

Amixer está en Facebook. Una investigación de la choledad virtual¹.

Al seguir y analizar las interacciones que suceden en la página 'Hi5amixer' en Facebook, Salem identifica cómo viejos discursos y prácticas racistas en el Perú se construyen y extienden en las redes sociales virtuales. El foco del análisis está en una nueva categoría discursiva, el 'amixer' (una reinterpretación virtual del tradicional 'cholo', según señala la autora), la cual es identificada, categorizada, definida y estereotipada a través del insulto, la parodia, la ironía y el humor. El único objetivo de esta práctica es situar al 'amixer' y frenar su migración de una red social virtual que ya pasó de moda, Hi5, a la novedosa Facebook. Con este estudio de caso, la autora sugiere que las redes sociales han producido procesos sociales imaginarios de privatización de los espacios virtuales.

Palabras Clave: racismo, visualidad, choledad, Facebook, amixer.

Autor:

Verónica Salem

Comunicadora social y antropóloga visual. Docente en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

e-mail: vsalem@pucp.edu.pe

Recibido: 20 de Enero 2016 **Aceptado:** 23 de Junio 2016

Amixer is on Facebook. A research on virtual choledad.

By following and analyzing the interactions that take place on the Peruvian fanpage 'Hi5amixer' on Facebook, Salem identifies how old racial practices and discourses in Peru are built and spread in virtual social networks. The focus of the analysis is on a new discursive subject: the 'amixer' (a virtual reinterpretation of the more traditional 'cholo', as the author points out), which is identified, classified, defined and stereotyped through insults, parody, irony and jokes. The sole objective of this practice was situating the 'amixer', in an attempt to stop its social mobility from one outdated virtual social media, Hi5, to another trendy one, Facebook. With this case study, the author suggests that social networks have produced imaginary social processes of privatization of virtual spaces.

Keywords: Racism, visuality, Facebook, amixer.

Author:

Verónica Salem

Comunicadora social y antropóloga visual. Docente en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

e-mail: vsalem@pucp.edu.pe

Received: January 20th, 2016 **Accepted:** June 23th, 2016

*“Y dijo Dios: Prendan la luz. Y vio Dios que habían flacas buenas;
y las separó Dios de las tinieblas. Y llamó Dios a
Edelnor², y a las tinieblas llamó Amixers.
Y fue la tarde y la mañana un día”.*

Nuevo Testamento Actualizado - Hi5amixer³

Hi5amixer ya no existe. La página virtual que había seguido por casi dos años en Facebook como parte de mi investigación, desapareció. Durante ese tiempo, mi interés principal era conocer, analizar y explicar cómo expresiones recientes de la discriminación social, problema de larga data en el Perú, se desplazan, negocian y redefinen en las interacciones sociales mediadas que se establecen a través de Facebook. Durante el año 2010, dediqué muchas horas a investigar estas manifestaciones. Mi objetivo primordial era comprender su lógica de funcionamiento y entender los retos y posibilidades que se abrían con la aparición de estas nuevas formas de mediación —en tanto se configura a través de ella “*un lugar*” (Martín Barbero, 1987:10), un espacio cultural desde el cual se produce el sentido de la comunicación por medio de la interacción—.

Preguntarme sobre su naturaleza y su constitución como espacio cultural, me llevó a situar las nuevas redes sociales virtuales como una “*zona de debate cultural*” (Breckenridge, 1998: 5) donde se despliega una “*cultura pública*” en la cual “*diferentes grupos sociales (clases, etnias, géneros, tribus) constituyen sus identidades, a través de su experiencia, con las formas masivas de mediación en relación a las prácticas de la vida cotidiana*” (Breckenridge, 1998: 5).



Imagen 1: Logotipo digital de la página Hi5Amixer. Fuente: Hi5Amixer⁴



Imagen 2: Retrato digital. Fuente: Hi5Amixer

Este enfoque me llevó a definir a sus usuarios como sujetos sumamente activos y con capacidad de agencia, equipados con “*sus propias formas de entender la modernidad para negociar en el encuentro con otros*” (Breckenridge, 1998: 3).

Como punto de partida, entonces, la red social virtual Facebook se constituye como un lugar de intercambio simbólico de múltiples vías, donde diversos grupos sociales e individuos utilizan las nuevas plataformas tecnológicas y sus funcionalidades para negociar, afirmar o resistir en su encuentro con los otros.

Producto de este proceso de inmersión en Facebook, terminé vinculada a una serie de páginas de usuarios jóvenes, en su mayoría peruanos, que eran sumamente activas. Poco a poco fui centrando mi atención en un número menor de páginas, aplicando un criterio de selectividad que se basaba principalmente en la intensidad de la actividad que en ellas se desplegaba, por parte de los usuarios y administradores. Así fue como terminé focalizando mi atención en una página en particular: Hi5Amixer.

En términos generales, los más de cien mil usuarios de esta página eran fundamentalmente jóvenes limeños, en su mayoría escolares cercanos a los 16 o 17 años y universitarios de primeros años. Se consignaba como fecha de creación de la página octubre del 2009, aunque la versión sobre la cual yo navegaba no era la primera, ya que la página había sido cerrada en dos oportunidades por el mismo Facebook debido a denuncias recibidas por su contenido.



Imagen 4: Retrato juvenil con intervención de herramientas digitales. Fuente: Hi5Amixer⁵

En ese sentido, estas imágenes digitales muestran cómo el “trabajo de la imaginación” (Appadurai, 2001: 6) se constituye en un elemento central de la subjetividad moderna de estos jóvenes limeños, para quienes los medios de comunicación electrónica ofrecen “nuevos recursos y nuevas disciplinas para la construcción de la imagen de uno mismo y de una imagen del mundo” (Appadurai, 2001: 6).

