenos son oscurecidos, pero que es posible establecer ciertas dimensiones que pueden operacionalizar el acercamiento empírico hacia el problema de investigación, en este caso el trabajo en la economía digital, en ciertas situaciones concretas. Hablamos del configuracionismo latinoamericano (De la Garza, 2018).

CONFIGURACIONISMO LATINOAMERICANO COMO ALTERNATIVA DE ESTUDIO

La recuperación de la metodología configuracionista como perspectiva adoptada en este ensayo es debido a que ésta considera a la incorporación del sujeto como aspecto fundamental, dado que todo conocimiento supone reconstruir al objeto en sus múltiples determinaciones, incluyendo los condicionamientos subjetivos que pueden ser no conscientes y que, sin embargo, inciden en su acción y significación (De la Garza, 1988, 2012).

Esta metodología parte de las siguientes premisas: a) los significados no necesariamente son observables aunque si

pueden manifestarse de forma pública; b) no se reducen —los significados— a los motivos de la acción ni tampoco son propiedades subjetivas reconocibles (como gustos, preferencias, etc.); c) se componen de elementos subjetivos, aunque no se reducen a lo subjetivo: todo significado contiene elementos de objetividad; d) no pueden ser explicados en sí mismos, sino en la vinculación con las prácticas que surgen y las estructuras que los condicionan; e) no necesariamente son reconocibles por los sujetos y no por ello dejan de ser significativos para la explicación objetiva de una situación dada; y f) se construyen en las interacciones (De la Garza, 1988).

En este sentido se plantea que la teoría debe ser pensada en términos de configuración, que acepta incoherencias y contradicciones donde el objeto a ser reconstruido también debe considerarse articulación no necesariamente coherente de estructuras, subjetividades y acciones (De la Garza, 2012). Sugiere que la relación entre acciones, subjetividades y estructuras recupera la idea de que las estructuras no son negadas pero que su influencia no es total, pues los sujetos, a partir de dar sentido, deciden los cursos de la acción. Es entonces la subjetividad para De la Garza como *un proceso que pone en juego estructuras subjetivas parciales (...) en diferentes niveles de abstracción que se reconfiguran para cada situación concreta* (De la Garza, 1992: 86).

Lo describo a continuación comentando con el ejemplo de algunas interacciones comunes ya en los ámbitos digitales:

- **Micro:** el conocimiento de reglas de operación de las aplicaciones o el algoritmo a nivel individual. Subir un

tik tok, ver comerciales en redes sociodigitales, jugar un videojuego, realizar compras *online*, etc.

- **Meso:** las organizaciones productivas que se basan en el uso de la tecnología. Hablamos de empresas dueñas de redes socio digitales como organizaciones concretas.
- **Macro:** los procesos de acumulación capitalista con base algorítmica a partir de las prácticas en espacios socio digitales de producción y consumo.

Estos niveles no están separados uno del otro, por ejemplo, empresas trasnacionales en un nivel macro buscan elevar el volumen de ventas por medio de compra de publicidad; empresas que ofrecen contenido (Facebook, YouTube, Twitch, por mencionar algunas) venden espacios publicitarios a los primeros; el creador de contenidos multimedia (*streamer*, influencer) utiliza el software que habilita el sitio web para transmitir sus partidas donde busca obtener ingresos a partir de los views y donativos promocionando productos de la trasnacional y aceptando las políticas de contenidos por la empresa meso (Cerón, 2020).

El concepto de determinación, entendida como ley de tendencia contrasta con el concepto positivista de causalidad. En esta medida la ley de tendencia podría comprenderse como acondicionamientos objetivados que escapan a la voluntad de los sujetos que no determinan sino presionan, de manera que la resultante es de esa objetividad, pero también de sujetos con capacidad de tomar decisiones (De la Garza, 2012).

Cuando nos trasladamos al ámbito de las relaciones sociales mediados por lo digital, la metodología configuracio-

nista nos resulta de utilidad para acercarnos a desentrañar las relaciones que caracterizan a nuestro objeto por los siguientes elementos: (a) es abierta ante diferentes contextos o realidades al negar la existencia de factores determinantes que sean universalmente aplicables, pues si se proponen dimensiones iniciales, como menciona De la Garza, estos son siempre tentativos; (b) se parte desde lo más evidente que puede influir en nuestro objeto; (c) el centro son las relaciones sociales concretas y que *se encuentra dentro de campos de poder, conflicto o cooperación e involucra interacciones en estructuras que presionan, y procesos de construcción de significados* (2017: 77); (d) la interacción de los sujetos al interactuar contiene significados que se nutren de emociones, valores éticos, estéticos y no únicamente lo cognitivo, aunque podría estar incorporado ahí; (e) cuenta la cultura empresarial en la configuración de identidades y procesos productivo donde también influyen la cultura social amplia en un momento histórico determinado; y, finalmente, (f) la construcción de códigos emocionales, estéticos, éticos, cognitivos se dan y se transforman, en el ámbito social amplio, durante la práctica —en nuestro caso— en los espacios mediados o con presencia de lo digital (De la Garza, 2017: 77-79).

Los principios desarrollados en esta síntesis de la metodología configuracionista, nos permite abordar nuestro problema sin los amarres deterministas que los axiomas universalistas que la posición positivista plantea. Reconocemos las acciones de los sujetos, a las estructuras que presionan pero que no determinan, y *la subjetividad el cual es pertinente distinguirla de cultura en sí misma, pues la primera hace referencia al proceso de construcción de significados para una circunstancia*

específica, y la segunda a los códigos objetivados que dan sentido
(De la Garza, 2011: 245).

CONCLUSIONES

El objetivo de este ensayo fue explorar algunas implicaciones relacionales de algunas tendencias metodológicas sobre lo digital contemporáneos (actualmente en debate y discusión en varias latitudes de las ciencias sociales). Con ello busco elaborar una propuesta de acercamiento que permita abonar al andamiaje conceptual que habilite la investigación empírica y conocer “ejemplo(s) particular(es) de lo posible” (Bachelard, 1976) de este objeto en construcción colectiva. Pero sin una lectura determinista o evolucionista, sino desde una postura crítica que incorpore aspectos tales como la contradicción, la tensión, las relaciones laxas y fuertes, configuraciones en distintos niveles de realidad tal como se planeta en esta visión epistemológica (De la Garza, 2018). Que está moldeada por trayectorias de vida y conocimientos sociales que también tienen una diferenciación de clase y que son expresadas en distintos tipos de prácticas.

Cuando se piensa en cultura e historia, al menos desde este ensayo, considero que la base material es fundamental. Uno de los caminos es reconocer la existencia de configuraciones productivas en servicios donde la tecnología es una de las dimensiones importantes para conocer el proceso de construcción de subjetividades que dan sentido a las prácticas concretas en situaciones concretas.

REFERENCIAS

- Adorno, T. (2001). Sociología e investigación social. *Epistemología y ciencias sociales*. Valencia: Fronesis.
- Aguilera, R. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios Políticos*, 9(28), 81-103.
- Ardévol, E., y Gómez-Cruz, E. (2014). Digital ethnography and media practices. *The international encyclopedia of media studies*, 7, 498-518.
- Bachelard, G. (1976). *La formación del espíritu científico*. (5ta ed.). Siglo XXI.
- Boellstorff, T. (2006). A ludicrous Discipline?: Ethnography and Game Studies. *Games and Culture*, 1(1), 29-35.
- Bogost, I. (2007). *Persuasive Games. The Expressive Power of Videogames*. Massachusetts Institute of Technology.
- Cerón, J. (2020). Videojugadores como trabajadores en el marco de las Tecnologías de la Información y Comunicación: una exploración desde el concepto de general intellect y el proceso de trabajo. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 4(7),
- Cremin, C. (2012). The formal Qualities of the video game: an Exploration of super Mario Galaxy with Gilles Deleuze. *Games and Culture*, 7(1), 72-86.
- D´Angelo, A. (2010). La experiencia de la corporalidad en imágenes. Percepción del mundo, producción de sentidos y subjetividad. *Tabula Rasa*, (13), 235-251.
- De la Garza, E. (2018). *La metodología Configuracionista para la investigación*. Gedisa, UAM.

- De la Garza, E. y Hernández, M (Coords). (2017). *Configuraciones Productivas y relaciones laborales en empresas multinacionales en América Latina*. México: Gedisa, UAM.
- Domínguez, D., Beaulieu, A., Estalella, A., Gómez, E., Schnettler, B., y Read, R. (2007). Virtual ethnography. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 8(3), 3-07.
- Ernkvist y Ström. (2008). Enmeshed in games with the government: governmental policies and the development of the chinese online game industry. *Games and culture*, (3), 98-126.
- Featherstone, M. y Burrows, R. (2000). *Cyberspace, Cyberbodies and Cyberpunk. Cultures of Technological Embodiment*. Sage Publications.
- Foerster, E. (2002). *Understanding understanding*, volumen de papeles de von Foerster. Springer-Verlag
- Fumagalli, A., Lucarelli, S, Musolino, E. y Rocchi, G. (2018). *Digital Labour in the Platform Economy: The Case of Facebook. Sustainability*.
- García Canclini, N. (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. CALAS.
- Garfias Frías, J. A. (2010). La industria del videojuego a través de las consolas. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 52(209), 161-179.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs/Prentice-Hall.
- Garite, M. (2003). The ideology of interactivity (or, video games and the taylorization of leisure). DiGRA '03 - Proceedings of the 2003. [DiGRA International Conference]. Level Up.

- Gergen, K. (1996). La construcción social: emergencia y potencial. En Marcelo Pakman (Comp.), *Construcciones de la experiencia humana* (pp. 139-182). Gedisa.
- Glaserfeld (1996). Aspectos del constructivismo radical. En M. Pakman (Comp.), *Construcciones de la experiencia humana* (pp. 23-50). Gedisa.
- Gutiérrez, M. (Coord.) (2019). *Comunidades virtuales y redes sociodigitales. Experiencias y retos*. FLORES EDITOR.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. UOC Editorial.
- Hualde, A. (2019). El trabajo y el empleo en la era digital: ¿una nueva ola de precarización? *QUIT Working paper series*, 24, s.d. <https://ddd.uab.cat/record/211213>
- Kosík, K. (1967). *Dialéctica de lo Concreto, Versión al castellano y prólogo por Adolfo Sánchez Vázquez*. Editorial Grijalbo, Colección Teoría y Práctica.
- Mallamaci, M., Gordon, P., Krepki, D., Mónaco, A, González, M. y D'Alessio, H. (2020). ¿Qué puede un bit? Datos y algoritmos como relación social fundamental de la economía digital. *Sociológica*, 35(101), 215-247.
- Manheim, K. (1990). *El problema de una sociología del saber*. Tecnos.
- Merton, R. K. (1993). *On the Shoulders of Giants. A Shandean Postscript. The Post-Italianate Edition. With a Foreword by Umberto Eco*. University of Chicago Press.
- Montoya, G. (2020). Soy una mujer trans, si no sabes qué es ser mujer trans, te voy a explicar: La construcción de la intimidad juvenil y la gestión de expectativas amorosas y sexuales en la era digital. En G. Montoya, y E. Reséndiz

- (Coords.), *Jóvenes entre plataformas sociodigitales. Culturas digitales en México*. UNAM-SIJ.
- Poepsel, M. A. (2018). *Media, Society, Culture and You. And Introductory Mass Communication Text*. South University.
- Reygadas, Luis (2018). “Dones, falsos dones, bienes comunes y explotación en las redes digitales. Diversidad de la economía virtual”. *Revista Desacatos* 56 (enero-abril): 70-89.
- Ricaurte, P. (2019). Data Epistemologies, The Coloniality of Power, and Resistance. *Television & New Media*, 20(4), 350–365. <https://doi.org/10.1177/1527476419831640>
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. MIT
- Schütz, A. (1972). *Fenomenología del mundo social*. Editorial Paidós.
- Sebreli, J. (2011). *El olvido de la razón*. Editorial Sudamericana.
- Williams, D. (2006). A (brief) social history of gaming. En P. Vorderer y J. Bryant (Eds.), *Video Games: Motivations and Consequences of Use*. Erlbaum.
- Zallo, E. (2016). *Tendencias en comunicación. Cultura Digital y poder*. Gedisa

EL CONCEPTO *ONLIFE* (VIDA INTERCONECTADA) COMO UNA POSIBLE RESPUESTA A NUEVOS PARADIGMAS SOCIALES ENTRE LO *ONLINE* Y *OFFLINE*

Ana Laura Pérez Aparicio

INTRODUCCIÓN

Con cada revolución industrial, hay cambios sustanciales que impactan las formas de vida de las sociedades en el mundo. Con la cuarta revolución industrial o tecnológica³, los cambios se vieron reflejados no sólo en un espacio social físico sino en un espacio que tiene lugar en la Internet⁴, un espacio digital; que a través de diversas plataformas ha modificado la forma en la que interactuamos y nos relacionamos en distintos niveles (micro, meso y macro). Floridi (2015) menciona que el cambio en la concepción de ser humano es considerarlo en un estado de interconexión continua entre lo que sucede y atraviesa a la persona en el espacio físico y lo que tiene lugar; así como también lo que impacta en el individuo en el espacio digital.

³ Nombrada de esta forma por Klaus Schwab en su libro *La cuarta revolución tecnológica*, por las características de esta revolución industrial y el desarrollo de las tecnologías informáticas que han traído mayor dinamismo en las redes sociales, el intercambio de bienes y servicios, el internet de las cosas y la inteligencia artificial (Schwab, 2016).

⁴ La Internet entendida, como la “red mundial de redes informáticas que funciona gracias a un lenguaje común que define la manera en que los datos y mensajes son encaaminados por medio de las líneas telefónicas y otros enlaces de comunicación” (Hernández-Vela, 2013).

Con los avances tecnológicos, no sólo se observan cambios en la economía, en el plano de lo social, la política, etc., sino que también se plantean interrogantes que buscan ser respondidas. En un principio, se hacían aproximaciones conceptuales y teóricas que se han dirigido a ideas de la separación de lo físico de lo digital, concibiéndolos como esferas o campos separados donde las personas realizan acciones o se comunican de formas diferenciadas; sin embargo, este tipo de categorizaciones comenzaron a quedarse cortas y a obstaculizar el estudio y análisis de la complejidad de los fenómenos sociales en la red, debido a que éstos fueron añadiendo más y nuevas prácticas sociales como parte de una realidad continua y vivida que demandaron repensar el piso analítico y de reflexión dual en el que se encontraban las sociedades y sus realidades.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), asemejan una fuerza que está construyendo ambientes que involucran cada vez a más personas, que resulta en nuevas definiciones de interacción, de comprensión de las realidades y de cómo se interactúa en ellas (Joosten, 2017: 244). Las transformaciones como resultado de esta revolución tecnológica han cambiado las condiciones de vida y con ello los mecanismos de hechura y reproducción de las prácticas en la vida cotidiana y en las culturas e identidades de las sociedades. Es por ello, que la tarea de nombrar y tratar de explicar qué es lo que sucede en las realidades sociales en la actualidad es una labor constante y para el objeto del presente artículo, el concepto *onlife* o vida interconectada ofrece una ventana de comprensión a los escenarios actuales.

Con lo anterior, no se quiere hacer una aseveración que generalice sobre las condiciones y situaciones de las sociedades de todo el mundo y su relación con la tecnología, porque existen sociedades que no cuentan con los medios ni la tecnología para tener una presencia constante en el espacio digital, como resultado de malas políticas, gobiernos ineficientes y situaciones sistémicas que han imposibilitado la utopía de llevar a cada persona del planeta un acceso igualitario a distintos bienes y servicios, incluyendo el acceso a internet.

LA SOCIEDAD Y LA INTERNET EN EL SIGLO XXI

Hablar de una sociedad en el siglo XXI, sociedades alrededor del mundo, y su relación con la Internet supone considerar un gran número de variables, que van desde el papel del Estado hasta el nivel de participación e involucramiento de las personas que la integran, pasando por el nivel de ingreso, tendencias de consumo, políticas públicas, movimientos sociales y demás temas que puedan estar relacionados con esta dualidad.

Por ello, comenzaremos mostrando algunas cifras que nos adentran a ver cómo se encuentra la sociedad internacional y la internet. De acuerdo con el Reporte Digital 2021: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y *mobile*, realizado por la agencia creativa We are social y Hoosuite, a nivel mundial a principios del 2021, con una población estimada total en todo el mundo de 7.83 mil millones de personas, alrededor de 5.22 mil millones usan teléfonos móviles, es decir, un 66.6% del total. Existen 4.66 mil millones de usuarios de internet, un

59.5%, mientras que usuarios en redes sociales hay 4.2 mil millones de personas (53.6%) (We are social y Hootsuite, 2021).

En la siguiente tabla, se muestran datos de los años 2020 y 2021 para apreciar de manera comparada el aumento anual del uso de internet, el uso de teléfonos móviles, tiempo en internet y uso de redes sociales a nivel mundial.

Tabla I. Comparación entre las tendencias digitales, redes sociales y móviles en enero 2020 y enero 2021

| Categoría | Datos 2020 | Datos 2021 | Aumento de un año a otro |
|----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| Población mundial | 7.75 mil millones de habitantes | 7.83 mil millones de habitantes | +1.0% (81 millones de personas) |
| Usuarios de teléfonos móviles | 5.19 mil millones de usuarios (67%) | 5.22 mil millones de usuarios (66.6%) | +1.8% (93 millones) |
| Usuarios de internet | 4.54 mil millones de usuarios (59%) | 4.66 mil millones de usuarios (59.5%) | +7.3% (316 millones) |
| Usuarios de redes sociales | 3.80 mil millones de usuarios (49%) | 4.20 mil millones de usuarios (53.6%) | +13.2% (490 millones) |
| Tiempo invertido usando internet | 6 horas y 43 minutos (media mundial) | 6 horas y 54 minutos (media mundial) | +11 minutos |

Fuente: Tabla I. Elaboración propia con los datos de los Reportes Digital 2020 y 2021: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y móviles.