Por su parte, los comentarios que acompañaban estas imágenes secuestradas (publicadas ahora por terceros en un nuevo contexto), definían un paisaje narrativo sumamente violento. Se recurría al insulto para definir al otro, a la marcación y tipificación social a través de viejos y dolorosos argumentos nacionales sobre fantasías de diferencias raciales. Pero esta violencia discursiva estaba, a la vez, plagada de insospechadas piruetas verbales irónicas y lúdicas, que establecían una relación compleja y ambivalente entre ambos grupos, una relación altamente paradójica que de algún modo “mediante conflictos simulados, evita los reales” (Radcliffe – Brown, 1972: 125).

Podemos establecer que páginas como Hi5Amixer en Facebook fueron creadas a nivel funcional, con el objetivo principal de convertirlas en plataformas que faciliten el ataque simbólico y discursivo hacia un grupo de usuarios de otra red social virtual. Lo que se busca a través de la agresión verbal, la burla y el insulto es impedir la ‘migración’ de los usuarios de Hi5 al Facebook, pues ‘cholean’ y ‘contaminan’ el ciberespacio de Facebook, considerado por sus usuarios como un medio más exclusivo. Esta dinámica constituye, pues, un intento por establecer una muralla virtual o una frontera simbólica de contención social.



Imagen 5: Paisaje narrativo en Hi5Amixer: “Que se laven el culo cochinas de mierda”. Fuente: Hi5Amixer⁶



Imagen 6. Nos invaden: “Amixer, Amixer Everywhere”. Fuente: Hi5Amixer

Como sabemos, la discriminación social en el Perú es un hecho histórico que se ha articulado a través de múltiples prácticas y discursos, los cuales han operado mediante la construcción simbólica de diferencias para el establecimiento de las fronteras sociales. Dichas prácticas y discursos discriminatorios están estrechamente vinculados a la identidad de quienes los construyen: *“Esa premura por ubicar al otro, en realidad, es la impostergable necesidad de ubicarnos nosotros...”* (Bruce, 2007: 60).

La manera como se construyen y se negocian estas fronteras simbólicas en la era de las redes sociales virtuales se pone en evidencia en Facebook. Nace en el 2004 como una red social exclusiva para los estudiantes de la Universidad de Harvard y para su séptimo año ya había alcanzado más de 600 millones de usuarios a nivel mundial, ofreciendo el servicio en más de 70 idiomas. En este contexto de crecimiento de nuevas y poderosas herramientas virtuales, que facilitan complejos procesos de socialización e intercambio simbólico, no podíamos esperar que diversos temas centrales de la vida social no se vieran alterados, tanto en su forma como en el fondo. En el caso de esta investigación, el viejo tema de la discriminación social en el Perú no solo se manifiesta fuertemente en las redes sociales virtuales, sino que toma nuevos bríos.

Mi argumento se basa en que esta nueva dimensión que opera de forma imaginaria (pero no por ello menos constituyente) en la comunidad de usuarios de Facebook –los vínculos que a través de él se establecen y las relaciones que ahí se negocian– constituye un espacio; y este espacio imaginado tiene, además, propietarios que se sienten con la legítima autoridad de permitir o no el ingreso de otros.



Imagen 7. Discursos: “Choros de mierda”. Fuente: Hi5Amixer⁷



Imagen 8. Retrato juvenil con intervención de herramientas digitales. Fuente: Hi5Amixer⁸

Y es justamente en esa búsqueda por establecer las diferencias, por el establecimiento de un estereotipo del otro y su categorización, que termina constituyéndose, a la vez y simultáneamente, casi por oposición, la identidad de quien lo construye, en línea de lo señalado por Hall: “*sin los demás no hay un yo, no existe el auto-reconocimiento*” (Hall, 2010: 430).

Este intento de contener simbólicamente los desplazamientos, la movilidad y la mezcla social, mediante mecanismos como la burla, el desprecio y la parodia, termina operando en la práctica, a través del diseño de una serie de estrategias y estereotipos cuyas jerarquías y patrones –visuales, escritos, estéticos, tecnológicos, entre otros– tienen como principal fin determinar y fijar lo más claramente posible quién es ese otro al que debe impedirle el paso: para que alguien pueda ser detenido, debe ser primero identificado. No podemos olvidar que la ‘estereotipación’ es siempre “*un elemento clave en el ejercicio de la violencia simbólica*” (Hall, 2010: 410). Estos estereotipos que se están debatiendo y consensuando todos los días, *post a post*⁹, imagen por imagen, comentario a comentario, en las redes sociales virtuales para impedir ‘el ingreso’ simbólico de otro y facilitar su categorización y jerarquización, han permitido y están definiendo la constitución de un nuevo sujeto discursivo.

Es así que, como personaje protagonista y central de estos comentarios, inserto en estos paisajes fascinantes, tanto narrativos como visuales, brillaba el ‘amixer’, una categoría discursiva compleja, móvil, nueva, hija del cruce y el encuentro de múltiples miradas, de la explosión de los avances tecnológicos de las herramientas de socialización, producto de la mezcla.

Una categoría tan nacional como global, que se constituía como sujeto en medio de estos flujos mediados de arrolladoras interacciones sociales juveniles: el amixer, “*revelando que los discursos, además de construir objetos, construyen sujetos, categorías de personas*” (Ardevol y Muntañola, 2004: 69). Por ello, considero fundamental preguntarme si no estamos ante la constitución de una nueva identidad discursiva altamente mediatizada, un nuevo sujeto, o si es un proceso de renombrar el mismo campo semántico al que Nugent se refiere como “*lo cholo*” (Nugent, 1992:37), pero definido y negociado desde nuevas plataformas e inserto en nuevas prácticas culturales.

No tan nuevos territorios

Uno de los objetivos centrales de mi investigación ha sido indagar si la discriminación social existente en las redes sociales virtuales es una extensión de la discriminación *off line* (más de lo mismo en un nuevo ‘espacio’) o si, más bien, a partir de estas nuevas plataformas se constituyen y negocian nuevas y mediadas formas de discriminación social con la aparición de nuevos ‘marcadores’.

La explosiva aparición de las nuevas tecnologías de la información y el desarrollo imparable de los medios de comunicación electrónicos, en especial los medios sociales, han llevado a las ciencias sociales, incluida la Antropología, a incorporarlas en sus prácticas científicas, estableciendo con ellas una relación dual: como objeto de conocimiento y como objeto para la producción de conocimiento.

Descubre tu lado amixer

Community · [Edit Info](#)



Basic Information

About

¿Quién eres amixer?

Description

¿Una expresión del racismo de nuestra sociedad? ¿O producto del desencuentro entre un grupo que busca una audiencia y un público que no entiende el libreto? Esta página ha sido creada como parte de una tesis de maestría que intenta indagar sobre estas simples preguntas. Participa y ayúdame a encontrar al peruanísimo amixer.

Imagen 9. Página en Facebook: Descubre tu lado Amixer. Fuente: Descubre tu lado Amixer¹⁰

Por ello, en esta investigación utilicé las mismas redes sociales virtuales – con todos los formatos y herramientas que ponen a disposición de los usuarios– tanto para la publicación del proceso de investigación como para el trabajo de campo y la recolección de información, mediante la creación de una aplicación específica y una página en Facebook.

Me interesaba que mi propia participación, en tanto investigadora, fuera en los mismos términos que la tecnología y el medio específico plantea, siempre en la línea de lo propuesto por Hine acerca de que *“la metodología de una etnografía es inseparable de los contextos donde se desarrolla”* (Hine, 2004: 23). En ese sentido, la utilización metodológica de la plataforma social Facebook como medio de interacción con diversos actores sociales, que permite el levantamiento sistemático de información, es una tarea en sí misma de investigación y experimentación, que es la base de este trabajo.

Uno de los conceptos tradicionales a repensarse ante el nuevo panorama tecnológico que, como he señalado, constituye a la vez el objeto y método de estudio, es el del ‘campo’ de investigación, tradicionalmente anclado en la territorialidad. La irrupción de las tecnologías de la comunicación electrónica trae como consecuencia la constitución de espacios no topológicos, en los cuales las personas pueden reunirse e interactuar permitiendo la constitución de nuevos entornos y espacios mediados. Al respecto, Adell señala: *“En la sociedad de la información, el espacio y el tiempo ya no son condicionantes de la interacción social”* (Adell, 1998: 177). Este tema puede ser complejizado aún más si tenemos en cuenta que *“si la cultura y la comunidad no son productos directos de un lugar físico, entonces la etnografía tampoco tiene por qué serlo”* (Hine, 2004: 81).

En ese sentido, si bien el ‘campo’ adquiere características imaginadas de territorialidad, este no necesariamente es un lugar topológico. Podemos definirlo entonces *“como instancia de flujos que [...] se organiza alrededor de la conexión y no sobre la localización”* (Hine, 2004: 76). Así, las etnografías virtuales, se distancian de las clásicas nociones de territorialidad y lugar como espacio topográfico para sumergirse en un mundo social de interacción mediada para *“concentrarse en los procesos culturales en vez de en los lugares físicos”* (Hine, 2004: 78). De esta forma y como he señalado, el proceso de observación que desarrollé casi a diario y a lo largo de varios meses, lo realicé desde una identidad virtual. Esto me permitió acumular una serie amplia de imágenes, comentarios e imágenes/comentarios, así como una experiencia sustantiva sobre la vida social de la página. A partir de ello, he podido definir categorías, tipologías, patrones de comportamiento y sobre todo reflexionar sobre las preguntas centrales de mi investigación. El campo de estudio que planteé para mi investigación, por lo tanto, es un tópico anclado y definido en la intersección entre las redes sociales virtuales y las prácticas y discursos sociales de discriminación que en ella se despliegan. Este se define como un espacio participativo, como una zona de debate cultural de sujetos con capacidad de agencia, de afirmación y resistencia.

En este punto, considero fundamental señalar que el tipo de agrupación que encontramos en las redes sociales virtuales y, en particular, en la página Hi5Amixer corresponde en gran medida a las definiciones hechas por Maffesoli en tanto pueden *“ilustrar el ambiente emocional segregado por el desarrollo tribal”* (Maffesoli, 1990: 36), pero que, a la vez, adquieren particularidades.

La más importante de ellas es que estas nuevas tribus que se conforman en las redes sociales virtuales no pueden escaparse de las mediaciones en las cuales se hallan inscritas, pues es en ellas y a través de ellas que se constituyen y se definen. Por esta razón, propongo denominarlas tribus mediadas. Estas se configuran por medio de un flujo de interacción social que es sólo posible y está definido por las características propias de estas mediaciones: las redes sociales virtuales, que definen, por un lado, sus posibilidades de agrupamiento y la constitución de su territorio simbólico y, por otro, las formas en que opera la construcción de sentimientos de pertenencia que *“acaban constituyendo una forma de vínculo social, en definitiva bastante sólido”* (Maffesoli, 1990: 38).