En la tabla anterior, se puede observar en cifras el aumento de la población que usa los medios digitales para acceder a internet y usar las plataformas que ahí se encuentran como las redes sociales. Primero llama la atención que existe poco más de la mitad de la población mundial usando internet llegando a casi un 60%, cifra que nos permite deducir que aunque hay un gran número de personas conectadas, también existe una cifra considerable de personas en el mundo que no tienen acceso y ello evidencia condiciones de desigualdad frente a otras sociedades, lo que da como resultados que no participen en interacciones y procesos sociales en el espacio digital.

También salta a la vista, que como resultado de la pandemia y los dos primeros gran encierros en el año 2020 alrededor del mundo, situación que sigue obligando para el año 2021 a que las personas permanezcan en casa pese a que ya se estén retomando algunas actividades, que haya habido un aumento tanto en los usuarios de internet y redes sociales así como el tiempo promedio que invierten las personas en este medio. Siendo para ambos años superior a seis horas diarias, con un aumento de 11 minutos entre el 2020 y el 2021.

Los datos reflejan porcentajes y números sobre la presencia en el espacio digital y el tiempo que en el que las personas se encuentran en él. Lo que da cuenta que hay personas interactuando entre sí a través de los distintos recursos que se encuentran en la internet y que lo hacen con cotidianidad por lo que se ha vuelto parte de su vida. A través de esta revolución tecnológica, se ha ido hablando de generaciones que encuentran el uso de estas tecnología y su estadía en el medio como algo natural y dado, la socióloga Sherry Turkle, menciona que

con los nativos digitales, personas que nacieron con esta explosión tecnológica, han desarrollado nuevas formas de interactuar que ha cambiado la comunicación en línea y fuera de línea y con ello la visión que se tiene del mundo; lo que no quiere decir necesariamente que existan escenarios positivos únicamente sino también la pérdida de algunas habilidades de comunicación no verbal (en Joosten, 2017: 246).

En relación con lo anterior, es que también se ha buscado nombrar a estas sociedades que se encuentran en la internet y, para ello, se ha hecho un largo trabajo para conceptualizarla desde distintas áreas del conocimiento y perspectivas. Uno de los primeros en hablar sobre el fenómeno de sociedades con presencia en la internet fue Manuel Castells (1998) que como resultado de la vertiginosa movilidad que tiene la información en la internet y la forma en la que entendemos este cambio que también involucra la participación de quienes intercambian información, acuña el concepto de **sociedad red** que “representa un cambio cualitativo en la experiencia humana. [...] (donde se ubica a) la acción social como el modelo cambiante de las relaciones entre naturaleza y cultura, (por lo que) estamos, en efecto, en una nueva era” (Castells, 1996: 557). Una era que impacta también en las formas culturales y sociales de relacionarnos y que en un principio pareciera desafiante pero estructura nuevos modelos de vida.

Por otro lado, de igual forma a finales de la década de los 90, De Kerckhove habla sobre una **sociedad de la web** y, Jones y Galindo se refieren a una **cibersociedad**. La primera entendida como el resultado de la configuración y convergencia del hipertexto, la información multimedia, la realidad

virtual y la vida en el espacio digital, que al digitalizarse provoca que exista un proceso de humanización del software y el hardware, mismo que le imprime subjetividad y procesos socio-culturales el medio. (Marín-Casanova, 2016: 125). La ciber-sociedad, por parte de Galindo, hace referencia a los cambios por los que han pasado las sociedades, desde la información y la comunicación hasta la conformación de comunidades informativas, es por ello que él habla de la ciber-sociedad como comunidades de la comunicación donde hay relaciones verticales, pero también horizontales que en ciertos momentos alcanzan a las primeras o se superponen, complejizando cada vez más la organización horizontal de las mismas (Galindo, 1998: 13). Para Jones, “las ciber-sociedades no están organizadas simplemente por la transmisión de información, [...] (las TIC) permite(n) personalizar nuestros contactos sociales a partir de comunidades fragmentadas así como planificar, organizar y hacer eficientes nuestros contactos sociales” (Jones; 1997). Grupos de personas que se articulan en un espacio digital y tejen relaciones sociales diversas.

Estas propuestas conceptuales, surgen a finales del siglo xx, cuya mirada parecía adelantada a su tiempo pero en la actualidad pueden contener algunas características que han sido superadas por la realidad, sin embargo, hoy en día parecen tan vigentes y reflejan las relaciones que se establecen entre las personas en el espacio digital y que ahora es difícil e inoperable separar del plano físico.

EL MANIFIESTO *ONLIFE*

Este manifiesto nace como un mandato y una necesidad social para tratar de explicar qué está pasando con las relaciones sociales ahora que el espacio digital es una noción vivida, cotidiana y de uso frecuente en nuestras vidas; éste fue presentado el 8 de febrero de 2013 en un evento organizado en Bruselas por la Dirección General de Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnología (DG Connect) de la Comisión Europea, realizado por un grupo colegiado de investigadores⁵ de distintas disciplinas que en la búsqueda de darle nombre a los cambios sociales resultantes de la dualidad sociedad-internet, se dieron a la tarea de realizar este manifiesto, con el siguiente objetivo:

[...] analizar las razones de esta inadecuación (la propuesta del concepto *onlife*) y explorar otras posibles conceptualizaciones, un grupo de universitarios expertos en antropología, ciencias cognitivas, informática, ingeniería, derecho, neurociencias, filosofía, ciencias políticas, psicología y sociología han lanzado la iniciativa *Onlife*, un ejercicio de pensamiento colectivo sobre las consecuencias de estos cambios en el plano político. Este ejercicio de reingenierización de los conceptos tiene como objetivo alimentar la reflexión sobre los cam-

⁵ El cuerpo colegiado que estuvo a cargo de los trabajos de investigación que dieron lugar al Manifiesto onlife fueron: Luciano Floridi -editor-, Stefana Broadbent, Nicole Dewandre, Charles Ess, Jean-Gabriel Ganascia, Mireille Hildebrandt, Yiannis Laouris, Claire Lobet-Maris, Sarah Oates, Ugo Pagallo, Judith Simon, May Thorseth y Peter-Paul Verbeek.

bios que advienen y afrontar el futuro con una mayor confianza. Este manifiesto tiene la ambición de abrir un debate sobre los efectos de la era informacional en los espacios públicos, la política y las expectativas sociales [...] (Manifiesto *Onlife*, 2013: 3).

En él se establece que hay que poner especial atención en los impactos que han tenido y siguen teniendo las TIC en la vida de las personas y en el entorno, porque se observan nuevos fenómenos sociales que escapan de la construcción conceptual que existía hasta ese entonces. Concretamente, menciona las siguientes transformaciones que han provocado las TIC:

- a. El desvanecimiento de los límites entre lo real y lo virtual;
- b. El desvanecimiento de los límites entre ser humano, máquina y naturaleza;
- c. El paso de la escasez a la sobreabundancia informativa;
- d. La transición del primado de las cosas al primado de la interacción (Manifiesto *Onlife*, 2013: 1).

Estas cuatro transformaciones, van desde un análisis del espacio y la esfera pública hasta los niveles de inmersión de la tecnología en nuestras vidas y los usos que se han desarrollado con esta evolución e incorporación de las TIC. Alrededor del Manifiesto podemos rescatar la labor de uno de sus creadores, quien profundiza en el concepto *onlife* y ha propuesto otras posibilidades de análisis. Floridi en su libro “El Manifiesto

Onlife: ser humano en una era hiperconectada” menciona que las TIC son fuerzas ambientales, y no únicamente herramientas, que impactan en la construcción de la idea que tenemos sobre nosotros, la manera o las formas en las que socializamos con nuestros interlocutores, la concepción que tenemos sobre la realidad, y las interacciones que tengamos en esa realidad en específico, que pueden distar entre sociedades o grupos de personas (en Peters y Jandri, 2019: 971).

En resumidas cuentas, lo que busca ofrecer la iniciativa *onlife* es un camino de reflexión y análisis holístico que se aproxime a explicar lo que sucede en las sociedades actuales que se encuentran conectadas a la internet, y abarcar los fenómenos sociales que han venido con estos cambios provocados por la cuarta revolución tecnológica.

¿POR QUÉ ONLIFE?

Como lo ha establecido el Manifiesto *Onlife*, en uno de sus puntos parte de una noción de una vida interconectada entre los espacios físico y digital, donde se pueda apreciar como las formas de vida conviven y se presentan de manera continua, condición que obliga a pensar en nuevos conceptos que reflejen la presencia de las personas en la internet y la forma en la que han ido integrando estas tecnologías a sus cotidianidades.

La Oficina Británica de Comunicaciones menciona que el ejemplo perfecto de lo *onlife* es el uso del teléfono celular ya que el 2018 su población pasaba más de 1 día a la semana en internet y la mayoría lo hacía a través de este dispositivo

móvil. (en Bechmann, Sandvik y Zelano, 2019: 7) Escenario que nos permite observar que la normalización del uso de un dispositivo en la vida diaria y las funciones que ofrece para las personas, mismas que son integradas a la red y posibilitan el acceso a la internet, posee significados diversos para cada usuario. Presentar este ejemplo como una clara definición de lo que contiene el concepto de vida interconectada supone hablar de campos o esferas integradas en la vida social, para abrir el espectro analítico a nuevos planteamientos sobre las formas de interacción e intercambio de lenguajes.

En algunos casos, pudiera tildarse de banal realizar un estudio de las formas de interacción en internet a través de lenguajes, códigos o formas de comunicación que no son usualmente usadas por las personas cara a cara, sin embargo, al convertirse en modos comunicativos habituales, mediados por la tecnología, tienen un papel importante en la creación de identidad y la autoafirmación de las personas que se adscriben a un grupo o en la conformación de redes sociales de apoyo o aquellas impulsadas por gustos e intereses compartidos que coadyuvan al mantenimiento de las relaciones sociales a partir de actividades cotidianas entre todos los usuarios (Bruns y Moon, 2019:12).

Sin embargo, hay que considerar que el uso de las herramientas y plataformas en el espacio digital no sólo modulan y permiten la aparición de nuevas formas de comunicación sino que dejan huella, una sombra digital de fuerte impacto y con aplicaciones diversas, que pueden ser objeto no sólo de análisis académicos y con fines educativos, sino que se vuelven presa fácil de entidades públicas y privadas que pueden

hacer uso de toda la marea informativa, que día a día se produce como resultado de las interacciones e intercambios sociales, con fines mercantiles u otros por medio de la persuasión y manipulación para orientar la opinión pública o tergiversar la información hacia ciertos fines ajenos a un bien colectivo (Joosten, 2017: 245).

Finalmente, considerar el nivel de inmersión de nuestra vida en el espacio digital, dentro de la concepción *onlife*, apunta no sólo a las huellas que dejamos en nuestra vida, sino también a situaciones previas al nacimiento de una persona hasta la muerte de la misma, por medio de fotografías, cuentas bancarias, perfiles en redes sociales, opiniones y comentarios puestos en línea, etc., en general información que sigue creando sentido y pertenencia social, incluso una permanencia casi inborrable de nuestro paso por este mundo, en una realidad y momentos determinados que dan cuenta de nuestras experiencias y interacciones en línea y fuera de línea (Bechmann, Sandvik y Zelano, 2019: 4).

En un momento de la historia, ya entrando en la segunda década del siglo, con más de la mitad de la población mundial conectada a internet y con cada vez mayor cantidad de posibilidades para comunicarnos, todo lo que se plasma en el espacio digital queda registrado, por lo que una vez que se está presente en este espacio hay evidencia del momento y las formas en las que se interactuó, condición que refuerza la necesidad de superar la división entre lo que sucede en línea y fuera de línea y, plantear nuevos caminos de análisis sobre nuestra estadía en espacios sociales ahora interconectados a través de nuestras relaciones, prácticas y formas de vida.

CONCLUSIONES

El concepto *onlife* se propuso en 2013 como un posible concepto que tratara de explicar lo que representaba la realidad social de las sociedades de ese momento histórico y su relación con la internet. Pasados casi 10 años, y con una revolución tecnológica que no se detiene, podemos atrevernos a decir la vida interconectada que es una propuesta que cubre muchos elementos que ocurren en las relaciones sociales actuales, donde distinguir entre qué es puramente parte del espacio físico y que del espacio digital se ha vuelto una tarea complicada, porque la vida se ve reflejada en ambos espacios y produce nuevas expresiones o relaciones que caminan juntas de manera continua y con una sinergia que se ha vuelto casi imperceptible y por lo tanto inconsciente.

Sin embargo, cabe abrir otra arista a la noción e implicaciones de la vida interconectada y es que, dentro de dicha normalización, no sólo se tejen relaciones horizontales entre sus participantes sino se perpetúan y encrudecen prácticas sociales verticales donde no es la sociedad, en la mayoría de los casos, la que ocupa los puestos más altos sino aquellas instituciones gubernamentales y mercantiles que con el conocimiento de uso del medio y sus interfases logran posicionar sus intereses a través del uso de sus capacidades para ejercer poder sobre aquellos grupos que no poseen los medios para contrarrestar dichos efectos; situación que abre la posibilidad de seguir explorando y contribuyendo al análisis de dichos planteamientos alrededor de lo *onlife*.

REFERENCIAS

- Bechmann, A., Sandvik, K. y Zelano, K. (2019). Making Sense of Small and Big Data as Onlife Traces. *Nordicom Review*, 40, 3-9.
- Bruns, A. y Moon, B. (2019). One day in the life of a national Twittersphere. *Nordicom Review*, 40, 11-30.
- Castells, M. (1996). *Sociedad red: una visión global*, Siglo XXI.
- Comisión Europea. (2013). *ONLIFE Initiative: Concept Reengineering for rethinking societal concerns in the digital transition*. Bruselas.
- De Kerckhove, D. (1999). *La piel de la cultura: investigando la nueva realidad electrónica*. Gedisa.
- Floridi, L. (Ed.) (2015). *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. Springer Open.
- Galindo, C. J. (1998). Cibercultura, ciberciudad, cibernsiedad hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 4(7), 9-23.
- Hernández-Vela, E. (2013). *Enciclopedia de Relaciones Internacionales*. Porrúa.
- Jones, S. (1998). Información, Internet y Comunidad: apuntes para una comprensión de la comunidad en la Era de la Información. Cibernsiedad 2.0. Una nueva visita a la comunidad y la comunicación mediada por ordenador. *Nuevas Tecnologías y Sociedad*, México, s.d., 21-54.
- Joosten, H.(2017). ‘Citizens’ initiatives in an onlife world. Designing for the revitalization of the public sphere. *International Conference for E-Democracy and Open Government*,

The Hague University of Applied Science, The Hague, s.d., 243-250.

Joyanes, L. (1997). *Cibersociedad*. McGraw Hill.

Marín-Casanova, J. A. (2016). La innovación epistémica reticular: De la transferencia del conocimiento al conocimiento transferido. *Opción*, 32(80), 112-140.

Peters, M. A. y Petar J. (2019). Posthumanism, open ontologies and bio-digital becoming: Response to Luciano Floridi's Onlife Manifesto. *Educational philosophy and theory*, 51(10), 971-980.

Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución tecnológica*. Debate.

We are social and Hootsuite. (2020). Reporte Digital 2020: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile. <https://wearesocial.com/digital-2020>

We are social and Hootsuite. (2021). Reporte Digital 2021: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile. <https://wearesocial.com/digital-2021>

DESAFÍOS METODOLÓGICOS DEL ESTUDIO DE LA BELLEZA EN *INSTAGRAM*

Giselle Victoria Vargas Signoret y Erika Denisse Vargas Ramos

En el presente artículo se pretende desarrollar cuáles han sido los principales desafíos que conllevó el trabajo de tesis de la licenciatura en sociología por la Universidad de Guadalajara: Belleza en *Instagram*, un estudio de las *Instafamous* en la Zona Metropolitana de Guadalajara. A su vez, se comparten algunas de las reflexiones que guiaron el curso de la investigación de 2019 a la fecha.

Empezando por definir nuestro objeto de estudio; el término *Influencer* es de uso extendido en diferentes ámbitos de la vida cotidiana: en medios y redes sociales se hace referencia a este, para señalar a una persona o personas que cuenten con gran número de seguidores en determinada red social digital, ya sean creadores de contenido o figuras públicas. Incluso, en el ámbito jurídico se ha utilizado este término para la propuesta de ley que intenta regular el denominado *influencer marketing*.

Es preciso mencionar que el gran alcance que han conseguido las y los *influencers*, se debe en parte a la llamada democratización que han tenido los medios de comunicación, el internet y los teléfonos inteligentes; creando así, la posibilidad de desvanecer la línea que existía antes entre el espacio público y la esfera privada Sabilia (2012).

Aterrizando en *Instagram*, la red sociodigital de nuestro interés, encontramos que los parámetros para considerar a una persona famosa dentro de esta red, varían, pero generalmente se basan en el número de seguidores con los que cuentan. En el caso de Boyd (2016), sugiere que se denomine a alguien *micro-influencer* cuando una persona cuenta con un mínimo de 10.000 seguidores, y que el máximo sea de 150.000 seguidores en *Instagram*, cuando rebasa el número máximo, se procede a hablar de *macro-influencer*.

En nuestro caso no hablaremos de *micro* o *macro influencers*, decidimos establecer un mínimo de seguidores para determinar cuando una mujer en *Instagram* es *Instafamous*, y es contar con al menos 15 mil seguidores. En nuestra búsqueda por encontrar perfiles de jóvenes que tuvieran el mayor número de seguidores dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara, encontramos que una de ellas contaba con 1,3 millones. Cabe resaltar que también decidimos enfocar nuestra atención a aquellas mujeres que habían conseguido su fama inicialmente en la plataforma de *Instagram*.