Un punto fundamental para entender el funcionamiento de la página es que las propias prácticas, ritos y discursos de sus miembros se van definiendo en tiempo real, a través de la construcción de consensos en el medio de las interacciones y debates colectivos, que son posibles gracias a las funcionalidades de Facebook. También se definen, de este modo, los ámbitos morales y ‘reglas de juego’ en las cuales se inserta la página. Es así que encontramos intensos intercambios de ideas sobre el rol, las funciones y los límites morales del administrador. Basándome en mi periodo de observación puedo afirmar que los cien mil usuarios¹¹ de la página Hi5Amixer en la red social Facebook se vinculaban entre sí a través de una serie de sentimientos y prácticas compartidas, que se iban construyendo y consensuando en una intensa interacción social en tiempo real de flujos mediados. Esto les permitía reconocerse como grupo, pero teniendo en cuenta que en el caso de estudio, estos sentimientos compartidos fundacionales en que se basan para la conformación del nosotros, son más bien producto de un rechazo, de la construcción de una posición colectiva desde la negación:

“Esta página NO ES RACISTA. Estamos en contra de los pirañas, pandilleros y su estúpida moda”¹². Este texto, que es un punto de partida de autodefinición de la página y que constituye el centro temático a través del cual se articula la acción, puntualiza dos factores que serán sumamente importantes en el actuar de sus miembros: por un lado, el reclamo por una moral ciudadana que se sitúa en oposición a la ‘moral Amixer’ y por otro, el rechazo a una estética.

Así, tenemos que una de las prácticas que constituye a este grupo como comunidad y tribu es el rechazo a nivel discursivo y simbólico hacia la estética y visualidad que un grupo de jóvenes usa para autorrepresentarse en las redes sociales virtuales, precisamente aquellas imágenes secuestradas que sus dueños intervenían y que se sometían luego al escarnio público.

Facebook como espacio simbólico

Facebook opera en la práctica para las comunidades de usuarios que en ella se despliegan como un ‘territorio simbólico’ en la medida que se constituye como un ‘espacio imaginado’ del que los usuarios se sienten propietarios y sobre los cuales desean tener *“ciertos derechos, privilegios, responsabilidades y obligaciones”* (Hine, 2004: 130). Como ya he señalado, no por simbólico este territorio es menos real (Maffesoli, 1990: 242) y es precisamente esto lo que ha desatado en el Perú una disputa virtual por el derecho a ‘estar’ en Facebook. Para entender esta batalla mediada por un territorio imaginado, debemos tener en cuenta que la primera red social virtual en llegar al Perú alrededor del año 2006 fue Hi5¹³ y solo alrededor de un año más tarde se produce la llegada de Facebook.

Esta novedosa red pronto consiguió un número importante de adeptos, pero su avance fue lento, principalmente, por dos razones: primero, porque muchos usuarios tenían ya creado un perfil en Hi5 y, segundo, porque su lanzamiento en español llegó posteriormente¹⁴. En el año 2009, Hi5 era la red social virtual más usada en el Perú. Esta situación cambiaría sólo en el 2011 con la disminución del número de usuarios del Hi5 al 47% frente al 92% de Facebook (Ipsos Apoyo, 2011)¹⁵. El mismo estudio sobre el perfil del usuario de redes sociales refiere como motivo del descenso en el uso de Hi5 que muchos de sus usuarios “migraron a Facebook” (Ipsos Apoyo, 2011).

Facebook se posicionó en sus primeros años en el Perú como una red social virtual exclusiva de los sectores socioeconómicos más altos, en particular jóvenes limeños. Esta situación se vio reforzada por las funcionalidades mismas de esa red social virtual, que prioriza el contacto entre conocidos. Este hecho permitió que ellos configuraran esta red social virtual como su territorio simbólico, instalando en él sus prácticas y discursos, sintiendo, a partir de ello, que tenían sobre él una serie de prerrogativas propias de los espacios privados, iniciando así un proceso que, de alguna forma, podríamos definir como ‘privatización del espacio público virtual’. Esto, entendiendo que las redes sociales virtuales –si bien son, en extenso, propiedad privada de las compañías que las han creado–, se presentan ante los usuarios como un espacio imaginario abierto, de libre acceso para todos. Al iniciarse, a partir del 2009, un lento pero sostenido proceso de ‘migración’¹⁶, principalmente de los jóvenes del Hi5 hacia el Facebook, es que se empiezan a desplegar los discursos de la ‘invasión’ al Facebook.

A su llegada al Perú, Facebook operó a nivel imaginario para los limeños más acomodados como un territorio simbólico que les era propio. Es por eso que se sintieron ‘invadidos’ por el proceso migratorio (que en la práctica no era más que el cambio a una nueva plataforma tecnológica), que iniciaron los usuarios más jóvenes del Hi5, marcando con ello la llegada del ‘extraño’ a un nuevo territorio, la llegada del ‘extranjero’ quien no comparte las prácticas ni los discursos que ahí operan, que se encuentran naturalizados y que los constituyen como comunidad. Y como no hay nada que turbe más el orden cultural que “*cuando las cosas no encajan en alguna categoría*” (Hall, 2010: 421), este extraño debía ser clasificado, definido, ubicado y nombrado, iniciándose para ello un proceso de negociación mediada, además de un intenso debate cultural para construir la frontera simbólica. Es entonces que nace el ‘amixer’.

Discriminar en Facebook: Economía visual de las imágenes

En este contexto, Facebook se configura como una plataforma tecnológica que facilita y define una forma de interactuar, creando la posibilidad de recolectar, clasificar, coleccionar y hacer circular las imágenes de otros. Poniendo en marcha un proceso de circulación y asignación de valor a los objetos visuales que se enmarca en lo que Deborah Poole ha calificado como “*economía visual de las imágenes*” (Poole, 2000: 16). Sugiriendo de este modo que se trata de un proceso sistémico que “*tiene mucho que hacer con relaciones sociales, desigualdad y poder, así como con significados y comunidad compartida*” (Poole, 2000: 16).

Los usuarios usan las plataformas tecnológicas y sus funcionalidades para 'secuestrar' las imágenes a través de las cuales otros se autorrepresentan, ejerciendo con ello una práctica que les permite, simbólicamente, "*controlar la cosa fotografiada*" (Sontag, 2005: 221) y compartirlas en un nuevo contexto donde son resemantizadas y resignificadas.

Como he explicado en párrafos anteriores, nos encontramos frente a un proceso en el cual los usuarios de la página Hi5Amixer en Facebook, constituido por un grupo de jóvenes limeños al que hemos definido como una tribu mediada, toman las imágenes digitales que otros jóvenes han construido y creado para sí (con el objetivo de autorrepresentarse en la plataforma tecnológica Hi5), con el fin de someterlos a un proceso de debate público de categorización y jerarquización mediada, entendiendo implícitamente que "*la fotografía es un medio poderoso para adquirirlo y ejercer sobre él un dominio*" (Sontag, 2005: 218) e intentar a través de una serie de prácticas y discursos construir un muro simbólico de contención social para evitar que el otro ingrese a su territorio.

Pero ¿quién es ese otro al que se está definiendo y estereotipando? ¿Por qué se autorrepresenta en esos términos? Las nuevas tecnologías de la comunicación e información han producido un cambio sustantivo y democratizador en el modo de producción y acceso a los medios de comunicación, principalmente sobre la cantidad de contenidos hechos por los usuarios en los más diversos formatos (textos, fotos, videos, juegos, etc.) y les han posibilitado, además, formas gratuitas de compartirlos a través del uso de plataformas multimedia gigantescas y eficientes (Blogger, Youtube, Facebook, entre otros).

Estos usuarios, sobre todo los más jóvenes¹⁷, se han apropiado de las más diversas formas de producción de contenidos digitales (herramientas de retoque, cámaras fotográficas digitales de bajo costo, programas gratuitos para la edición de videos, smartphones, etc.) para, entre otras cosas, experimentar con la construcción de su identidad.

Esta experimentación con los procesos 'identitarios' se produce a través de diversos mecanismos y una serie de "*prácticas confesionales*" que permiten "*exponer públicamente su intimidad*" en un espectáculo mediado que bien podría llamarse el "*show del yo*" (Sibilla, 2008: 33). Planteando sus modos de vida en los términos de un personaje que tiende a actuar siempre 'como si' estuviera frente a una cámara y con una serie de expectativas narrativas creadas a partir de la articulación con otras narrativas y discursos propios de los medios de comunicación, ya sean locales o transnacionales (el cine, la tv, la publicidad, la radio, etc.). En ese sentido la imaginación es el principal motor y es posible que "*los guiones de las historias de vida posibles se 'intersecten' o coincidan con el encanto de las estrellas de cine y con las tramas fantásticas de las películas*" (Appadurai, 2001: 7). Con esto, podemos afirmar que se ponen en juego una serie de estrategias 'identitarias' enmarcadas en una lógica contemporánea del espectáculo mediático, donde "*el personaje se llama yo, y desea hacer de sí mismo un show*" (Sibilla, 2008: 297). Para ello cuentan con un arsenal de divertidas herramientas multimedia gratuitas y de muy bajo costo que les permiten cumplir con los requerimientos y exigencias de una imaginación globalizada, descentrada y transnacional, alimentada desde las grandes narrativas de los medios de comunicación.

En este sentido, el impulso por fotografiar es casi una consecuencia lógica pues *“todo el mundo puede adquirir interés a través de la cámara”* (Sontag, 2005: 159), del mismo modo las herramientas de edición de textos y la mediación del teclado apoyan en la construcción de una narrativa personal con importantes rasgos de oralidad, así como las herramientas de retoque facilitan la construcción y diseño de escenarios, vestuarios y todo tipo de utilería, que subvierte y resignifica la fotografía original facilitando una gama inagotable de juegos identitarios mediados. Tenemos pues que este ‘yo artista’ tiene a su alcance y en pocos segundos todos los elementos claves para la creación de un *show* mediatizado, que le permite salir en búsqueda de una audiencia global, la cual también es *“una categoría imaginada hacia la cual los productores se orientan para dar sentido a su trabajo”* (Hine, 2004: 51). Para ello, ninguna herramienta mejor que las redes sociales virtuales contemporáneas, las cuales han creado la ilusión de haber transformado *“la pantalla de la computadora en una ventana abierta y conectada con decenas de personas al mismo tiempo”* (Sibilla, 2008: 15).

¿Qué rol juega la visualidad en estos procesos de negociación mediada y debate cultural de nombrar y definir a ese otro que se aparece e interpela con su extrañeza? Pues uno de los más importantes. Dado que ese otro se (re)presenta a sí mismo en las redes sociales virtuales en tanto visualidad y en tanto escritura, este existe en tanto imagen y texto¹⁸. Habiendo explicado de dónde proviene la narrativa utilizada por los usuarios en su autorrepresentación, uno de los puntos centrales de esta investigación que queda pendiente es analizar qué ‘vieron’ los que miraron estas imágenes, ya que *“no vemos simplemente lo que está allí, ante nosotros”* (Poole, 2000: 15) el acto de ver ocurre en *“redes históricamente específicas de relaciones sociales”* (Poole, 2000: 15).