Antes de haber establecido nuestros propios parámetros, decidimos hacer una breve investigación sobre los perfiles de mujeres en *Instagram* más reconocidas a nivel mundial y nacional, para que nos permitiera tener un punto de partida. Es importante mencionar que las diferentes cuentas o perfiles que encontramos habían conseguido su fama por distintos medios o plataformas. A nivel mundial, la estadounidense Kylie Jenner es la mujer que cuenta con el mayor número de seguidores (286 millones) en *Instagram*, y que actualmente es una empresaria. Su fama la obtuvo fuera de esta red sociodigi-

tal, y fue mediante su aparición en el *reality show* de su familia *Keeping Up with the Kardashians*.

A nivel nacional, encontramos que Kimberly Loaiza y Yuya, son las que tienen el dominio de seguidores en *Instagram*, y lo que tienen en común es que ambas se hicieron famosas por medio de *YouTube*. La primera cuenta con 32.3 millones de seguidores, y la segunda con 16.9 millones de seguidores. A partir de estos referentes continuamos con las cuentas locales, la pretensión fue conocer en qué se diferenciaban, qué las particulariza y cómo las mujeres en nuestra ciudad se suscriben a la denominación *Influencer*.

Se entiende por *Instafamous* una abreviación de las palabras *Instagram* y *Famous*, y que hace referencia a una persona que es famosa en esta plataforma, donde surgen y suceden procesos que nos ayudan a entender el campo en el que se constituye una *Instafamous*. Para Marwick (2015), la popularidad de este grupo de jóvenes parece depender de la capacidad que tienen para imitar la iconografía visual de la cultura de celebridades convencional, aquella que anteriormente se podía observar en los medios de comunicación tradicionales. Sin embargo, como se explicará más adelante, este éxito no sólo se construye en una réplica de las prácticas tradicionales.

La diferenciación entre *Instafamous* e *Influencer* sirvió para explicar a la red sociodigital en específico como el trampolín a la esfera pública. Es por esto que se decide continuar empleando el término *Instafamous* para referirnos a las prácticas específicas de las conocidas *Influencers* en *Instagram*.

Inicialmente, las celebridades se popularizaron con los medios de comunicación tradicional como la televisión y revis-

tas, pero con la aparición de *Instagram*, se comenzó a expandir la cultura de *celebrity* y *micro-celebrity*. La última se define como una mentalidad y una colección de prácticas de presentación personal propias de las redes sociales, en la que las usuarias y los usuarios crean estratégicamente un perfil, se comunican con las y los seguidores, y comparten información personal para incrementar su atención y así, mejorar su estatus.

Si el gusto se forma socialmente, nos preguntamos ¿cuáles son los discursos de belleza de las mujeres que se plasman en *Instagram*?, ¿cómo se explica la belleza en *Instagram*? En torno a esas preguntas, fue que se retomó el concepto de *Instafamous* para un acercamiento a la interacción que pretendemos describir.

Las redes sociales digitales han sido apropiadas para la comunicación, constituyendo una parte fundamental de la vida cotidiana de miles de personas. En esta supuesta democratización de lo digital, nos interesó en particular las interacciones de las jóvenes que ocurren en *Instagram*, que se entiende como un lugar en el que existe interacción cultural. En la interacción digital se prepondera la imagen. *Instagram*, con más de 150 millones de usuarias y usuarios registrados hasta octubre del 2010 (Hu, Y., Manikonda, L., y Kambhampati, S. 2014), ofrece un medio para la divulgación de fotos personales, un espacio de interacción digital en el que se expresa, a través de las opciones que da la aplicación (me gusta, compartir, comentar), una visión del mundo. Al año 2021, es decir en diez años, cuenta ya con 1.121 millones de usuarios.

Sin embargo, la posibilidad con lo digital no se basa solo en plasmar lo que se vive en el mundo *offline*, sino como un

complemento. O como Meneses (2020) diría, “la temporalidad etnográfica digital rompe dicotomías. Lo lejano/ajeno y lo cercano/propio son vinculantes porque lo presencial y la copresencia digital son esferas complementarias” (p. 8). El trabajo pretende comprender lo que sucede en *Instagram* y lo digital, con la intención de analizar las implicaciones del cuerpo de las mujeres, tanto las *instafamous* como las usuarias que consumían este tipo de contenido.

LA PROPUESTA METODOLÓGICA

La definición de una propuesta metodológica para este estudio no fue tarea fácil; a nivel técnico, por la multiplicidad de objetos de análisis que conllevan las redes socio digitales y la cantidad de bibliografía contemplada para subsanar el vacío de conocimientos sobre etnografía digital. Comprendimos posteriormente que el enfoque sería parte de la decisión metodológica y pese a pretender abarcar la totalidad de elementos que implican *Instagram*, nos era imposible desarrollar de manera individual cada elemento, es decir, que se tomó la generalidad de la aplicación para poder describir la interacción, porque los datos obtenidos y la posibilidad de contener cada vez más información resulta abrumador.

Para aterrizar lo anterior, la cantidad de perfiles que se podrían estudiar rebasa nuestra capacidad de dedicarnos minuciosamente al análisis de cada uno; a la vez las publicaciones, las historias y los comentarios diarios vertidos en la red social, es excesivo. Fue necesario sistematizar la información elegida

y esto implica también la decisión previa de decir qué queda fuera de la investigación y qué nos parece oportuno.

El segundo obstáculo fue la diversidad de enfoques para el estudio de la belleza. Aunque nos guíamos en Georges Vigarello y Mona Chollet para comprender la belleza con una dimensión social e histórica, nos faltaban referentes que vincularan la belleza en lo digital. Por eso, una de las guías para construir el objeto de estudio fue María José Blanes, en su investigación *las curvys*, la autora opta por una metodología cualitativa seleccionando nueve perfiles de *Instagram* y analizó veinte publicaciones de cada perfil. Tras la observación participante, identificó la significación que se desprende de cómo se cuenta una historia en los perfiles de *Instagram* de las chicas Blanes, María José (2017). El acercamiento a un estudio previo de la belleza en una plataforma sociodigital nos permitió tener una primera noción sobre cómo perfilar el proyecto.

Por otro lado, el trabajo de Edgar Gomez Cruz trazó el rumbo etnográfico digital. Sí pretendíamos tener una postura crítica frente a la belleza y el género, la etnografía digital al tiempo que la cultura digital se presentaron como otro espacio de cuestionamiento continuo y pensar de forma crítica las estructuras de la red social hasta los mismos términos con los cuales referirnos a ella.

Para llevar a cabo la investigación se retomaron ambos trabajos, partimos de un protocolo de análisis con metodologías cualitativas, en vista de en otro momento, con la infraestructura adecuada, poder recurrir a la minería de datos para la extracción de información de orden cuantitativo.

Para este punto llegó la pregunta de cuán legítima sería una investigación sobre *Instafamous* sin escuchar de ellas la experiencia al utilizar *Instagram*. Decidimos, gracias a la intervención oportuna de las y los asesores, contactar a las chicas seleccionadas para hacerles saber que sus perfiles serían revisados para una investigación de ciencias sociales.

Comenzamos con la observación diaria de sus historias y publicaciones durante seis meses. Finalmente, elegimos veinte publicaciones y diez historias para el análisis de las prácticas que se establecen en su cuentas; en un momento posterior, decidimos realizar entrevistas vía *zoom* y presencial con las jóvenes. Redactamos un texto para enviarlo por mensaje privado a cada una de las jóvenes que seleccionamos.

Sin embargo, solo obtuvimos una respuesta, la cual accedió amablemente a ser entrevistada, pero al momento de tratar de agendar una cita ya no contestó. La inaccesibilidad al contacto directo fue entonces nuestro último gran desafío.

Se usa una cuenta exclusiva para el seguimiento de los perfiles de las *Instafamous* para evitar la burbuja de filtrado que podría estar presente en las propias cuentas de *Instagram* por nuestras preferencias, eligiendo un total de veinte perfiles que contengan los siguientes elementos: vivir en la zona metropolitana de Guadalajara y ser una mujer de entre 18 a 29 años que con su perfil en Instagram haya logrado construir un blog monetizado sobre moda y estilo de vida alcanzando un aproximado mínimo de 15 mil seguidores en promedio (las cifras varían cotidianamente). El acceso a los perfiles fue sencillo, ya que, usualmente suelen hacer colaboraciones entre ellas, o son amigas, entonces suelen etiquetarse unas a

otras, y suelen asistir a los mismos eventos de marcas. Encontrar los perfiles funcionó como efecto bola de nieve.

Respecto a la cuenta que creamos, indicamos en nuestra descripción del perfil que éramos dos estudiantes de sociología haciendo la tesis e hicimos un enlace directo a cada una de nuestras cuentas personales, esto con el intento de generar confianza a la hora de contactarlas y no quedar en el anonimato al revisar sus historias o publicaciones. Es decir que si ellas quisieran saber de quién es esa cuenta que ve sus historias de forma diaria pudieran saberlo y pudieran vernos de regreso a nosotras.

De igual manera, publicamos tres fotografías en las que explicamos nuestro tema de investigación, nuestra presentación y correo electrónico de contacto. Las actualizaciones tienden a modificar los formatos o presentar nuevas funciones. Sobre las normas comunitarias de la aplicación vigentes, se tomó en cuenta la actualización 2021 y la revisión de condiciones de uso de diciembre de 2020.

LOS DESAFÍOS ÍNTIMOS

Nosotras habitamos *Instagram* desde antes de que fuera el espacio de nuestro tema, como usuarias utilizamos la plataforma para ver la actividad de nuestros círculos cercanos y no tan cercanos; sin el fin de consumir artículos de embellecimiento la red sociodigital ha influido en muchas decisiones de consumo (uñas, cremas, salones de belleza). Después de varias prácticas entre nosotras, descubrimos que habíamos considerado

hacernos intervenciones estéticas que se popularizaron, cuando antes no lo pensábamos. Incluso nuestro consumo de ocio se ha visto influenciado por el contenido en Instagram, pues muchos de los restaurantes, cafés y bares a los que asistimos, los hemos visto antes ahí.

En lo íntimo, la plataforma nos permite revisar cuentas de personas que nos intrigan o generan curiosidad (ex parejas, parejas de nuestras ex parejas, etcétera). También sentimos que *Instagram* nos posibilita crear una personalidad que es desarrollada y enfocada para usarla ahí, y que por ejemplo, no utilizamos en otras redes socio digitales como en *Twitter* o *Facebook*.

Así, la pretensión de estudiar un tema que nos resulta retador por no decir doloroso y al que nos sentimos vulnerables fue consciente. Ubicar las dinámicas, entender nuestra forma de participar en *Instagram* como metadato y como usuarias con agencia para ampliar el horizonte de mirada.

En términos auto etnográficos, *Instagram* potencializó los TCA una vez que tuvimos perfil (previo al comienzo de la tesis) y la continua auto observación de nuestro cuerpo. Nuestro propio uso propició que quisiéramos desnaturalizar el espacio.

Nos sorprendió la facilidad con la que comenzamos a comparar nuestro cuerpo con el contenido que consumíamos con fines meramente académicos y que no era el que usualmente seguimos en nuestras cuentas personales. Empezamos a desarrollar más dismorfia corporal y creció una necesidad muy agobiante de querer ser bellas, o al menos, parecemos a ellas, porque veíamos que nuestros conocidos (compañeros, parejas y amigos) las seguían o les daban *like* a sus publicacio-

nes. El deseo no es voluntario, creemos que surgía de la necesidad de validación y del querer estar dentro de la norma, lo que es aceptado y celebrado en ese momento por nuestros contactos en común con las cuentas estudiadas.

Aunque lo vivimos en etapas separadas a lo largo de la investigación, lo que tuvimos en común fue que modificamos nuestras dietas (mientras una optó por ser crudivegana la otra inició con ayuno intermitente), ya que algunas *Instafamous* lo recomendaban. Y aunque en la mayoría de las veces las promovían con el mensaje de que eran buenas para la salud, casi siempre resaltan que habían obtenido buenos resultados al momento de perder peso o para mejorar sus porcentajes de grasa. Sin embargo y de forma simultánea, nos permitió leer nuestro uso de *Instagram* como otro lugar de tensión entre la resistencia biográfica a la presión por ser bellas.

Estas prácticas las desarrollamos de forma paralela a la investigación, sin intenciones de que repercutieran en el producto final. En ese sentido, la continua comunicación entre nosotras funcionó como registro del malestar y la afectación. Sin duda, también fue un apoyo necesario de mucho cuidado constante. Entre lo más importante que pudimos hacer por nuestra salud mental fue turnar el trabajo de campo, de esta forma evaluamos cómo se encontraba emocionalmente cada una para realizar visitas a los perfiles de manera cotidiana. Ambas contamos además con acompañamiento psicoterapéutico desde antes de comenzar la tesis; sin embargo fue de mucha ayuda en esta parte del proceso.

CONCLUSIONES

Para concluir, el acercamiento que tuvimos a la etnografía digital fue de gran ayuda para resolver la incertidumbre metodológica con la que comenzamos nuestra tesis, ya que nos sirvió para entender el universo digital en el que se inscribe el tema de investigación y para diseñar nuestro propio camino metodológico, lo cual creíamos imposible en un principio; sobre todo porque no fue fácil acceder a investigaciones previas similares a nuestro tema que nos sirvieran como guía y tener la oportunidad de compartir con académicos y estudiantes sobre sus investigaciones, en curso o concluidas, fue sumamente útil para aterrizar el bagaje de conceptos.

Nos fue útil también para el primer acercamiento que queríamos tener con las *instafamous*, que consistía en presentarnos con ellas mediante mensajes privados o correo electrónico y platicarles acerca del trabajo que estábamos realizando y tratar de programar una cita para entrevistarlas y así, conocer su experiencia. Debemos confesar que, este fue uno de los pasos que más evadimos y pospusimos porque sabíamos que a las jóvenes que queríamos contactar tenían muchos seguidores y eso podría imposibilitar la comunicación debido a la alta cantidad de mensajes que pueden llegar a recibir. Es por eso que, en un momento buscamos amigos o conocidos en común con alguna de las *instafamous*, para que pudiéramos conseguir de manera más rápida el contacto con ellas, pero no fue posible. Por esa razón decidimos buscarlas a través del perfil de *Instagram* que habíamos creado.

Sabíamos que existía la posibilidad de que no contestaran o accedieran, y pensamos que podía ser debido a que no leyeron nuestro mensaje, o porque simplemente no se generara la suficiente confianza, lo cual es comprensible, debido a la inseguridad y violencia que experimentamos las mujeres.

Cabe recalcar que el no haber obtenido respuesta por parte de las *instafamous* fue lo que se convirtió en uno de los principales retos metodológicos que experimentamos, ya que bloqueó el conocimiento que podíamos adquirir por parte de ellas.

Por otra parte, la naturaleza ubicua de *Instagram* puede resultar un reto para la salud mental al convertirse en el espacio de ocio y de estudio. Dos puntos que fueron decisivos en el trabajo de campo: el primero, que la línea entre nuestra vida privada y la tesis se volvía cada vez más difusa. En segundo momento, con la sobreexposición de las vidas de las *instafamous* y las personas en general en las redes socio digitales, existe una alta probabilidad de que se desarrollen inseguridades en las usuarias, y que también exista la posibilidad de generar un seguimiento por consumir el contenido que publican, y por lo tanto, dedicar muchas horas a *Instagram*.

Finalmente, el camino que falta por recorrer en el estudio de las tecnologías digitales es amplio; sin embargo, es una apuesta retadora seguir en el intento de comprender la sociabilidad en las plataformas digitales para vivir experiencias más amenas en torno al cuerpo.

REFERENCIAS

- Ardévol, E., y Gómez-Cruz, E. (2012). Cuerpo privado, imagen pública: El autorretrato en la práctica de la fotografía digital. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 67(1), 181–208. <https://doi.org/10.3989/rdtp.2012.07>
- Blanes, M. J. (2017). Las curvy como modelo de ‘celebritización’ y empoderamiento en Instagram. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 22, s.d., 203-22. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=9355279401>
- Boyd, S. (2016). How *Instagram Micro-Influencers* Are Changing Your Mind One Sponsored Post at a Time. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/sboyd/2016/06/28/how-instagram-micro-influencers-are-changing-your-mind-one-sponsored-post-at-a-time/?fbclid=IwAR1pryTI-4bn8QGirdXRx-Eibn-qcXLCLoapVP55ECXo5iblgCHUm4sh7UY#6dc3ccd134a1>
- Chollet, M. (2012). *Beauté fatale, les nouveaux visages d’une aliénation féminine*.
- Djafarova, E., y Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities’ Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1-7.
- Hu, Y., Manikonda, L., y Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. In *Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014* (pp. 595-598). The AAAI Press.

- Lasén, A. (2012). Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales. En N. García-Canclini y F. Cruces (Eds.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música* (pp. 243–262). Ariel.
- Oliva, M. (2012). *Fama y éxito profesional en ‘operación triunfo’ y ‘Fama: ¡A bailar!’*
- Marwick, A. E. (2015). *Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy*.
- Meneses, J. (2020). Etnografía digital multisituada: jóvenes universitarios y universitarias estudiando en casa en tiempos de covid-19. *Cadernos de Campo (São Paulo)*, 29(2), 1-19.
- Pérez Curiel, C., y Luque Ortiz, S. (2018). El marketing de influencia en moda. Estudio del nuevo modelo de consumo en Instagram de los millennials universitarios Fashion influence marketing. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación En Comunicación*, s.d.(15), 255–281. <https://www.raco.cat/index.php/adComunica/article/view/343032>
- Sibilia, P. (2012). *La intimidad como espectáculo* [archivo PDF]. http://www.edumargen.org/docs/curso60-1/unido1/complemo2_01.pdf
- Sur, P. (2017). Beauty and the Internet: Old Wine in a New Bottle. *Journal of International Women’s Studies*, 18(4), 278-291. <https://vc.bridgew.edu/jiws/vol18/iss4/20>

Parte II.

DESPLAZAMIENTO DE PRÁCTICAS Y EXPRESIONES JUVENILES HACIA LOS ENTORNOS DIGITALES

CREATIVIDADES JUVENILES ANTE LA PANDEMIA: DESPLAZAMIENTOS, USOS Y ESTRATEGIAS EN PLATAFORMAS SOCIODIGITALES PARA PROCESOS ARTÍSTICOS EN TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS

Ana Karen Jiménez Aguilar

El propósito del siguiente texto es plantear, cómo se van perfilando los desplazamientos, usos y estrategias en plataformas sociodigitales a partir de creatividades juveniles en Tuxtla Gutiérrez (TGZ), Chiapas, marcadas por la pandemia por Covid-19. Es relevante situar el lugar que van ocupando las plataformas sociodigitales, como parte de los procesos creativos de jóvenes artistas que, previo a la pandemia, no incorporaban las herramientas, equipamiento técnico, o diversos despliegues operacionales que ofrecen las plataformas sociodigitales (PSD), específicamente *Spotify*, *Facebook* e *Instagram*.

En esas circunstancias Víctor Vich (2020), nos pregunta cómo vamos a transversalizar la circulación, producción, consumo de las artes y expresiones, desde el reconocimiento que el artista o creador hace en los entornos digitales. Es preciso decir que hay una serie de características y particularidades sobre cada expresión artística que estudiamos; muralismo, *Street art*, performance, teatro, literatura, música, por mencionar, en donde la obra, ya sea en su proceso creativo, en los soportes o en la exposición de ésta misma, respondían a una dinámica espacial del espacio público, es decir, de la calle. Y

la pandemia como un acontecimiento sanitario pero también cultural, ha propiciado que ciertos jóvenes artistas, dialoguen, exploren o naveguen a un lenguaje distinto que era conocido por ellas y ellos mismos que ofrecía el espacio público, es decir, hay un ruta de relaciones que se están forjando a partir de lo que ofrecen las PSD para sus obras, en donde la experiencia es diferencial y el trayecto de sus producciones creativas toman distintos lugares de sentidos y significados.

Para discutir las problemáticas planteadas, es necesario articular el papel de las PSD, en los procesos creativos desde dos perspectivas que proponemos: a) las valoraciones que hace el joven artista sobre el uso y estrategias en las plataformas sociodigitales y b) los horizontes de las creatividades juveniles que se van perfilando en TGZ, hacia las PSD, no solo como uso y estrategias de acción ante la pandemia, sino como una incorporación necesaria en los procesos creativos, es decir, en el planteamiento de jóvenes artistas *onliffe*.

Y finalmente, derivada de la experiencia propia de esta investigación en desarrollo “*Imaginarios de futuros: creatividades juveniles y experiencias artísticas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas durante la pandemia por covid-19 (2020-2022)*”, proponemos implicar el valor metodológico de la etnografía digital. Lo anterior nos permite trascender la experiencia del trabajo de campo durante la COVID-19, ya sea en confinamiento o bajo ciertas pautas de cuidado, hacía las posibilidades creativas e imaginativas tan diversas, que ofrece la etnografía digital, en especial, para quiénes la están descubriendo, como es este caso.

En ese orden de ideas, el desarrollo del texto se realizará en cuatro momentos: 1) Creatividades juveniles ante la pandemia: retos y dificultades en procesos creativos; 2) Hallazgos: desplazamientos, usos y estrategias en plataformas sociodigitales para procesos artísticos en TGZ, 3) Experiencias en tránsito: apropiaciones metodológicas de una etnografía digital y 4) Reflexiones finales: los *giros* creativos de las metodologías digitales durante la pandemia.

1) *Creatividades juveniles ante la pandemia: retos y dificultades en procesos creativos*

La pandemia por COVID-19 marcó cambios en la vida cotidiana, el sector cultural y el ejercicio artístico también presentó una serie de incertidumbres, rupturas e incluso generó una sensación de *Extranjería*, como le llama Canclini, (2014), reconocer un lugar pero a distancia, presenciar la emergencia de procesos culturales desde una extraterritorialidad, es decir, un lugar en donde se mira, observa y se siente diferente, consciente de sus límites pero con una disposición de expandir los límites de ciertas perspectivas previamente fijadas.

En un esfuerzo por comprender el terreno de las incertidumbres, para posteriormente gestionarlas, por ejemplo, el 20 de Abril de 2020 la UNESCO lanzó la campaña #culture2030goal, un esfuerzo por promover la importancia del rol de la cultura y de las artes ante la pandemia por covid-19, en donde intervinieron las agendas de la ONU 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, es decir, hay respuestas y medidas iniciales que

tienen que ver con una valorización del capital creativo en el mundo.

En México se han realizado dos encuestas nacionales para conocer el impacto que ha tenido la COVID-19 en el sector cultural y las economías creativas. En Julio de 2020, la Secretaría de Cultura en México, realizó el primer “Sondeo para medir la percepción del impacto del COVID-19 en el sector de las economías culturales y creativas de México”, de manera virtual, este sondeo pretendía recopilar información respecto a la situación de crisis que enfrenta la comunidad cultural y artística nacional, con la intención de generar medidas que atendieran o contribuyeran a una mejoría.

El 8 de Noviembre de 2021, nuevamente la Secretaria de Cultura da seguimiento, con otro sondeo pero desde la “iniciativa México Creativo, desarrollo cultural sostenible, con apoyo de la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional, te invita a participar en el Sondeo 2021 para medir la percepción del impacto del COVID-19 en los sectores de la economía cultural y creativa en México” (México Creativo, 2021). Ambas encuestas entran políticas culturales y medidas iniciales para acuerpar al sector cultural frente al impacto del Covid-19, esa línea de indagación está en desarrollo y en una fase exploratoria y de ensayo, por lo tanto, comprenderla requiere de ciertas cavilaciones, quizá desde una *extranjería* (Canclini, 2014) como mencionábamos, para posteriormente reconocer qué lugar tendrán las instituciones y sus acciones hacia el sector cultural ante la emergencia sanitaria.

Lo anterior, va organizado una serie de retos y alcances, a su vez, va perfilando jerarquía de acciones, en ese sentido,

también se va engarzando otro horizonte de incertidumbres, la de las creatividades juveniles, es decir, ¿Quiénes son finalmente, las y los que están encarnando las incertidumbres del quehacer artístico? Wortman (2020) diría que el sector cultural, incluido la administración pública de las culturas, las y los investigadores, y por supuesto, los mismos artistas y creadores, esto se complejiza cuando son jóvenes artistas, porque uno de los debates que articula los estudios de las y los jóvenes, ha sido el cómo se relacionan las juventudes con el mundo contemporáneo, atravesando las representaciones del *deber ser* joven, esquemas que responden a un orden biológico o etario, y que atraviesa una serie de discursos sobre lo que es un joven.

Las creatividades juveniles, nos habla de las acciones y producciones que realizan las y los jóvenes al enunciarse, en donde producen objetos sociales, simbólicos y materiales, en esa producción de *ser*, Cruces señala (en Canclini, 2012) que son jóvenes que en buena medida están autoconstruyéndose, “la capacidad y esfuerzo por parte de la joven generación para hacerse a sí mismos mediante un despliegue continuo de creatividad, conocimiento e invención. El cual es inevitablemente una autoinvención (p.157).

Una autoinvención que está mediada por sus propios procesos históricos, de vida, y que opera en relaciones, ya sea con otros jóvenes, en la ciudad, en las universidades, o en otros escenarios. “De lo que se trata, pues, es de interrogarse sobre las relaciones que los jóvenes como colectivo mantienen con un entorno contemporáneo en el que están apareciendo nuevas estrategias y redes de creación” (Cruces en Canclini 2012, p.146).

Esta forma de comprender las creatividades juveniles reúne relaciones, redes de creación, estrategias, prácticas, herramientas que proyecta el mismo joven, pero también se implica con otras categorías sociales, como el género, la sexualidad, lo étnico, lo racial, la educación, lo intergeneracional, por mencionar, y en el caso de las y los jóvenes que se adscriben o identifican como artistas, la lectura se puede leer en clave de procesos culturales, qué consume, qué produce y cómo circulan sus producciones, y ante el acontecimiento de la COVID-19, cómo se van colocando los espacios de socialidad y entornos sociales, porque “son fundamentales para los jóvenes músicos, artistas y creativos para participar/involucrarse/implicarse en el cambio cultural de los entornos culturales y digitales en los que intervienen y en el cambio de sus modos de ser jóvenes (Urteaga en Canclini, 2012, p.42).

Hay un paradigma que se está configurando, la de los retos y dificultades que experimenta cada joven artista en relación a específicas expresiones artísticas ante la COVID-19. Esto se puede percibir desde el abrupto cambio de organización del espacio, dígase espacio público, y cómo esto impactó en sus economías, y en un nivel íntimo cómo impactó en sus procesos creativos, es decir, el artista necesita encontrar una materia que le permita trascenderla, pero una materia que está siendo condicionada por la pandemia, hace cuestionar incluso al mismo artista, y hace cuestionar el proceso de autoinvención.

Bachelard (2003) habla de un *sistema de fidelidad poética*, refiere a determinados elementos materiales que rigen “el reino de la imaginación”, y creemos pertinente citarlo a propósito de los procesos creativos que se encuentran en el camino

de la autoinvención. Señala “Al cantarlos creemos ser fieles a una imagen favorita, y en realidad somos fieles a un sentimiento humano primitivo, a una realidad orgánica primera, a un temperamento onírico fundamental” (p.13), es decir, somos fieles a un sentimiento previo a la pandemia, porque reconocemos *imágenes familiares* que han sostenido nuestro proceder, y en los procesos creativos se denota que resulta improbable seguir instalándose en el mismo proceder, “Porque el ser es antes que nada un despertar y se despierta en la conciencia de una impresión extraordinaria. El individuo no es la suma de sus impresiones generales, es la suma de sus impresiones singulares” (p.17).

Y las impresiones singulares que referimos más adelante, se revisten de acciones, de imaginación, de creatividad, de la potencia de la dimensión proyección de las creatividades juveniles, en este caso, desde los campos y caminos de acción que permiten ciertas aplicaciones como son *Instagram, Facebook e Spotify* en jóvenes artistas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

2) *Hallazgos: desplazamientos, usos y estrategias en plataformas sociodigitales para procesos artísticos desde jóvenes artistas en Tuxtla Gutiérrez*

En Pérez Reséndiz; Montoya Gastélum (2020) mencionan que la relación del sector juvenil con el Internet y las PSD no es homogénea, no todos comparten la misma cultura digital. “Hablamos entonces de culturas digitales, condicionadas, experimentadas y apropiadas de maneras distintas por la di-

versidad juvenil” (p. 14- 15). Por lo que presentamos a continuación, se comprende de esa relación no homogénea del sector juvenil con las PSD.

Por una parte nos encontramos con la densidad histórica de cada joven artista, es decir, quiénes son, de dónde son, qué desean, qué sueñan, qué les preocupa, qué capitales culturales y digitales tienen, y ante eso, cuáles son sus prácticas juveniles en correspondencia al impacto que tienen sus procesos creativos por la COVID-19. En este caso, expondremos brevemente y con el propósito de ilustrar puntos recuperados de entrevistas realizadas en 2020 y 2021, para posteriormente ubicar los puntos a) Valoraciones que hace el joven artista sobre el uso y estrategias en las plataformas sociodigitales y b) Horizontes de creatividades juveniles desde las PSD en TGZ, ambos puntos son recuperados de las prácticas y experiencias de uso a partir de tres plataformas: *Instagram*, *Facebook* e *Spotify* en jóvenes artistas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Karla Sarmiento es una joven de 31 años, hace teatro desde hace más de 10 años, y una de las preocupaciones que reconoce es la de los ensayos por videollamadas. A pesar de que no ve los ensayos por videollamada como una limitación, sí le implica una serie de cuestionamientos respecto a lo que denomina *teatro pandémico*, y lo comprende como otra vertiente del teatro, como un adyacente al teatro en todas sus dimensiones. En el caso de Ámbar, una joven de 33 años, que hace performance y danza en el espacio público, y como menciona ella “tenemos una gran necesidad de encuentro, yo no haría performance para la cámara, prefiero dedicar mi tiempo en cómo vamos a encontrarnos físicamente, construir esos protocolos,

antes que dedicarle tiempo a averiguar cómo produzco para la pantalla”. Si bien ambos ejemplos tienen sus propios diseños de procesos creativos, lo común de ambas jóvenes, son que sus expresiones artísticas se dan en una dinámica que moviliza sus cuerpos en espacios físicos, ya sea en la calle o en un escenario de teatro, y sin embargo, las significaciones respecto al uso de PSD son diferenciales.

Daniel, es un joven de 27 años, con una trayectoria en el muralismo urbano en los barrios de la ciudad TGZ, con un sentido de arte comunitario que refleja la mayoría de sus obras artísticas. Él se permitió hacer pausas para repensar cómo seguir trabajando desde la contingencia, y comenzó a grabar en pequeños vídeos que subía a *Instagram* y *Facebook*, sobre sus procesos de boceto y trazos, los cuales son parte de su cotidianidad artística, pero que ahora le otorga un estatus de visibilidad y circulación, es decir, ya incorporó esos vídeos como parte de su proceso creativo de su obra pre exhibida (aunque no concluida). Fue necesario para él aprender y adquirir conocimientos principalmente de edición de vídeo, esto puede resultar para algunos, cosa menos; sin embargo, para un artista que lleva años trabajando en un espacio físico en donde desarrolla una inventiva plástica visual, la práctica digital lo encontró como algo que le sumó y que piensa seguir aprovechando. En el caso de Cristian, joven de 25 años, desde la gestión cultural, se ha enfocado en ser un agente para otros jóvenes artistas, brindando su conocimiento y equipo técnico para realizar los vídeos que expongan el proceso creativo de algunos artistas visuales, a diferencia de Daniel, quién él mismo gestiona esos recursos y producciones; Cristian ofrece ese

servicio en términos de amistad o monetario, a otros jóvenes, y cada vez más, está cobrando importancia como un ensamble más en la totalidad del proceso creativo.

Alejandro, es un músico de 28 años, que previo a la pandemia, fue acreedor de un incentivo monetario para un proyecto musical local, pero las circunstancias le hicieron, modificar el proyecto que tenía en mente, y fue ahí en donde empezó a realizar *podcast* desde *Spotify* a diversos artistas, desde músicos, actores, pintores, gestores, investigadores, y comenzó a experimentar otras producciones sonoras, mientras paulatinamente se permiten los conciertos al aire libre o en lugares de entretenimiento. Este proyecto para él ha significado comprender que el mundo sonoro no tiene límites y que las plataformas como *Spotify*, pueden ser un vehículo para explorar los universos sonoros.

En este bosquejo que presentamos encontramos dos grandes miradas que siguen caminando y que, al ritmo de lo que devenga con la pandemia, se irán perfilando las valoraciones y los horizontes que hacen las y los jóvenes artistas en el uso y estrategias de las plataformas sociodigitales, en donde las primeras impresiones son las siguientes:

- a) Valoraciones que hace el joven artista sobre el uso y estrategias en las plataformas sociodigitales

Encontramos dos escenarios respecto a las valoraciones: la de una acomodación creativa y la de aquellos que están en el proceso de la significación, por lo que lo nombramos como

ritmos de discontinuidad. En el primer punto, son aquellos jóvenes artistas que tienen disposición para hacer uso de ciertas plataformas sociodigitales (*Facebook, Instagram y Spotify*), en donde *aprovechan* el equipamiento técnico que ofrece. En esa operatividad, sus producciones despliegan una serie de prácticas, epistemes y relatos que previo a la pandemia, no habían sido incorporados en sus dinámicas y lógicas, lo que nos hace preguntarles y preguntarnos, ¿Cuáles serían los criterios estéticos que consideran estos jóvenes artistas para hacer uso de estas plataformas sociodigitales, como parte de sus procesos creativos? Y acaso podríamos hablar, que en este emergente ensamblaje creativo, ¿se da una “obra de arte en una época de reproductibilidad digital”?

En el segundo punto, ritmos de discontinuidad, son aquellos jóvenes artistas que optan por procesos de transición *más lenta*, o en algunos casos de resistencia de usar plataformas sociodigitales para sus producciones. Es importante el contraste de las comunidades dentro y fuera, y el por qué en esa línea de apreciación hay otro entendimiento de interacciones con el uso de las plataformas para sus procesos creativos.

b) Horizontes de creatividades juveniles desde las psd en TGZ

Estos jóvenes sí se van cuestionando los criterios estéticos que pueden explorar, experimentar o acotar en el uso de las PSD durante la pandemia. Mientras para unos es una cuestión técnica que implica una recodificación digital a sus procesos

creativos, para otros implica “una exigencia de la creatividad para desplazarse a lo digital”; sin embargo, entre el 2020 y el 2021, las experiencias compartidas se van recolocando hacia una experiencia mediada por estas plataformas, en donde el joven artista, intenta gestionar las potencialidades de sus procesos creativos en las PSD.

Es importante reconocer que para estos jóvenes, situados en un contexto como Tuxtla Gutiérrez, responden a una economía creativa de Chiapas, es decir, en el retorno de la producción artística local, que es descentralizada de esquemas que responden a otras agendas, también buscan un status de existencia de sus obras y de sí mismos como artistas, ante una pandemia que ha reorganizado sus prácticas, sus habilidades, sus epistemes, sus trayectorias y sus proyecciones a futuros.

Finalmente, nos parece que aquella discusión de “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” de Benjamín (2003), tiene reciprocidad con entender que **sí partimos de una crisis**, en este caso sanitaria, y que el agente más importante es el internet y la tendencia de sociabilidad en las plataformas mencionadas, el ejercicio artístico también se reviste en ese contexto y necesita encontrar su expresión, aunque no hablemos de un fundamento del valor único de *la obra auténtica*, sí podemos decir que lo que encarnan estos jóvenes de sus prácticas en el uso de PSD, habla de una duración material y es una testificación histórica de su obra en este momento de pandemia.