Es así que la página Hi5Amixer publicada en Facebook se constituye en la mediación social y tecnológica necesaria, que facilita y articula los procesos de debate, creación y construcción de mínimos consensos colectivos para la categorización y definición, pero sobre todo la ‘estereotipación’ de este nuevo sujeto virtual, que llega a escena sin ser invitado. En la línea de lo que señala la antropóloga peruana Norma Correa: *“El amixer no se ha autodefinido, eso viene de los otros, que los miran y los clasifican”*¹⁹.

En ese sentido, un viejo repertorio discursivo fue puesto en circulación en un nuevo espacio, un espacio virtual con características de territorio simbólico, con la finalidad que ayudara nombrar, clasificar, definir y detener a ese otro. Para esto, se recurrió a la memoria y a la cotidianidad, a la ironía, a la parodia, al gusto y al chiste, a la vieja costumbre peruana de (des)calificar choleando, marcando con categorías propias de discursos raciales, clasificación con la que los peruanos a través de nuestro proceso histórico hemos aprendido a relacionarnos para jerarquizarnos y localizarnos en la escala social.

Pero también hubo que crear un discurso a la altura de los nuevos tiempos tecnológicos que visibilizara que esto no era lo mismo del ayer. Así se negociaron y se negocian aún, en tiempo real, marcadores sociales que permitan fijar quién es ese otro que debe ser nombrado para ser detenido. En ese sentido, presentaré aquellos rasgos de marcación que se negocian y debaten en las redes sociales virtuales para la definición y constitución de este estereotipo, así como las dificultades y resistencias que los nuevos medios digitales plantean para fijarlo.

Cada semana, cientos de comentarios eran publicados en Facebook, como un claro ejemplo de esa búsqueda de significados precisos y signos sólidos e incuestionables que permitan constituir un estereotipo para la clasificación, identificación y jerarquización del amixer. Esta 'estereotipación' permitía a muchos jóvenes limeños situarse imaginaria y socialmente por oposición, utilizando estas clasificaciones para que develen su posición económica y social en el sentido planteado por Bourdieu de que "el gusto se clasifica, y se clasifica el clasificador. Sometido socialmente, clasificado por sus clasificaciones, distinguidos así mismos por las distinciones que hacen, entre lo bello y lo feo, lo distinguido y lo vulgar" (Bourdieu, 1979: 267). En ese sentido, los usuarios de Hi5Amixer necesitan definirse y distinguirse de los otros para mantener simbólicamente las barreras de una sociedad que aún sigue siendo "jerarquizada y estamental"²⁰, intentando que estos otros, extranjeros recién llegados al Facebook "no se igualen"²¹.

Con el riesgo de saber que toda clasificación es arbitraria y que en la práctica es inevitable escapar de la construcción de un estereotipo para los fines de este estudio, puedo señalar que este otro que constituye la categoría discursiva del amixer comprende un sujeto discursivo juvenil y urbano, cuya edad promedio está entre los 12 y 17 años, y que no distingue género. Es por ello que he separado estos rasgos de marcación en dos grandes categorías: rasgos demarcación social y rasgos de representación.

Los rasgos de marcación social provienen de un repertorio discursivo conocido, que sigue siendo eficaz y que, en muy pocos casos, ha iniciado procesos de resignificación.

Como señalan Blondet y Oliart: "La experiencia peruana es ejemplar por la rapidez con la que se suceden los cambios y por la persistencia de rasgos tradicionales y arcaicos que conviven con la vorágine de la modernización tardía del país" (Blondet y Oliart, 1999: 1). De esta forma, estos rasgos de marcación provienen de un viejo sistema clasificatorio y de jerarquización social, que ha operado y opera históricamente en el Perú para el establecimiento de la escala social. Esta escala, que se ubica inevitablemente en una lógica de dominación (Bruce, 2007: 15), establece un esquema sofisticado que, como señala Nugent "no dependió tanto de la delimitación del círculo de la nice people como de establecer el cerco para contener la nasty people" (Nugent, 1992: 51). Este sistema de clasificación "preferentemente negativo" (Nugent, 1992: 55) se ha extendido a diversos ámbitos de lo social; es así que la suciedad en oposición a la limpieza, la pobreza en oposición a la riqueza, la fealdad en oposición a la belleza, se establecieron como criterio de clasificación y jerarquización social. El amixer no escapa de ser definido a partir de estas características históricas, en las cuales se le construye como un sujeto bruto, ignorante, pobre, sucio, feo, delincuente, falto de cultura.

Por su parte, los rasgos de representación reúnen aquellos rasgos de marcación que se constituyen y definen a partir de marcas visuales ancladas en tanto el valor que tiene la imagen como 'objeto de verdad', en el sentido de "lo que la imagen trasluce" y en tanto "la imagen les confiere realidad" (Sontag, 2005: 226).



Imagen 10. Comentario en Fan Page Hi5Amixer. Fuente: Hi5Amixer²²

Así entendido, tenemos que se intentan establecer y naturalizar criterios de jerarquización y categorización por el uso de determinados espacios como 'lugar fotográfico', en tanto se muestran en las cientos de imágenes publicadas en Hi5Amixer, espacios que pertenecen a los tradicionales ámbitos privados, principalmente el baño, los dormitorios y las azoteas (paradigma visual de las clases emprendedoras en el Perú) y que hoy son puestos masivamente en exhibición pública a través de las redes sociales virtuales.