3) *Experiencias en tránsito: apropiaciones metodológicas de una etnografía digital*

A continuación presentamos una reflexión situada en la experiencia de quien realiza la presente investigación en curso, “*Imaginario de futuros: creatividades juveniles y experiencias artísticas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas durante la pandemia por covid-19 (2020-2022)*”. Durante el trabajo de campo hemos experimentando una serie de cambios y sacudidas epistémicas, inclusive se ha configurado el rumbo de las metodologías contempladas, esto es derivado principalmente por las reflexiones hechas a partir del seminario virtual, “*Jóvenes onlife: entornos y métodos digitales para el análisis social*” coordinado por Enrique Pérez Reséndiz y Gabriela Montoya Gastélum de la Universidad Nacional Autónoma de México, en septiembre de 2021.

Para aproximarnos a una definición de los métodos digitales citamos a Ortega Gutiérrez y Caloca Lafont (2017), quienes muestran cómo ha caminado la discusión sobre los métodos digitales, para finalmente comprenderla como un diseño de investigación, en donde podemos hacer apropiaciones:

Hoy día, con la revisión de múltiples perspectivas (Kozinets, 2009; Hine, 2012, 2015; Boellstorff, 2012; Boellstorff et al. 2012), podemos definir los métodos digitales como un diseño de investigación donde toman parte fenómenos, objetos, campos de observación (lugares), marcos teóricos, categorías, comunidades, sujetos o prácticas, digitales, y donde se generan, utilizan, almacenan,

analizan o modelan datos digitales, por medio de herramientas y técnicas que bien pueden ser digitales o tradicionales (p.8).

En esa convergencia de experiencias, recuperamos lo que Hine (2015, en Bécenas; Preza, 2019, p.2), señala que “la etnografía digital como un método de investigación, es una experiencia encarnada, que se genera día a día y que se enclava en marcos de acción y significado que se producen a través de prácticas sociales en Internet”. Las primeras entrevistas que realizamos en 2020, a jóvenes artistas en TGZ, se dieron principalmente a partir de viodellamadas por *WhatsApp* y *Google Meet*, contando con la guía de preguntas semiestructuradas, fue la primera vez que se realizaron las entrevistas en esa modalidad, y hubo un esfuerzo por producir una reapropiación discursiva que intentaba adaptarse a una interacción, sí cara a cara pero mediada por la pantalla.

Las respuestas de los artistas fueron diversas, y premiaba constantemente de parte de ellas y ellos, los contrastes entre sus prácticas en el espacio público y ahora, al realizarlos para un público que no era visible pero que estaba presente a partir de las redes sociales. El temperamento de las entrevistas se dirigía hacia una sensación personal, antes que al de *la obra* del artista. Fueron entrevistas que reunieron las primeras reflexiones de cada joven artista, sobre su lugar como joven y como artista frente a la pandemia, y en el caso de la investigadora, fue una experiencia con tropiezos por no seguir cabalmente la guía de preguntas semiestructuradas, y por no ubicar el lugar de la etnografía digital en el trabajo de campo.

Posteriormente ubicamos que la tesis asumiría lo digital como campo y como método, para resolver finalmente que la tesis se sitúa en un campo híbrido. Hine (2015, en BÁCENAS; Preza, 2019), plantea tres principios de la etnografía digital (p. 2-3): 1) El campo como una construcción del investigador a partir de patrones de conexión y circulación en escenarios móviles y multisitio entre los espacios en línea y fuera de línea; 2) La participación del etnógrafo a través de una visibilidad mutua encontrando formas de co-presencia en diferentes medios o redes y 3) La larga duración en el trabajo de campo para generar la experiencia para establecer conexiones entre plataformas, actores o espacios en línea y fuera de línea, formular y rechazar teorías emergentes, y llegar a un punto de saturación (Hine, 2015: 56, 64-66).

Lo anterior se expone en el desarrollo del trabajo de campo de la investigación que presentamos. En la primera entrevista aplicada, la sensación fue un lugar de extrañamiento; sin embargo en la segunda entrevista (2021) realizada a los mismos jóvenes artistas, pero *cara a cara, frente a frente*, es decir, se propició una distancia temporal de un año, en donde se desplazó del extrañamiento al reconocimiento. A su vez se reconoce la flexibilidad de la etnografía digital respecto al trabajo de campo, primeramente es de larga duración pues se decidió que los espacios para ambas entrevistas se dieran en línea y fuera de línea, esto nos permite construir el campo a partir de los datos que obtengamos en ambas modalidades, quizá para contrastar esas unidades de análisis.

En ese sentido, podemos encontrarnos con lo que Ricoeur (1996) propone, la de un doble juego hermenéutico: primera-

mente el/la artista hace una interpretación de su propio contexto, de su propio equipamiento técnico y de conocimiento, es un ejercicio autocrítico que hace el joven artista, para ubicar sus limitaciones y alcances; posteriormente a este primer ejercicio hermenéutico, hay una reinterpretación de “esas máximas o normas” que cada joven artista posee y/o afina, y en ese proceso de reinterpretación se imbrica o exige el reconocimiento del otro, (Ricoeur, 1996, pp. 286-290), de ese extrañamiento que se experimentó en un primer momento, en este caso con quien realiza la investigación, así como sucedió en las primeras entrevistas.

Estos breves apuntes derivados del trabajo campo de esta investigación, que no está acabado, está en proceso, exhibe la pertinencia de comprender cómo la etnografía digital es un método que se va presentando y aconteciendo en el paralelismo de la experiencia colectiva de estos jóvenes artistas. Por una parte, se connota el trabajo artístico y artesanal de aquellas investigaciones que versan en o sobre la pandemia por covid-19, no como una temática unidimensional, sino desplazar sus implicaciones sociales, culturales, artísticas con ciertos agentes, como pueden ser jóvenes artistas de ciertas latitudes, en este caso desde una ciudad del sureste y trasfronteriza como lo es Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

REFLEXIONES FINALES: LOS GIROS CREATIVOS QUE OFRECE LA ETNOGRAFÍA DIGITAL EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19

La pandemia por covid-19 deja muchas preguntas al aire y preocupaciones, en este caso desde las investigaciones sociales y humanísticas, el debate recurrente fue la del uso y aplicación de la etnografía digital, no sólo como método, también desde discusiones éticas, epistémicas y ontológicas. El caso que presentamos en este ensayo, a partir de las experiencias y primeros hallazgos de la tesis en desarrollo, “*Imaginario de futuros: creatividades juveniles y experiencias artísticas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas durante la pandemia por covid-19 (2020-2022)*”, explora la pertinencia de la etnografía digital, como método y como campo.

La experiencia inicial de este proyecto de investigación, es comprender los principios de la etnografía digital, su capacidad de apertura y reflexividad como lo ha intentado exponer el presente ensayo. Como un segundo paso después de reconocer qué rol tiene lo digital en nuestro trabajo de investigación, vienen las reflexiones y aplicaciones más profundas: la sistematización y el análisis de esos datos etnográficos. El análisis de esos datos requiere desplegar de herramientas que ofrecen programas, aplicaciones, bancos de información y datos. Podemos encontrar el llamado *Big Data*, o *Small Data*, bases de datos en donde encontramos el volumen de los datos, ya sea en mayor o menor medida, y que son importantes porque nos dan una perspectiva de qué tratamiento metodológico recurri-

rá el investigador para cruzar sus categorías de análisis con los ejes de información recabada.

Si bien cada trabajo de investigación busca diferentes objetivos y a partir de ahí delinea su ruta metodológica, la etnografía digital enmarca una serie de posibilidades que suman, a la llamada *etnografía tradicional*, no es una cuestión de versus, ni de oposiciones, por supuesto que entre líneas hay debates por resolver, posturas que tienen sus argumentos sobre una y la otra, pero no creemos que se trate de una cuestión de tronos disciplinarios o tronos metodológicos, si se nos permite decir, la COVID-19 como acontecimiento social nos ha exhibido vulnerabilidades, pero también *imaginarios de futuros*, y las aportaciones de la etnografía digital están en el presente, ya sea en investigaciones, en el llamado *home office*, son parte de la vida cotidiana y aunque se signifique diferencialmente para cada una, lo digital reviste nuestras existencias, y requiere de un método o métodos para aprovecharla, y para seguir en la línea del descubrimiento y de la experimentación, como lo han mostrado las y los jóvenes artistas desde sus creatividades juveniles.

REFERENCIAS

- Bachelard, G. (2003). *El agua y los sueños. Ensayos sobre la imaginación de la materia*. Fondo de Cultura Económica.
- Bárcenas, B., K., Preza, C. N. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo onlife. *Revista Virtualis*, 10(18), 1-11. Recuperado de: <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/rt/printFriendly/287/305>

- Benjamín, W.. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.
- Cruces, F. (2012). Jóvenes y corrientes culturales emergentes. En N. Canclini García, F. Cruces, y M. Urteaga Castro Pozo (Eds.), *Jóvenes culturas urbanas y redes digitales* (pp. 141-161). Ariel, Telefónica, UAM.
- García Canclini, N. (2014). *El mundo entero como lugar extraño*. Gedisa.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet. Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury.
- México Creativo. (12 de noviembre de 2021). <https://mexicocreativo.cultura.gob.mx/>
- Ortega, G., E.; Caloca, L. E. (2017) Los métodos digitales: miradas cercanas y distantes. Una discusión relevante. *Virtualis*, 7(14), 7-13, <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/185/180>.
- Pérez Reséndiz, E.; Montoya, G. G. (Coords.) (2020). *Jóvenes entre plataformas sociodigitales. Culturas digitales en México*. Colección Juventud. UNAM.
- Ricoeur, P. (1996). *Sí mismo como otro*. Siglo XXI.
- Vich, Ví. (13 de mayo de 2020). II Foro Navegar es preciso: el sector cultura en tiempos de coronavirus (miradas latinoamericanas) (participación en mesa redonda). En *Navegar es preciso: el sector cultura en tiempos del coronavirus*. Instituto de Investigaciones Sociales UCR.
- Wortman, A. (13 de mayo de 2020). II Foro Navegar es preciso: el sector cultura en tiempos de coronavirus (miradas latinoamericanas) (participación en mesa redonda). En *Navegar es preciso: el sector cultura en tiempos del coronavirus*. Instituto de Investigaciones Sociales UCR.

IDENTIDADES Y REDES SOCIALES EN TIEMPOS DE LA POSMODERNIDAD

José Alberto Fabela Borrego

El ritmo de la cotidianidad actual demanda un constante involucramiento con diversas problemáticas sociales que se resuelven por medio del uso de plataformas digitales. La pandemia de covid-19 que tiene casi dos años con nosotros ha repositionado y revelado la necesidad que tenemos por dominar las tecnologías digitales. Pagar por servicios, realizar algunos trámites, tener reuniones, hacer pedidos de mercancías y alimentos, así como tomar clases son aspectos que no hubieran sido posibles sin involucrar a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS). De esa manera, nos encontramos en una etapa donde el consumo de bienes tangibles de modo directo, ha sido desplazado por el uso de dichas plataformas, o bien se han ampliado o facilitado, posicionando a la experiencia digital como una práctica cultural que es una parte sustantiva de la vida en la sociedad actual.

Con la proliferación de las TICS, específicamente de las Redes Sociales Digitales o simplemente Redes Sociodigitales, entre los integrantes más jóvenes de la sociedad hay un apremio por expresarse y ser notado por el mayor número posible de personas. De esa manera se ha desencadenado una manía que demanda *renovarse permanentemente* para ser aceptados, lo que impulsa a muchos de sus usuarios a configurar una personalidad digital que es objeto de consumo y de alguna forma

su imagen es una mercancía más que sirve como rol ejemplar y aspiracional. Justo por ello, es importante pensar en que la vida digital y la forma en que socializamos por medio de estas herramientas requiere un estudio profundo que explore las condiciones en que se dan las relaciones intersubjetivas entre los usuarios de dichas plataformas digitales y que de cuenta de la manera en que convierten sus identidades en bienes que representan una forma cruda de intercambio mercantil en la sociedad hipermoderna.

Para Giménez (2016), la identidad “constituye la mediación obligada de la dinámica cultural, ya que todo actor individual o colectivo se comporta necesariamente en función de una cultura más o menos original” y que “ante la ausencia de una cultura específica, es decir de una identidad, provoca la alienación y la anomia, y conduce finalmente a la desaparición del actor” (p. 51). De acuerdo con Frosh en Bullock y Trombley (1999) el desarrollo de la identidad está sujeta a los recursos culturalmente disponibles en sus redes sociales cercanas y al de la sociedad como un todo y que “entonces el proceso de construcción de la identidad ligado a las contradicciones y disposiciones del entorno sociocultural que rodea al sujeto tiene un impacto poderoso” (p. 413). Al respecto Giménez (2016) dice que “el concepto de identidad es inseparable de la idea de cultura, debido a que las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o se participa” (p. 54).

Según Giménez, la identidad surge de las representaciones que tenemos de nuestro propio ser, pero también de quienes son los otros, de manera que implica “hacer compa-

raciones entre las gentes para encontrar semejanzas y diferencias entre las mismas. Cuando creemos encontrar semejanzas entre las personas, inferimos que comparten una misma identidad distinguible de la de otras personas que no nos parecen similares” (p. 60). La identidad, continua Giménez (2016) es “un proceso subjetivo (y frecuentemente autorreflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la autoasignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo”.⁶ Sin embargo, aclara el autor, la autoidentificación de la persona debe ser “reconocida por lo demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente” (p. 61).

Así, para Giménez (2016) entonces la cultura es “la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivado en formas simbólicas, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados” (p. 56). De esta manera se tiene que “a la interpretación posmoderna de la cultura, que subraya su fragmentación y fluidez, corresponderá una concepción de la identidad que destaca su inestabilidad, fragmentación y plasticidad en la llamada ‘condición posmoderna’” (p. 55).

De acuerdo con lo que manifiesta Giménez hay tres características que conforman la cultura posmoderna. La *hipermercantilización* que implica que todas las esferas de la vida social son mercantilizadas, incluso la familiar ya que el consumo dentro de un núcleo familiar es individualista y diferenciado.

⁶ Énfasis en el original.

La *hiperracionalización* que se asocia con el uso de distintas tecnologías que se usan para “privatizar el consumo cultural” y que a través de las imágenes que se consumen en la mediósfera “las copias y reproducciones comienzan a reemplazar a lo auténtico, es decir, los objetos reales que representan” (p. 59). La *hiperdiferenciación* que resulta de la gran diversidad de formas culturales que se han desarrollado. También se pueden vincular a la condición posmoderna⁷ características como el hiperconsumo,⁸ la hiperrealidad,⁹ la hipervelocidad,¹⁰ conceptos que se vuelven determinantes en la práctica cultural de intercambios digitales y que forman parte de una hegemonía sociocultural que el proceso globalizador impone.

Para efectos de profundizar en el estudio de las autorrepresentaciones identitarias y su relación con la idea de una hegemonía consumista que moldea las personalidades de los estratos más jóvenes de la sociedad contemporánea, se considera que la red social *Instagram*,¹¹ tiene la posibilidad de

⁷ Augé (1992) propone en su idea de la sobremodernidad que el exceso es la categoría explicativa de la realidad y que se manifiesta en tres dimensiones. El tiempo, el espacio y el ego.

⁸ Según Lipovetsky (2013) se caracteriza por la multiplicación de productos en un mismo núcleo familiar, la desaparición a nivel de representación de las distinciones de clase y que la gente compra sus bienes para generar distinción social.

⁹ Baudrillard (1978) asocia al consumo en las sociedades postcapitalistas con el simulacro, donde la simulación, es decir lo hiperreal, suplanta lo real en gran medida gracias a los medios de comunicación masiva.

¹⁰ Dery (1998) señala que frente al tiempo que se pasa frente a las pantallas hay un desmaterialización de la actividad humana cambiando de forma irreversible su vida. Así, la vida contemporánea se vive en una hipervelocidad o “velocidad de escape” en la que la virtualidad de las acciones humanas en el ciberespacio nos libera de la realidad del mundo tangible.

¹¹ Es una plataforma digital en la que sus usuarios intercambian y consumen fotografías para expresarse.

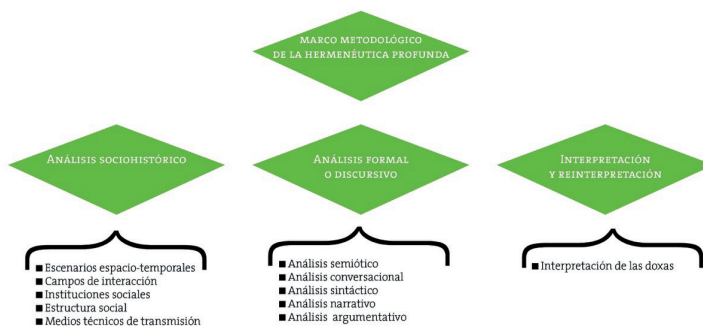
permitir realizar una observación etnográfica basada en un proceso hermenéutico profundo como lo propone Thompson (2002), que está orientado a la interpretación de intercambios simbólicos normados por medios de comunicación masiva, tales como las propias redes sociales digitales, donde la ideología es un factor preponderante en las transacciones de formas simbólicas.

Thompson afirma que dichas formas simbólicas son “construcciones significativas que requieren una interpretación” (p. 398). Según el autor, el problema con los estudios sociales que incorporan prácticas culturales estriba en que hay que considerar que “el objeto de nuestras investigaciones es en sí mismo un campo preinterpretado”¹² (p. 399) y que dicho campo no sólo es un objeto de estudio sino un sujeto constituido por individuos que de forma cotidiana elaboran un proceso de comprensión e interpretación de las formas simbólicas que intercambian con sus interlocutores. Thompson asegura que los científicos sociales deben tener siempre en mente que al interpretar una forma simbólica elaborada por sus sujetos de estudio, esta de hecho puede ser “una interpretación en sí, y que pudo haber sido interpretado por los sujetos que constituyen el campo-objeto del cual es parte la forma simbólica” (p. 400). En la Figura 1 se puede observar esquemáticamente esta propuesta.