Esta inscripción del espacio, en la frontera entre lo público y lo privado, es quizá *"uno de los trazos más perturbadores"* (Sibilla, 2008: 89) y se convierte en un factor sumamente relevante para el establecimiento de las jerarquías sociales. La postura fotográfica, la pose, se constituye también en un rasgo de marcación importante en este contexto, donde se intenta jerarquizar y clasificar por la forma en que los amixer enfrentan a la cámara fotográfica.

En ese sentido, se establecen categorías y rasgos de marcación social, por lo que se muestra en tanto cuerpo, espacio y consumo, pero sobre todo por cómo se muestra. Los amixer toman literalmente la cámara en sus manos y con ello se apropian de su autorrepresentación y la controlan, arrebatándola de las manos del fotógrafo tradicional, irrumpiendo en el discurso fotográfico con un imaginario que es a la vez globalizado y geolocalizado.

Estas imágenes, producto de una creativa y festiva combinación de códigos, son sometidas a una suerte de juicio público en tiempo real en las redes sociales virtuales, donde se produce un violento rechazo simbólico a esta nueva estética, rechazándose también la insolencia de la imaginación desplegada por los amixer, que se ubican y se sienten parte de un mundo más amplio, 'igualándose' así a las estrellas de cine, del deporte, las figuras del rock, la moda y el espectáculo. En conjunto, ambos rasgos de marcación sirven para intentar definir, ubicar y categorizar a ese otro que resulta extraño e indescifrable, pero al cual hay que situar y nombrar definiendo para poder detener.

Esta página no es racista: anotaciones finales

Para finalizar, solo queda preguntarnos: ¿este tipo de discriminación presenta nuevos rasgos y manifestaciones en las redes sociales virtuales? Como he mencionado previamente, la frase de bienvenida y que define la naturaleza de Hi5Amixer negaba que se tratara de una plataforma que discriminara basándose en nociones de raza. Pero enseguida, cuando navegábamos por el muro y leíamos los comentarios que anclaban y rotulaban las imágenes ahí publicadas, podíamos pensar que la frase no era más que una broma: *"cholos, indios de mierda vuelvan al Hi5"*, *"indígenas con Internet eso es lo que son"*, *"cholas asquerosas me dan ganas de matarlas"*, *"serranos sub indígenas más feos que una ulcera en el ano"* son solo unos cuantos de los cientos de comentarios sumamente violentos y a la vez irónicos que se desplegaban a diario en Hi5Amixer, con el fin de marcar, anclando los significados, las decenas de fotos (siempre polisémicas) que se iban publicando.

Comentarios que recurrían inevitablemente a históricas y míticas creencias sobre diferencias raciales biológicas para clasificar, discriminar, jerarquizar y finalmente naturalizar las diferencias sociales.

Lo relevante hoy es que las redes sociales contemporáneas permitieron dar esta batalla simbólica por el no establecimiento y naturalización de este rasgo de marcación, pues proporcionaron las herramientas para ello. Así Facebook se constituyó en un territorio de lucha simbólica y permitió el despliegue de diversos mecanismos de control social, cuyo fin era evitar 'racializar' los rasgos de marcación para el establecimiento de las fronteras simbólicas. A través de funcionalidades propias de las redes sociales virtuales, como el 'baneo' o bloqueo a los usuarios que 'cholean' públicamente en el ciberespacio, los administradores de la página pudieron mantener mínimos mecanismos de control sobre los comentarios más explícitamente racistas.

En ese sentido es fundamental preguntarse por qué les resulta tan problemático a muchos de estos jóvenes limeños clasificar choleando en este juego de representaciones mediadas y creo que la respuesta la podemos encontrar en los profundos cambios que han ocurrido en la ciudad de Lima en los últimos años. Lima ha vivido sustanciales transformaciones sociales con la constitución de nuevos y descentrados centros de poder económico y social (Lima Norte principalmente), y esto ha traído como consecuencia el surgimiento de una nueva y amplia clase media emergente.

Entre los cambios principales ocasionados por estos procesos, está, por un lado, el surgimiento de discursos reivindicatorios de una Lima Chola empoderada ('Cholo Power') y emprendedora, lo cual ha ocasionado que el término cholo en algunos ámbitos "haya empezado a hendirse y a resbalarse (...) inflexionarse hacia nuevas direcciones" (Hall, 2010: 430), perdiendo así su eficacia simbólica anterior. Pero por otro lado, estos procesos de mezcla y cambio social ocurridos en los últimos años hacen cada vez más difícil el establecimiento y sostenimiento de las antiguas fronteras simbólicas, producto de las fantasías raciales y las categorías socioeconómicas, así como de las fronteras espaciales y geográficas que tradicionalmente hemos utilizado los limeños para relacionarnos jerarquizándonos.

Estos hechos han complejizado los procesos 'identificatorios' que nos permiten definir quién es el otro y, a la vez, situarnos también nosotros mismos. En ese sentido, son incontables las huellas que encontramos en la página Hi5Amixer sobre esta imprecisión clasificatoria y sobre la incómoda cercanía del otro: "Hay uno que se llama Bryan como yo, me voy a cambiar de nombre", "Esa es mi mejor amiga, me da vergüenza decirlo", "Esos amixer viven en frente de la casa de mi tía". Comentarios que revelan que el otro se nos parece bastante y se encuentra muy cerca, quizá demasiado en términos de piel, de gustos y de consumo, y que por lo tanto es necesario marcar de forma urgente las diferencias: "Yo tengo los mismos lentes verdes pero los míos son originales".