¹² Énfasis en el original

Figura 1

La hermenéutica profunda



Fuente: Elaboración propia con información de Thompson (2002), p. 408.

De acuerdo con este autor, el análisis de las formas simbólicas hecho a través de la hermenéutica profunda debe considerar que “la hermenéutica de la vida cotidiana es el punto de partida primordial e inevitable”¹³ (p. 406) para llegar a la comprensión e interpretación del fenómeno de estudio. Thompson propone que el uso de técnicas etnográficas como las entrevistas y la observación participante en la investigación social son conductos para “reconstruir las maneras en que se interpretan y comprenden las formas simbólicas en los distintos contextos de la vida social” (p. 406) y que el resultado de este análisis es en sí misma otra interpretación del contexto social de los sujetos informantes. Es una “interpretación de las doxas”, es decir de “las opiniones, creencias y juicios” compar-

¹³ Énfasis en el original

tidos en el mundo social, que en el caso de esta investigación abarca dos contextos. La vida manifestada en línea (*online*) y la que se experimenta propiamente fuera de línea (*offline*), es decir la vida conectada (*onlife*).

Por lo que se propone analizar los intercambios fotográficos en Instagram, es decir, las formas simbólicas que representan las identificaciones entre usuarios de dicha red sociodigital ya que se percibe que dadas las características de esta aplicación, es posible reconocer de forma evidente el consumo que realizan y proyectan los usuarios en sus expresiones icónicas, pues generalmente las imágenes que los participantes comparten involucran una puesta en escena donde la persona expone lo que considera *lo mejor de sí*. Una vida saludable, cosmopolita, opulenta y positiva que brinde una sensación de triunfo con lo que se ganen más seguidores que aumenten el ego y la satisfacción personal, eso, por un lado. Por el otro lado, exposición de marcas, venta de productos, visita de lugares y consumo de artículos son expuestos de manera natural por los jóvenes participantes en sus perfiles, pero también esa información queda registrada en los algoritmos que venden las plataformas digitales a las grandes corporaciones que rigen el mundo globalizado dominado por una hegemonía sociocultural que impone una vida de consumo comercial.

Así, se tiene que de manera consensuada la participación en esa red sociodigital se desarrolla a modo de un panóptico, donde al aceptar ver a los demás se convierte uno mismo en observado en una modalidad de *aparente libertad*. En ese sentido, se plantea explorar cómo se conforman las identificaciones personales que configuran una autorrepresentación

sociocultural por medio de la exposición del Yo a través de las imágenes expuestas en los perfiles personales de cada usuario y cómo estas representaciones dan cuenta de manera grupal del hiperconsumo hegemónico.

Turkle (1995) planteó desde el génesis del uso masivo de Internet que éste “es un laboratorio social significativo para experimentar con la construcción y reconstrucción de la persona que caracteriza a la vida posmoderna (p. 180)” y, en tanto que esta vida sucede mediada por una pantalla, la simulación de un estilo de vida no solo es posible sino que se está en riesgo de convertir la experiencia virtual en una especie de Disneylandia personal donde se vive en un artificio, tal como Baudrillard propone en su idea de hiperrealidad. La misma autora señala que Foucault ha planteado con anterioridad que la misma sociedad ejerce una autovigilancia bajo la idea del panóptico digital que se refleja en los comportamientos medidos por la tecnología. Pero, en el caso de las redes sociodigitales hay no sólo un consumo de mercancías expuesto en las pantallas de los dispositivos de los usuarios. Existe también toda una serie de registros de información que la actividad digital de los participantes desencadena y que se convierte en la mercancía de cambio de las empresas dueñas de las plataformas digitales.

Dentro de los estudios actuales de las redes sociales digitales se han encontrado varias propuestas teóricas recientes sobre el significado de estos intercambios digitales y la supuesta virtualidad de estas interacciones, pero hay que destacar que esto no se opone a lo real y que solo se necesitan “traer a una manifestación material concreta”. (Medina, 2018, p. 114).

Por otra parte, de acuerdo con Hidalgo (2019b), “la vida en red es la vida permanentemente pública” en la cual la vida en línea es una extensión de la vida fuera de línea, esta vida *online* “se ha vuelto imparable e imposible de dividir. Las fronteras se diluyeron, afectando con ello la esfera pública, la privada, la económica, la cultural, la social, la religiosa, y por supuesto, alterando toda práctica de interacción con los otros” (p. 87) y donde “la vida es contemplada, monitoreada y retroalimentada en un ambiente tan familiar que termina por envolver la existencia misma” (p. 88).

Para Sánchez (2019) la cultura que envuelve a las sociedades actuales se transmite de manera importante a través de las imágenes y que el uso de dispositivos digitales para propagarlas “permiten una reproductibilidad de la realidad física, que ha llegado incluso a banalizar el recuerdo como manifestación de la experiencia” (p. 16). Según este autor, la realidad se manifiesta en representaciones y que en las Ciencias Sociales “el concepto de representaciones sociales tiene una presencia significativa” ya que estas son “ductos informativos que se constituyen en hechos y acciones sociales, demarcando rasgos de identidad en grupos y en individuos. Las representaciones se constituyen basadas en el dilema de la cultura, son proyecciones de la cultura” (p. 28).

Por otra parte, es necesario mantener una separación entre las manifestaciones concretas de lo cultural y los sujetos que las producen, ya que es básico para entender hasta dónde se convierten en símbolos autónomos que se convierten en reguladores de la conducta personal y social (Sautú, 2016) así, identificar esta separación, permite elaborar estrategias

de investigación que epistemológicamente respondan a las necesidades del planteamiento del problema y búsqueda de respuestas que aporten a la generación de conocimiento.

En este proceso, se puede inferir que en realidad estas expresiones no son personales, sino que son una manifestación tangible del grado de globalización en el que la vida digital está profundamente imbricada. Esto se comprende mejor si se considera que las prácticas socioculturales que acompañan al uso de las tecnologías “están vinculadas a estilos de vida y hábitos de consumo que históricamente dinamizaron economía y cultura, sociedad e ideologías” (Alonso, 2018, p. 58). Ocurre también que, como parte del dominio neoliberal, el conflicto de clase se fragmenta en diversos antagonismos que se dirimen en distintos ámbitos, uno de ellos el digital (Medina, 2018, p. 106). A su vez Morduchowicz (2008), expone que “la relación de los jóvenes y las pantallas no puede tampoco abordarse sin tomar en cuenta las brechas sociales que existen entre los jóvenes ‘conectados’ y los ‘desiguales y desconectados’” (p. 14).

De acuerdo con Hidalgo (2018) el intercambio de imágenes en redes digitales es una “referencia a esa obsesión competitiva por ganar un estatus que han desarrollado los usuarios de las redes sociodigitales, intentando con ello ‘ascender socialmente’ o impresionar a los demás” (p. 167). Bajo esta perspectiva, el comportamiento digital estaría estructurado a la manera de un *poste totémico* donde las muestras de reconocimiento como *likes*, me gusta, corazones o cualquier otra muestra de aprobación constituye el prestigio del ser social lo que motiva a mostrar su mejor cara, aunque esta no sea precisamente la real. Por otra parte, también advierte que di-

rigir una mirada crítica a las prácticas de comunicación entre los usuarios de redes digitales al “distinguir los estilos de vida jóvenes permite hablar de las prácticas de consumo, la inserción en la dinámica global, la integración/incorporación a las instituciones o la marginalidad” (Hidalgo, 2019a, p. 21).

Para Van Dijck (2016) la convivencia social en redes digitales, es el resultado de una presión constante donde se valora el prestigio y lo que verdaderamente está en juego es “una ideología que valora la jerarquía, la competencia y el lugar del ganador” (p. 25). Sánchez y Martínez (2019) afirman que esto es importante ya que sostienen que al privilegiar la mirada y poner a la imagen como un recurso central del desarrollo tecnológico, se capitaliza tanto como un valor simbólico y un valor económico. En este capitalismo digital, los autores plantean que la viralidad con el que se difunden las imágenes, es decir la hipervisibilidad que les otorga el ser compartidas en redes sociales digitales implica que intervienen en “las dinámicas de intercambio social; se trata de estar situado en un campo de observación, donde los valores sociales se cruzan con la transparencia de sí y del mundo para encontrar nuevas formas de pertenencia” (p. 19).

Al compartir los usuarios de redes sociodigitales su vida íntima y privada en línea se configura, según Sánchez y Martínez (2019) una “cultura del mostrarse” pero que este tipo de contenidos “son utilizados por el *marketing* y los estudios de consumo cultural”. Afirman que al compartir la vida privada, la empatía entre usuarios se vuelve trascendental pues es un motivo para que ocurra la viralización de las imágenes. De esta manera la transparencia con la que es expuesta la vida

íntima de las personas permite que exista un “conductor emocional que sirve también para sostener una vigilancia dentro del capitalismo digital” (p. 26). Sánchez (2015) dice que una característica de estas redes sociodigitales es que establece una “cultura de los *autos*” es decir se sustenta en “autografías, autonarrativas, autoimágenes, autodiscursividad”. Esto ha permitido dos fenómenos observables.

Por una parte, “la aparición de una dinámica de intercambio social basado en una visualidad más que en una textualidad” e incluso el texto, cuando aparece, es más una representación o “simulación visual” gracias en parte al propio desarrollo tecnológico de las plataformas digitales que permiten el almacenamiento de grandes cantidades de información, es este caso fotografías de manera que hay una “explosión visual digital”, una cultura del exceso que en la medida que permite su modificación o edición existe la posibilidad de manipular ese contenido. Por la otra parte, Sánchez (2015) advierte que con respecto a la vida en línea “las imágenes ya no sólo son un producto dirigido a la contemplación, al consumo pasivo, por el contrario, las imágenes comienzan a ser el principal canal de agrupación, de socialización, de interpretación social”, donde se puede colegir que se está en una nuevo “régimen de congregación”, en tanto que permiten gestionar puntos de vista convergentes.

Hidalgo (2019b) plantea que “la *participación afectiva* en las redes no es otra cosa que la emergencia de la *identidad hiper-medial* propia y del *otro*” (p. 78). Según este autor, los usuarios de redes sociodigitales, en particular los más jóvenes, utilizan estas plataformas “para dotar de sentido a su existencia”.

Para Hidalgo la urdimbre que enlaza a los hipermedios con la cultura y las identidades es “un puente dialógico, narrativo, superpuesto, entrecruzado, antagónico y alterno” y este entramado configura “constelaciones hipermediáticas con dimensiones como la construcción social, los imaginarios radicales, la hipertemporalidad y la ubicuidad supraterritorial” y por ello propone el concepto de identidades hipermediales ya que “apela a las identidades múltiples, creadas y mediatizadas del sujeto” (p. 79) y se convierte en una “narración biográfica portadora de sentido para *uno* y para el *otro*, mediada, difundida, amplificadora y fragmentada por dispositivos hipermediáticos”. Las identidades, dice Hidalgo, “se construyen, difunden y reproducen por los medios e hipermedios, todo con el fin de ser vistas” (p. 84).

Por medio de las redes que han tejido los sujetos gracias a los dispositivos y plataformas digitales, agrega Hidalgo, “se expresan y se entienden sus consumos” y también establecen “un mecanismo de inmersión que les permite participar, interactuar, descubrir, intercambiar, vivir e incluso popularizar su *yo* y su subjetividad, como si fuera un objeto más, un texto más, un código más” (p. 87). Se forma así un *yo hipermedial* que transita entre la vida *online* y *offline* y que contribuye a incrementar el capital cultural y social de los individuos, pero justo por ello se expande la cualidad no sólo simbólica sino la mercantil de cada sujeto bajo la óptica económica del panóptico digital. Se es presa de plataformas digitales o hipermedios que “buscan, ordenan, catalogan, archivan, analizan e interpretan datos que al final se terminan interpretando como estilos de

vida, prácticas de consumo, comunidades de significación y nichos de mercado” (p. 87).

Nuestra cultura contemporánea, continúa Hidalgo (2019b), “se alimenta de la explotación de los comportamientos emocionales, las expectativas y las motivaciones de las personas” (p. 87) mientras que la economía del panóptico se aprovecha de los datos que son procesados por los hipermedios al hacer un *click*, o seleccionar una serie o película, al recibir o hacer llamadas o visitar lugares así como en las compras en supermercados y retiros en cajeros automáticos entre otras muchas actividades mediadas por plataformas y dispositivos digitales. Pero también gracias a su hiperconectividad, los hipermedios “han podido servir como vías alternas para el autodesarrollo, el autodescubrimiento, la creación, la expresión e incluso para la configuración de la propia identidad” (p. 90).

Sibilia (2012) cuestiona si las representaciones que ocurren en redes sociales digitales son en realidad un reflejo de una vida real o si por el contrario son una *puesta en escena* que busca construir virtualmente otra realidad que no tiene nada que ver con las condiciones concretas de vida. Por lo que plantea que se pueden construir narrativas que representen ficcionalmente, en la virtualidad, a una persona con otras condiciones en su realidad cotidiana. Lo que la autora dice, es que el Yo solo puede contarse o narrarse a partir de la propia versión que de sí mismo elabora un sujeto pero que esta elaboración puede –finalmente, como toda narración– incluir vestigios (en el sentido de signos índices que tracen dicha narrativa, no de remanentes) de ficción o que se puede construir un personaje de sí mismo en tanto uno es dueño de su persona y de lo que

quiere esa persona mostrar a los demás, o sea, como se autorrepresenta por medio de un lenguaje, sea este determinado por palabras o por imágenes.

Un posible motivo del porqué algunos individuos tienen una presencia constante en redes sociales, es decir, siempre están gestando una autorrepresentación digital dice Sibilia (2012) es que frente a la concepción diacrónica del tiempo en la modernidad, en la era postmoderna el tiempo y la existencia misma tienen una visión sincrónica y por lo tanto surge una compulsión por mantener una impronta del presente en todo momento. En ese sentido, Han (2016) plantea que la continua exposición por medio de imágenes se convierte en un fenómeno de “hipervigilia e hipervisibilidad” que ha dislocado tanto los sentidos de distancia y velocidad en el mundo personal, y que, al trastocarlos y convertir a la persona en centro y objeto del intercambio icónico, crea por lo tanto, una mercancía susceptible de ser vigilada, aprobada y consumida. Se llega así a un estadio donde este mecanismo censor ya no es ejercido sólo por el Estado sino por las grandes empresas ávidas por devorar al otro, al promover el consumo por medio las representaciones icónicas de los demás, que como argumenta Zuboff (2020), representaría una condición del “Capitalismo de vigilancia”, en donde los usuarios de redes sociodigitales “se encuentran inmersos en una vida de colmena, donde el otro es un *ello* para mí, y donde yo me vivo a mí mismo como el *ello* que otros ven en mí”, a su vez, esto se da en dos aristas: la vida *online* y *offline* que conforman la singularidad *onlife* de una persona.

Para Sánchez y Martínez (2019) este capitalismo digital es un escenario ideal que por una parte controla a sus participantes y por la otra promueve una competencia entre los mismos al poner “la mirada y la imagen en el centro del desarrollo tecnológico y que capitaliza valor simbólico y valor económico”. Lo digital, agregan, “ha creado un excedente visual sustentado en un capitalismo social, es decir, en la subjetivación de la imagen que estructura las formas de estar, actuar y ser en el mundo, el acto de autorevelación voluntaria como valor social”. Bajo la mirada que impone este capitalismo digital, que se traduce en la hipervisibilización del sujeto, “los valores sociales se cruzan con la transparencia de sí y del mundo para encontrar nuevas formas de pertenencia” (p. 19). Este excedente visual dicen los autores conduce a que lo que se ve en las redes sociales digitales es “el signo desplegado en un campo de interpretación y de conducción de su aparecer” ya que “la realidad queda atrapada en un conjunto de signos a partir de los cuales forjamos un criterio de veracidad y de realidad” (p. 20).

Así, el estudio de *cómo se generan las interacciones* en los usuarios es importante para identificar no sólo los procesos mediante los cuales se manifiestan, sino la manera en que la representación de su imagen es inducida por un contexto de hiperconsumo, dado el proceso globalizador en que las plataformas digitales se desarrollan y que influye en su construcción sociocultural *onlife*. Este autorreconocimiento, que está en permanente construcción y afirmación, si bien como se plantea, es una consecuencia de una hegemonía sociocultural, también puede ser un mecanismo de respuesta y defensa

que implique un rechazo a la misma condición hipermoderna. Comprender estas posibilidades enriquece no solo una discusión teórica sino que permite conocer las motivaciones, expectativas, comportamientos y sentimientos de las juventudes con respecto a las sociedades del capitalismo de vigilancia, que implica su actividad en redes sociales digitales.

REFERENCIAS

- Alonso, G. (2018). La cópula del Capitalismo con la tecnología. Globalización económica, e-TIC, jóvenes y nuevas configuraciones socioculturales. En G. Alonso (Coord.), *Jóvenes, dispositivos electrónicos e (hiper)comunicación digital. Usos y efectos socioculturales de las e-TIC* (pp. 33-85). El Colegio de la Frontera Norte.
- Augé, M. (1992). *Los no lugares*. Gedisa.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Editoril Kairós.
- Bullock, A., y Trombley, S. (1999). *The New Fontana Dictionary of Modern Thought*. Harper Collins Publishers.
- Dery, M. (1998). *Velocidad de escape*. Ediciones Siruela.
- Giménez, G. (2016). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. ITESO.
- Han, B. C. (2016). *Por favor cierra los ojos. A la búsqueda de otro tiempo diferente*. Herder.
- Hidalgo, J. (2018). Selfies y Potlach digital: Imágenes y capitales simbólicos en la era de la reputación digital. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 5(29), 168-179.

- Hidalgo, J. (2019a). Jóvenes hipermediales: hipermediatización del Yo y las juventudes hiperconectadas. En D. Barredo, M. Rodríguez, y J. Hidalgo (FALTA ES ED., COOD.?), *Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina* (pp. 17-45). Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- Hidalgo, J. (2019b). La economía del panóptico: la experiencia de la mirada y las identidades en la era digital. En J. Sánchez, y D. Martínez (Coords.), *Viralidad. Política y estética de las imágenes digitales* (pp. 75-104). Gedisa.
- Lipovestky, G. (9 de octubre de 2013). *La sociedad del hiperconsumo* (Cátedra Alfonso Reyes del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey). <https://www.youtube.com/watch?v=r3ychf3IRow>
- Medina, R. (2018). Mediósferas: Viejos y nuevos medios. En G. Alonso (Coord.), *Jóvenes, dispositivos electrónicos e (hiper) comunicación digital. Usos y efectos socioculturales de las e-TIC* (pp. 87-123). El Colegio de la Frontera Norte.
- Morduchowicz, R. (2008). Introducción. Los jóvenes y las pantallas. En R. (. Morduchowicz (Coord.), *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad* (pp. 9-24). Gedisa.
- Sánchez, J. A. (2015). Cultura visual digital y campos de acción en redes sociales. En R. Winocur, y J. A. Sánchez (Coord.), *Redes sociodigitales en México* (pág. Edición Kindle). Fondo de Cultura Económica.
- Sánchez, J. A. (2019). *Estética de la interacción visual. La imagen-avatar y performance en las redes sociales*. Gedisa.

- Sánchez, J. A., y Martínez, D. (2019). Capitalismo digital y viralidad. En J. Sánchez, y D. Martínez (Coords.), *Viralidad. Política y estética de las imágenes digitales* (pp. 17-30). Gedisa.
- Sautú, R. (2016). *Teorías y métodos en la investigación de la cultura*. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Sibilia, P. (2012). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica. Edición de Kindle.
- Thompson, J. (2002). *Ideología y cultura moderna*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen*. Simon & Schuster Paperbacks.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Siglo Veintiuno Editores.
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de vigilancia*. Paidós. Edición Kindle.

ESPACIOS DE OCIO E INTERCAMBIO *ONLIFE*: PRÁCTICAS Y EXPERIENCIAS DESDE EL ENTRAMADO DE LOS VIDEOJUEGOS

Ana Valeria Rodríguez

INTRODUCCIÓN

Probablemente hace diez años no tendríamos idea del alcance social que tendría, por ejemplo, en internet, para la vida y las dinámicas sociales que desarrollamos de formas cotidianas y, por lo tanto, tampoco en cuestiones metodológicas o de investigación académica. Hoy hablamos de lo *onlife*, lo investigamos, lo cuestionamos y resulta cada vez más evidente que lo digital se ha involucrado de forma casi indisoluble a nuestros espacios de intercambio, interacción, e incluso, de ocio.

Se ha mencionado en investigaciones previas, que, entre otras cosas la inmediatez, interacción y espacialidad que proporcionan el internet y los espacios digitales, han consolidado un contexto en el cual se consolidan y configuran nuevos sentidos y procesos subjetivos, interacciones concretas dentro de estos marcos de referencia (Harré, 1982), se desarrollan nuevas identidades, e incluso transformaciones de orden económico, político, social y cultural. Los videojuegos, como parte de la cultura digital, no son la excepción: han permitido dotar de sentido continuo, constante y diverso al *sí mismo* y a la interacción *con los otros* a partir de la convergencia *onlife*.

Me valgo de las siguientes líneas para compartir con las personas lectoras, la ejemplificación de las implicaciones que tienen los jóvenes en los espacios digitales cuando se trata de ocio. Retomo lo anterior a través de compartir desde investigaciones multidisciplinarias que tienen como espacio de reflexión la práctica de formar parte del entramado de los videojuegos a través de las experiencias: al jugar, trabajar o realizar algunas otras actividades en este mismo entramado.

En las primeras líneas, esbozo una conexión entre la cultura digital y los videojuegos y distingo tres maneras desde las cuales se ha considerado pueden ser estudiados. Asimismo abono algunos elementos teóricos que me permiten situar las investigaciones que he realizado sobre el tema. En un segundo momento de este texto, presento empíricamente una aproximación a las prácticas y experiencias de quienes juegan, recuperando el trabajo de campo realizado en la maestría y el curso del doctorado. Para el final del texto, realizo una aproximación al caso específico de las diferencias de género dentro del entramado de los videojuegos y cierro con algunas reflexiones sobre lo presentado.

Compartir esta propuesta, atiende, entre otras cosas, de abonar al cambio de paradigma hegemónico que rodea a los videojuegos; los estudios existentes en su mayoría, posicionan a estos como un producto de consumo y generador de violencia, aislamiento, tensiones o en general negativos. Sin posicionarme en una postura moral, invito más bien a la consideración de otros elementos que de la práctica devienen, como pueden ser las trayectorias de quienes crecieron con esta práctica lúdica, sus motivaciones, los entramados de interacción, los espa-

cios, códigos y significados, así como estructuras identitarias y culturales, solo por mencionar algunos elementos.

A MANERA DE ANTECEDENTES: CULTURA DIGITAL Y VIDEOJUEGOS

Se ha considerado casi de manera tácita al internet como uno de los protagonistas de la cultura digital y responsable de las transformaciones que la comunicación ha atravesado a lo largo del tiempo. De esta misma forma implícita, ha ido homogenizando denominada vida *on line* y lo sucedido en los espacios *off line*, logrando entonces que términos como *onlife* cobren total sentido, más cuando se recuerda que sobre lo digital se trata de “simplemente vivir, porque la experiencia de la convergencia radica en el sentido vital que ha adquirido en su vida el hecho de estar comunicado con todos a todas horas y en todos los lugares” (Winocur, 2009:250).

La forma en la que, tanto el internet, como la cultura digital han evidenciado un espacio con posibilidades bidireccionales entre lo *on line* y lo *off line*, posibilita que cualquier aspecto social como la cultura, la política, economía, dinámicas de cualquier tipo, como personales, familiares, afectivas, de ocio, solo por nombrar algunas, se pueda reconfigurar a partir de estos espacios virtuales, generando sus propias normas, valores, símbolos, lenguajes, teniendo como consecuencia que procesos subjetivos, interpersonales, identitarios, entre otros, se transformen y renueven, ahora en lo *onlife*.

Lo anterior pone en evidencia que, aun cuando se trata de *nuevos espacios*, los ámbitos digitales y tecnológicos vinculan con temas que podríamos considerar clásicos y que han sido —y siguen siendo— estudiados, por ejemplo, cuestiones de trabajo, precariedad de accesos, alfabetización, discriminación, consumos, entre otros. Mencionaba Castells (1999), en la sociedad de la información, que las tecnologías además de facilitar la creación, distribución y hasta la manipulación de la información, también a vislumbrado ciclos de producción de las industrias (por ejemplo, culturales y digitales), así como el consumo, ambas en las que se ubican a los videojuegos.

Los videojuegos, más que ser únicamente un producto tecnológico y digital, por sus componentes de software, hardware y plataformas o cualquier otro elemento digital que lo componga, es aquí entendido también como mencionara Marques (2010), un juego digital interactivo —donde evidentemente se requiere de un ejecutante— y como menciona Levis (2013), se trata también de una interacción entre persona y máquina. Este último autor explicita también la importancia que tiene el entramado de los videojuegos, al consolidarse como una de las industrias más importantes en términos económicos y sociales.

Cuando hablo de los videojuegos, me refiero al entramado industrial y cultural, ya que considero que no pueden ser estudiados por separado u omitiendo alguno, por tal motivo, apunto entonces una breve y sintética explicación de las formas a partir de las cuales pueden ser estudiados los videojuegos. Esta propuesta puede relacionarse con las premisas del configuracionismo latinoamericano (De la Garza, 2018), debi-

do a que es posible identificarlos desde la estructura, la subjetividad y la acción, como nuestro a continuación:

- **Producto de consumo:** Partiendo desde la industria, la creación y comercialización de todo tipo de productos, así como el videojuegos mismo. En esta línea puede identificarse también como parte de las industrias culturales, creativas y digitales ya que el videojuego es al mismo tiempo un objeto de entretenimiento con finalidad lúdica y se genera a través de la manufactura, producción y circulación que logra ganancias y provoca consumos.
- **Producto simbólico:** El consumo de videojuegos es dotado de sentido, apropiaciones y significados por los usuarios. En este sentido, se han identificado a través de varios estudios, que esto permea diferentes esferas sociales, a través de marcos de interacción, lenguajes, convivencias, valores, que atraviesan el cuerpo, las subjetividades, experiencias, identidades, entre otras. Se puede entender a los videojuegos, como un objeto cultural pues, menciona Rodríguez (2019), “se relacionan con aspectos de la vida y la condición humana y de ello suceden apropiaciones y relaciones concretas” (p. 17).
- **Espacio de intercambio e interacción:** Considerando la relación entre los sujetos o usuarios y las subjetividades que se gestan a través de esta práctica, se identifica también un espacio que permite la acción, interacción e intercambio teniendo como punto de convergencia *onlife*: por ejemplo, torneos, juegos en línea, espacios de

compra y venta, espacios de intercambio de información al respecto, solo por mencionar algunos.

La clasificación anterior, abona también a la idea de que es posible identificar en estos espacios digitales y en la práctica de videojugar, relaciones sociales concretas que nos permiten continuar en la investigación y búsqueda de comprensión de temáticas que se consideran clásicas, pero que se reconfiguran, actualizan y modifican desde y con lo digital. De esta manera, sirva también para ejemplificar que estas dinámicas digitales consolidan dinámicas propias de las culturas digitales.

Vale la pena recordar que es imposible simplificar este entramado de la industria y la cultura de los videojuegos a una sola perspectiva de análisis, ya que es necesario comprender que la práctica de jugar representa experiencias más profundas que van desde el juego hasta las apropiaciones e interacciones con el resto de las personas. Son los usuarios y consumidores, así como los productores y desarrolladores y todos los implicados en este entramado, quienes dotan de sentido a los videojuegos. Por lo anterior, el estudio de esto, requiere —e invita— a su comprensión multi y transdisciplinaria.

Siguiendo esta línea, he dedicado algunas de mis reflexiones e investigaciones¹⁴ a profundizar en aspectos relacionados con la identidad y la experiencia de quienes juegan videojuegos, principalmente de jóvenes. La categoría de juventud, es entendida en términos culturales como todas aquellas perso-

¹⁴ Se pueden revisar Rodríguez 2015 y 2019, en la bibliografía. Actualmente hay una investigación en curso como parte del programa de doctorado en estudios socioculturales del Instituto de Investigaciones Culturales de la UABC

nas que se encuentran entre los 12 y los 29 años,¹⁵ siendo también este, el sector demográfico con mayor representación actual.¹⁶ Sobre la juventud, menciona Feixa (2014), que las formas, productos y tendencias, entre otros elementos culturales, se diversifican y se despliegan en distintos ámbitos, lo cual puede observarse, también, en los espacios digitales.

Poniendo la mirada en los videojuegos, principalmente como producto simbólico y espacio de intercambio e interacción, me centro en los usuarios jóvenes, y en esta práctica de videojugar, se encuentran dinámicas como la socialización, siguiendo la propuesta de Berger y Luckmann (1991) y la sociabilidad de Simmel (2002), estos procesos fortalecen los vínculos de interacción entre los usuarios. En un primer momento los procesos mencionados, se identificaban con claridad en los salones de juego, bares y espacios de competencias, entre otras. Y con el paso del tiempo estos procesos se han trasladado también a las dinámicas de juego en línea, transmisiones de juegos y otras actividades digitales, que trascienden fronteras geográficas y temporales, e incluso podríamos encontrarlas ahora como parte de lo *onlife*.

Estos elementos teóricos, abonan al camino para poder hablar de identidad, que si bien, esta responde a un proceso complejo de reconocimiento de sí mismo, no solo como úni-

¹⁵ De acuerdo con el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) y las propuestas del Programa Nacional de Juventud derivado del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 disponible en: <https://www.gob.mx/imjuve/documentos/programa-nacional-de-juventud-2021-2024?state=published>

¹⁶ De acuerdo con datos de Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) 2020, disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/Juventud2020_Nal.pdf

co, sino también como parte de una comunidad con la cual se puede o no compartir ciertas características como menciona Castañeda (2010), se complementa también con otros elementos que, de acuerdo con Giménez (2003), se interiorizan y a través de los cuales se establecen distinciones entre individuos, contextos históricos y sociales. Aquí, corresponde a que las apropiaciones que devienen de la práctica de videojugar abona a la construcción de las identidades de quienes realizan esta práctica, en diferentes niveles de implicación interpersonal.

Para el curso que tomará este texto, enuncio que los análisis aquí vertidos parten en mayoría de la postura de carácter simbólico, dado que permite entender que el contexto en el cual el sujeto realiza sus actividades cotidianas existe previo a estas interacciones digitales y por otra parte, establece que cada una de las acciones realizadas debe entenderse entro del contexto que es realizada. Los contextos a los que hago referencia, son históricamente establecidos, e incluyen elementos políticos, económicos, culturales y sociales, y las acciones realizadas en en este entramado, pueden ser tambien entendidas como roles como menciona Goffman (2006) a partir de los marcos de referencia que, en este caso, el joven videojugador realice.

EXPERIENCIAS DE LOS JÓVENES EN EL ENTRAMADO DE LOS VIDEOJUEGOS

Los elementos teóricos anteriormente mencionados y algunos adicionales, se han triangulado a partir de distintas herramientas de corte cualitativo, como son la observación participante,

no participante, entrevistas narrativas y grupos focales en los periodos de 2015 a 2020. Dentro de las categorías que se han podido identificar en relación con la identidad, destacan el lenguaje, la autorepresentación, el cuerpo, experiencias, diferencias y tensiones por condición de género, afectividades, solo por mencionar algunos.

En lo sucesivo, retomaré algunos fragmentos de la narrativa de los jóvenes que juegan videojuegos, en general, coinciden quienes participan de este proyecto, que la identidad, así como la autopercepción y la autorepresentación tienen estrecha relación con el conocimiento, es decir, el dominio que se tenga —o no— del tema, puede definir parte del *sí mismo*. Esto es visible a través de las distinciones que se hacen en la forma de nombrarse, coinciden quienes participan, que no es lo mismo *ser videojugador* que ser o reconocerse como *gamer*:

Si haces tacos, pues eres un taquero, ¿no? si haces videojuegos, desarrollas videojuegos, eres un desarrollador de videojuegos, y si juegas videojuegos, eres un videojugador. Y creo que es una forma correcta y formal de referirse a alguien que es parte de esto [...] Yo soy un videojugador, definitivamente, soy un videojugador, o sea, soy un videojugador porque juego y como te digo si fuera yo, esté, me encargará de partir carne, de cortarla, sería un carnicero.

(Rodrigo, comunicación personal, 2019)

Lo anterior pareciera apuntar que el conocimiento habilita o dota de cierto capital cultural o simbólico, como mencionaría Bourdieu (1979), sobre el entramado de los videojuegos y al mismo tiempo incrementa el nivel de implicación o de pertenencia a estos espacios de interacción. Si bien en el discurso general pareciera que los terminos *videojugador* y *gamer* pueden ser identificados como sinónimos, se establece una delicada diferencia que atiende a lo mencionado:

Quienes logran describir o identificarse como *gamer* priorizan el conocimiento profundo sobre todo lo relacionado con la industria y la cultura de los videojuegos, mientras que aquellos identificados como videojugadores atribuyen más esta actividad a espacios y temporalidades ocasionales, quizás con algunos conocimientos sobre la cultura del videojuego, pero en cuestiones más específicas, como franquicias de su preferencia o videojuegos que los han acompañado a lo largo de toda su vida (Rodríguez, 2019:III).

Sin embargo, hay que reconocer que, incluso en estos espacios de ocio, existen disputas, contradicciones y tensiones sobre lo que puede –o no– representar o significar en términos de experiencias para quienes juegan. Desde la popularización de las tecnologías, sobre todo de las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que el acceso y consumo de estas no es homonegeo y equitativo, el acceso a internet, a estas herramientas e incluso a los videojuegos, dependerá también de los contextos sociales y estructurales de cada per-

sona, lo cual desenvoca en experiencias diferenciadas, no solo al momento de reconocerse o nombrarse, sino también en el proceso de interacción y vinculación con *los otros*.

Si bien no se trata de profundizar aquí al respecto del proceso identitario, lo retomo como elemento que ayude también a enlazar con las experiencias interpersonales de quienes videojuegan, como una suerte de espacio que permita mostrar una mirada diferente a la hegemónica en cuanto a los estudios de videojuegos y que al mismo tiempo establece un puente entre lo digital, en este caso la práctica de jugar y la vida cotidiana, es decir, lo *onlife*. Esto puede identificarse en las siguientes narrativas:

Entonces en la vocacional fue cuando fui más abierto con otros jugadores, conocí amigos que también jugaban lo mismo que yo, los empecé a conocer más a fondo y me di cuenta que la amistad con ellos era más fuerte, era más profundo, porque fuera de lo que eran los videojuegos, había más confianza, de repente hablábamos de nuestros problemas, de repente hablábamos de nuestras familias, qué conocíamos, qué sabíamos, nuestros intereses y es donde la amistad la vi fortalecida (Uriel, comunicación personal, 2019).