Estos ejemplos, que constituyen solo algunos de muchos otros, nos indican que el otro se nos parece cada vez más, que se están nublando las diferencias y que ese otro se encuentra bastante cerca, tan cerca que a veces incluso "da miedo entrar a esta página porque cualquier día voy a encontrar a mi hermana"²³.

Notas

1. Este artículo es una adaptación de la tesis del mismo nombre, presentada para optar el título de Magister en Antropología Visual por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, septiembre del 2012.
2. Edelnor: Empresa de Distribución Eléctrica de Lima Norte S.A.A.
3. Publicado en <http://www.facebook.com/hi5amixer1>, el miércoles 18 de agosto de 2010, 15:41. Todas las referencias de comentarios y post extraídos de Facebook que encontrarán en este documento fueron publicados en la página Hi5Amixer.
4. <http://www.facebook.com/hi5amixer1>. [Última revisión 13/12/2011].
5. <http://www.facebook.com/hi5amixer1>. [Última revisión 13/12/2011].
6. <http://www.facebook.com/hi5amixer1>. [Última revisión 13/12/2011].
7. <http://www.facebook.com/hi5amixer1>. [Última revisión 13/12/2011].
8. <http://www.facebook.com/hi5amixer1>. [Última revisión 13/12/2011].
9. Un postes la publicación de un pequeño artículo o nota en un blog o un perfil en una red social.
10. <http://www.facebook.com/hi5amixer1>. [Última revisión 13/12/2011].
11. Entendiendo un 'Me Gusta' como la expresión de un usuario por vincularse al campo conceptual que la página propone, una relación hasta cierto punto cuestionable, pero funcional en términos metodológicos.

12. En Acerca de, en <http://www.facebook.com/hi5amixer1> [Última revisión 13/12/2011].
13. Ver: <http://www.hi5.com/> [Última revisión 13/12/2011].
14. Facebook, a diferencia de Hi5, había nacido como una red social virtual de élite para los alumnos de Harvard y configura un formato único y básicamente sobrio de diseño para las páginas de los perfiles de los usuarios.
15. IPSOS APOYO. Opinión y mercado. Perfil del usuario de redes sociales 2011.
16. El término migración puede incluso ser engañoso, pues la mayoría de usuarios mantiene al menos por un tiempo sus dos perfiles activos hasta que consolida una nueva red de relaciones, pero mantiene el perfil creado en situación latente, con la posibilidad de reactivarlo. El término migración define así el espacio simbólico donde pasan más tiempo.
17. El usuario de redes sociales en Perú tiene en promedio 24 años, y en su mayoría se conecta desde una cabina pública. Perfil del usuario de redes sociales 2011. Ipsos APOYO. Opinión y mercado.
18. El rol de la sonoridad cobra importancia cuando la mediación se establece a partir del video.
19. Entrevista personal realizada en el marco de esta investigación.2011.
20. Entrevista realizada en el marco de esta investigación psicólogo Jorge Bruce. 2011.
21. Entrevista realizada en el marco de esta investigación psicólogo Jorge Bruce. 2011.
22. <http://www.facebook.com/hi5amixer1>. [Última revisión 13/12/2011].
23. Todos estos comentarios has sido extraídos de la página Hi5Amixer. [Última revisión 13/12/2011].

Bibliografía

- Adell, Jordi.
1998. **Redes y Educación**. En: *Nuevas tecnologías, comunicación audiovisual y educación*. De Pablos, J. y Jiménez, J. (Ed.). Editorial Cedecs. Barcelona.
- Appadurai, Arjun.
2001. **La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización**. Fondo de Cultura Económica y Montevideo: TRILCE. Buenos Aires.
- Ardevol, Elisenda y Muntañola, Nora (coordinadoras).
2004. **Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea**. Editorial UOC. Barcelona.
- Blondet, Cecilia y Oliart, Patricia.
1999. **Las mujeres y el género**. En: *Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales*. www.cholonautas.edu.pe.
- Bourdieu, Pierre.
1979. **La distinción. Criterios y bases sociales del gusto**. Taurus. Madrid.
- Breckenridge, Carol A.
1998. **Consumingmodernity. Public culture in a South Asian World**. University of Minnesota. Minneapolis.

Bruce, Jorge.
2007. **Nos Habíamos Choleado Tanto. Psicoanálisis y Racismo.** Universidad San Martín de Porras. Lima.

Hall, Stuart.
2010. **Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales.** Instituto de Estudios Peruanos. Lima.

Hine, Christine.
2004. **Etnografía Virtual.** Editorial UOC

Ipsos Apoyo. Opinión y Mercado.
2011. **Perfil del usuario de redes sociales.** Lima.

Maffesoli, Michel.
1990. **El tiempo de las tribus: el declive del individualismo en las sociedades de masas.** Icaria. Barcelona.

Martín Barbero, Jesús.
1987. **De los medios a las mediaciones.** Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

Nugent, Guillermo.
1992. **El laberinto de la choledad.** Fundación Friedrich Ebert. Lima.

Poole, Deborah.
2000. **Visión, raza y modernidad. Una economía del mundo andino de las imágenes.** SUR. Lima.

Radcliffe - Brown, A. R.
1972. **Estructura y función en la sociedad primitiva.** Península. Barcelona.

Sibilla, Paula.
2008. **La intimidad como espectáculo.** Fondo de Cultura Económica

Sontag, Susan.
2005. **Sobre la fotografía.** Alfaguara. México.