Quienes juegan videojuegos, gestan relaciones interpersonales que trascienden las pantallas hasta campos más *íntimos*, como menciona Uriel en la narrativa anterior. Otro ejemplo

de esto, es un grupo de jugadores *Los Hydraz*,¹⁷ amigos, que tienen más de 20 años de conocerse cuya relación comenzó a partir de videojugar y que ahora, además de seguir jugando, se acompañan en momentos cotidianos, como bodas, fiestas o hasta funerales, de forma tal que se puede afirmar que este vínculo puede ser considerado *onlife*. Como los casos anteriormente mencionados, encuentro otros similares, por ejemplo, de mujeres videojugadoras que han hecho vínculos laborales a partir del juego, o quienes han profundizado sus relaciones de pareja a través de compartir gustos similares en videojuegos, solo por mencionar algunos.

Podríamos notar que estas relaciones interpersonales *traspasan* las pantallas, y los avatares de juego, hacia la construcción de amistades, redes de apoyo y algunas otras formas de relaciones interpersonales, tal como ya había mencionado. Se puede afirmar entonces, como lo hacen Cornejo y Tapia (2012), que la tecnología y la apropiación de esta, ha permeado a la vida familiar y cotidiana. Esto es visible también en las relaciones interpersonales, otro ejemplo puede encontrarse en la narrativa siguiente:

Empecé andar con mi novio actual con Luis Felipe y recuerdo que lo primero que le dije así todavía ni siquiera andábamos, pero lo primero que le dije fue “¿tienes Play 3?” y él “Sí” “ah, entonces te gustan los videojue-

¹⁷ Nombre del grupo de amigos o *clan* con quienes estuve realizando trabajo de campo entre 2018 y 2019. Constituido por 8 varones de entre 28 y 32 años. Retoman el nombre en referencia a una organización ficticia del mundo de los comics.

gos” y empezamos a platicar, como que eso nos, nos movió mucho (Ángela, comunicación personal, 2019).

Estas relaciones se complementan y entrelazan para la conformación de la identidad, no solo como parte de la identidad como usuarios de videojuegos, sino también con distintos marcos de interacción, como *mascaras del yo*, con la pareja, la familia, entre otras y elementos como las emociones, el lenguaje, la performatividad, solo por mencionar algunos. Las experiencias de juego, se han trasladado también a otros espacios, por ejemplo, laborales, de aquellas personas que han transformado esta práctica en una actividad laboral, como mencionan Cerón y Rodríguez (2020), jugar para trabajar o trabajar para jugar, o también aquellos quienes han profesionalizado su práctica a través de los deportes digitales, como investiga Flores (2019), solo por nombrar otras maneras de apropiación de la práctica de videojugar.

La reflexión que acompaña estas apropiaciones y resignificaciones de las relaciones interpersonales a partir de videojugar, entre otras cosas, converge con lo anteriormente mencionado y de lo que ya se investiga desde las ciencias sociales: lo que podríamos denominar *problemáticas clásicas* pero ahora en los entornos digitales. Los procesos identitarios, por ejemplo, se estudiaban desde otras perspectivas, las adscripciones identitarias, los procesos y relaciones laborales, los vínculos afectivos, entre otros, haciendo visible que este tipo de tensiones sociales también se pueden considerar *onlife*...

UN CASO ESPECÍFICO: LA PRESENCIA DE LAS MUJERES

Una de las propuestas que acompaña el término *onlife*, es el desdibujamiento de las fronteras entre lo digital o virtual y lo cotidiano, es por ello que comparto el ejemplo de los videojuegos y de quienes realizan esta práctica a través de la recuperación de las narrativas. Sumado a ello, una de las situaciones que considero evidencia aun más las condiciones *onlife* de esta práctica, es la presencia de las mujeres en el entramado de los videojuegos, de lo cual puntualizo en las líneas siguientes.

La industria y la cultura de los videojuegos convive con el imaginario colectivo de que está diseñada y destinada para el ocio y el consumo masculino, lo cual, como mencionan Malkowski y Russworm (2017), entre otros estudiosos del tema, es un error. Las tensiones por condición de género que suceden en los espacios cotidianos, se encuentran también en este entramado digital y entre quienes realizan esta práctica. Este tipo de problemáticas, me ha llevado personalmente a plantear un estudio sobre las experiencias que, particularmente las mujeres experimentan al formar parte de este entramado.

Sean jugadoras, profesionistas de la industria, productoras de contenido o cualquier otra actividad que realicen dentro del entramado de los videojuegos, los espacios que convergen en la industria de los videojuegos, las interacciones, sobre todo aquellas diferenciadas por cuestiones de género, están marcadas a partir de la acumulación socio-histórica y cultural de códigos masculinos, reproduciendo las relaciones asimétricas de poder que anteriormente solo se encontraban en espacios de interacción cara a cara. Es importante notar que estas in-

teracciones en línea no son apolíticas o amorales, por lo cual resulta apremiante promover un espacio de estudio crítico y feminista al respecto. Tal como sucede en las ciencias en general:

La exclusión de lo femenino de la ciencia ha sido históricamente constitutiva de una definición particular de ciencia —como indiscutiblemente objetiva, universal, impersonal— y masculina: una definición que sirve simultáneamente para demarcar lo masculino de lo femenino y los científicos de los no científicos, incluso la buena ciencia de mal (Fox, 1987:47).

Ya sea en partidas en línea, en foros, en interacciones cara a cara, o en otro tipo de espacios físicos como aquellas que trabajan de la industria, desarrolla, producen, diseñan, hacen *streaming*; se enfrentan a interacciones moldeadas por las violencias, como estigmatización, discriminación, techo de cristal, solo por mencionar algunos, que incluso se posicionan dentro de las *normas* de estos contextos; por ejemplo, las dificultades que enfrentan las videojugadoras profesionales para formar parte de un equipo o las limitantes corporales al transmitir una partida en alguna plataforma digital.

Por otra parte, dentro de los mismos contenidos narrativos y avatáricos de los videojuegos, aun cuando las temáticas actuales se han diversificado, la postura tradicional en los juegos de larga trayectoria y aun en algunos de reciente creación, el papel de la mujer en su gran mayoría se encuentra además de hipersexualizada, subordinada, como la damisela en apuros o como el trofeo al final del recorrido. Estas representaciones

aún están presentes, reproduciendo estereotipos tradicionales, o las distinciones de habilidades entre personajes, los femeninos como más reflexivos y pasivos contra los masculinos más activos y territoriales, entre otras características.

Al tratarse de una temática atravesada por diferentes conceptos teóricos de *reciente* importancia para las ciencias sociales y estudios culturales, es prudente realizar un esfuerzo no solo de repensar el uso de conceptos, epistemologías y/o metodologías clásicas, sino también promover la reflexión interseccionada y renovada, así como situada, en relación con las nuevas dinámicas, interacciones y acciones sociales complejas que se están gestando en los espacios digitales. De esta manera, lo anterior abona a los niveles de complejidad del estudio de ello, desde lo social y específicamente desde lo sociocultural.

Se puede encontrar en las narrativas de las jugadoras, y de quienes realizan transmisiones de juego, que las tensiones y violencias se trasladan a lo corporal, lo psicológico, estructural y hasta lo subjetivo. Es importante recordar que esta narrativa, en mayoría, sucede en el marco de interacción de las plataformas sociodigitales, “estas herramientas encarnan y ponen en vigor nuevas relaciones sociales para las mujeres a través del mundo. Las tecnologías y los discursos científicos pueden ser parcialmente comprendidos como formalizaciones” (Haraway, 1991:279). Lo anterior, buscará evitar que estos *nuevos espacios* vinculados con las tecnologías y que permiten diversas formas de interacción, reproduzcan aquello que las feministas han venido trabajando ya: que se perpetúen estas ideas y nociones androcéntricas que violentan e invisibilizan a las mujeres.

Recupero lo mencionado por una chica que realiza transmisiones en línea mientras videojuega, ella comenta que mientras se le *ofenda* por no saber jugar no tiene problema, sin embargo, si los insultos se los atribuyen a la condición de género, es entonces que ella se molestá y comienza a responder; su estrategia es jugar mejor y aprender más cosas, para que en esa misma partida o en otras ocasiones, no tengan motivos para ofenderle.

Ya no respondo a los insultos, a menos de que, a menos de que me estén insultando por ser mujer ahí si es cuando sí, sí empiezo yo también a responderles porque me pongo en el modo de “ah, o sea, estás diciendo que por ser mujer no sé jugar”, o que “por ser mujer no puedo jugar”, o que “no puedo pertenecer a tu equipo por serlo” y es cuando empiezo a jugar (MeishuEli, Comunicación personal, 2021).

Lo mostrado es parte de lo que conduce una investigación más profunda que se encuentra en curso y forma parte de la evidente necesidad de nombrar que los espacios digitales, en este caso los videojuegos, tienen implicaciones *onlife* tanto como si se tratase de relaciones interpersonales en espacios de interacción tradicional. Es además apremiante reconocer que en los espacios digitales es necesario también trabajar e investigar con la misma seriedad que cualquier otro fenómeno social que no ocurre con o a través de las pantallas.

A MANERA DE CONCLUSIÓN: PASOS HACIA ALGO NUEVO

El interés que mueve estas investigaciones parte de mi posicionamiento como estudiante-investigadora y mujer joven, pero también parte de las evidentes tensiones que día con día y en cualquier espacio social, atravesamos las mujeres y que, al comenzar a estudiar espacios digitales, pude identificar que no son la excepción. Si bien los retos teóricos y metodológicos se complejizan cuando se trata del estudio de las dinámicas *onlife*, identificar que estos espacios también reproducen dinámicas como estas hace apremiante su consideración.

En este caso son los videojuegos, pero las redes sociodigitales, los grupos de chat, solo por nombrar algunos, no son la excepción. Otro de los ejemplos más renombrados y que yo identifico como parte de las implicaciones *onlife*, corresponde a la reciente establecida “Ley Olimpia” que refiere al reconocimiento de la violencia digital y ha logrado su aprobación para establecer sanciones a quienes infrinjan la intimidad sexual a través de estos medios.

Si bien, no se trata de hacer aquí una revisión exhaustiva, sino una invitación a la consideración de los espacios digitales en la agenda de estudio y debate actual y de mirar con seriedad a los fenómenos de cualquier tipo, desde la política y las precariedades, hasta el ocio, los afectos, las experiencias, entre otros. Sirva entonces el presente texto como un ejemplo sobre el caso de los videojuegos y las tensiones de género *onlife* y al mismo tiempo como una motivación a buscar en otras dinámicas digitales el espacio de investigación que nos aproxime a conocer en profundidad sobre nuevas formas de interacción

que, es más que evidente no podemos omitir... ¿Qué otras actividades cotidianas se han vuelto *onlife* de forma tan sutil, que no lo hemos notado?

REFERENCIAS

- Berger, P., Luckmann, T. (1991). La construcción social de la realidad. Amorrortu Editores.
- Bourdieu, P. (1979). Los tres estados del capital cultural. *Sociológica*, 2(5), faltan páginas.
- Castañeda, L. (2010) *El celular como elemento de la identidad juvenil en México*. http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/13/013_C
- Castells, M. (1999). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. I. Siglo XXI.
- Cerón, J. y Rodríguez, A. (2020). Trabajo para jugar y juego para trabajar: apropiaciones de la práctica de videojugar como actividad laboral y transformación identitaria. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas II*(20), 2219-163.
- Cornejo, M. y Tapia, M. (2012). Redes sociales interpersonales en internet. *Revista Fundamentos en Humanidades*, 12(2), 219-229.
- De la Garza, E. (2018). *La metodología Configuracionista para la investigación*. Gedisa y UAM.
- Feixa, C. (2014). *De la Generación@ a la #Generación. La juventud en la Era Digital*. NED ediciones.

- Flores, I. (2019) Los videojuegos como deporte. El caso de los videojugadores en Ciudad de México. *Revista SOMEPSO*, 3(2), faltan páginas.
- Fox, E. (1987). The gender/Science System: Or, Is Sex to Gender as Nature to Science? *Hypatia*, 2(3), 37-49.
- Gímenez, G. (2003). Territorio, Cultura e Identidades: la región socio-cultural México. *Época*
- Goffman, E. (2006). *Frame analysis: Los marcos de la experiencia*. Centro de Investigaciones sociológicas.
- Haraway, D. (1991). *Ciencia, cybogs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Catedra.
- Harré, R. (1982). *El ser social: Una teoría para la psicología social*. Alianza.
- Levis, D. (2013). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Sivel, Palabras Escritas.
- Malkowski, J., y Russworm, T. M. (2017). *Gaming representation: Race, gender, and sexuality in video games*. Indiana University Press.
- Marques, P. (2010). Videojuegos. Las claves del éxito. *Cuadernos de Pedagogía*, 291,s.d., 55-62.
- Rodríguez, A. (2019). *Identidad y relaciones interpersonales en jóvenes videojugadores*. (Tesis de Maestría). UAM.
- Simmel, G. (2002). *Sobre la Individualidad y las formas sociales. Escritos Escogidos*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Winocur, R. (2009). El impacto de la convergencia tecnológica en la generación de nuevos escenarios culturales, políticos y comunicativos en América Latina. En M. Aguilar, E. Nivon, M. Portal, y R. Winocur (Eds.), *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica* (pp. 245–262). *Anthropos*.

SOBRE LAS Y LOS AUTORES

ANA KAREN JIMÉNEZ AGUILAR
anajimenezverde@gmail.com

Maestra en estudios culturales por la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), doctorante en Ciencias sociales y humanísticas por el Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (CESMECA-UNICACH). Líneas de investigación: espacio generizado, prácticas creativas, experiencias urbanas y jóvenes artistas.

ANA LAURA PÉREZ APARICIO
anna.p.aparicio@gmail.com

Licenciada en Relaciones Internacionales por la UNAM, y maestra en Comunicación y Estudios de la Cultura por el Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura ICONOS, ambas con mención honorífica, es estudiante del doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Relaciones Internacionales del Programa de Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Es profesora de asignatura adscrita al Centro de Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, en los sistemas escolarizado y de Universidad Abierta y Educación a Distancia. Sus líneas de investigación son Estudios Culturales, Teoría social, Estudios de género, Cultura e ideología, Socio-

logía y Antropología de la Cultura, Semiótica y Semiología de la Cultura y Comunicación, Diplomacia Cultural, Diseño de proyectos socio-culturales, Estudio de Públicos, Medios digitales, cibercultura, ciberespacio, ciberactivismo y comunicaciones internacionales.

ANA VALERIA RODRÍGUEZ
anav.rdgz@gmail.com

Maestra en Psicología Social y Licenciada en Sociología por la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa (UAM-I). Actualmente estudiante de Doctorado en Estudios Socioculturales del Instituto de Investigaciones Culturales de la UABC. Profesora de asignatura para Universidad Autónoma de la Ciudad de México y algunas Escuelas Preparatorias Oficiales del Gobierno del Estado de México. Miembro de grupos de investigación sobre las mismas temáticas en UNAM y UdG. Investigaciones y producciones académicas como ponencias, charlas, artículos sobre temáticas de jóvenes, género y su relación con la cultura digital, videojuegos y redes sociodigitales.

ENRIQUE PÉREZ RESÉNDIZ
eperez1107@gmail.com

Egresado de la Maestría en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). Licenciado en Comunicación y Cultura por la misma institución. Sus líneas

de investigación giran en torno a las juventudes, políticas públicas y cultura digital. Ha participado en diferentes encuentros sobre juventud, tecnología y participación política a nivel nacional e internacional. Miembro investigador del Seminario de Investigación en Juventud (SIJ) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) desde 2012, es co-coordinador del Grupo de Investigación en Juventud y Cultura Digital y profesor de asignatura en la licenciatura en Comunicación en la UACM.

ERIKA DENISSE VARGAS RAMOS
vrdenisse@hotmail.com

Egresada de la licenciatura en Sociología por la Universidad de Guadalajara. Ha participado en diferentes encuentros sobre género, corporalidad y cultura. Actualmente forma parte del grupo de investigación de personas desaparecidas del Instituto de Investigaciones Sociológicas del Departamento de Sociología del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades con Alejandra Guillén.

GISELLE VICTORIA VARGAS SIGNORET
gisignoret@gmail.com

Egresada de la licenciatura en Sociología por la Universidad de Guadalajara y del Instituto de Arte Escénico. Actualmente, forma parte del grupo de investigación de personas desaparecidas

del Instituto de Investigaciones Sociológicas del Departamento de Sociología del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades con Alejandra Guillén. Colabora como actriz y dramaturga en los colectivos Teatro Zona de Acción y Frutos Rojos con Limón. Ha participado en diversos encuentros sobre educación, desaparición, periodismo y género.

José Alberto Fabela Borrego
albertofabela@me.com

Egresado de la licenciatura en Artes Visuales de la UNAM especializado en fotografía, Alberto ha dedicado parte de su trayectoria profesional a la producción de imágenes y por otra parte al diseño de información como Editor de Arte y Diseño de varias editoriales y medios impresos. Actualmente es docente en el programa de Periodismo de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Así mismo, cursa en la misma universidad el sexto semestre del Doctorado en Ciencias Sociales con especialidad en Estudios Culturales donde investiga el uso de la imagen y los discursos identitarios en Instagram como vehículo de influencia hegemónica en tiempos del capitalismo de vigilancia.

JOSÉ CERÓN HERNÁNDEZ
jceronsociologia@gmail.com

Sociólogo del trabajo y estudiante de doctorado en Estudios Laborales por la UAM-I. Interesado por temas de tecnologías, jóvenes y videojuegos bajo la óptica del trabajo. Tiene publicaciones en libros y artículos sobre las mismas temáticas. Miembro de diversas asociaciones y grupos de trabajo en México y AL como, por ejemplo, la Asociación Mexicana de Estudios del Trabajo y como miembro del comité científico asesor y editorial del Instituto Mexicano de la Juventud, entre otras asociaciones y redes profesionales de investigación.



Universidad Nacional Autónoma de México

ISBN:
ISBN OBRA GENERAL: